



**UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO  
UNIDAD ACADÉMICA CIENCIAS ADMINISTRATIVAS Y COMERCIALES**

**DISEÑO DE PROYECTO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIATURA EN TURISMO**

**TEMA:**

**CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA PARA PROMOCIONAR EL  
AGROTURISMO SOSTENIBLE EN EL CANTÓN NARANJITO.**

**AUTORES:**

**EVELIN SANCHEZ BELTRAN  
EVELYN URQUIZO FLOR**

**Tutor: Msc. DOLORES MIELES CEVALLOS.**

**MILAGRO - ECUADOR  
SEPTIEMBRE/ 2011**



## ACEPTACION DEL TUTOR.

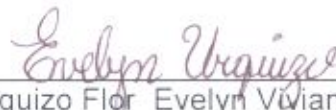
Por la presente hago constar que he analizado el proyecto de grado presentado por las Srtas. Sánchez Beltrán Evelin Marlene y Urquizo Flor Evelyn Viviana, para optar al título de Licenciatura en Turismo y que acepto tutoriar la estudiante, durante la etapa del desarrollo del trabajo hasta su presentación evaluación y sustentación.

Milagro, a los 18 días del mes de Abril de 2011

## PRESENTADAS POR LAS AUTORAS



Sánchez Beltrán Evelin Marlene



Urquizo Flor Evelyn Viviana.

## TUTOR:



Msc. Dolores Mieles Cevallos

## DECLARACION DE AUTORIA DE LA INVESTIGACION

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

Milagro, a los 10 días del mes de Junio de 2011

Sanchez B. Evelin



-----  
CI. 091657040-1

Urquiza F. Evelyn



-----  
CI. 092585038-0

## CERTIFICACION DE LA DEFENSA

EL TRIBUNAL CALIFICADOR previo a la obtención del título de Licenciatura 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**

Queremos dedicar este trabajo, a las personas que nos han apoyado incondicionalmente y con mucho cariño, que con sus sabios consejos pudimos seguir adelante: nuestros padres, personal docentes y compañeros.

## AGRADECIMIENTO

Agradecemos a Dios por habernos dado la capacidad intelectual para poder concluir con esta etapa de nuestras vidas, por el apoyo moral y económico de nuestros padres, base fundamental al finalizar nuestra carrera universitaria.

Queremos dejar constancia de nuestros más sinceros agradecimientos a la Universidad Estatal de Milagro, quien nos abrió las puertas de sus aulas para convertirnos en personas competitivas en esta vida de nuevos retos y desafíos a su vez nuestra gratitud al profesionalismo de su personal Docente, a los compañeros estudiantes, y muy especialmente a nuestra Tutora Msc. Dolores Mieles Cevallos, quien con su paciencia y sabiduría fue la que nos guio para poder concluir nuestro objetivo.



## CESION DE DERECHOS DE AUTOR

Doctor

ROMULO MINCHALA

Rector de la Universidad Estatal de Milagro

PRESENTE.

Mediante el presente documento, libre y voluntariamente procedo a hacer la entrega de la cesión de Derecho del Autor del trabajo realizado como requisito previo para la obtención de nuestro Título de Tercer Nivel, cuyo tema fue Creación de una Operadora Turística Para Promocionar el Agroturismo Sostenible en el Cantón Naranjito y que corresponde a la Unidad Académica de Ciencias Administrativas.

Milagro, a los 10 días del mes de Junio de 2011

Sanchez B. Evelin



CI. 091657040-1

Urquiza F. Evelyn



CI. 092585038-0

## ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCION.....	11
RESUMEN.....	13
CAPITULO I	
EL PROBLEMA	
1.1 Planteamiento del Problema.....	14
1.1.1 Problematización.....	14
1.1.2 Delimitación del problema.....	17
1.1.3 Formulación del problema.....	17
1.1.4 Sistematización del problema.....	17
1.1.5 Determinación del tema.....	18
1.2 OBJETIVOS.....	18
1.2.1 Objetivo General.....	18
1.2.2 Objetivo Especifico.....	18
1.3 JUSTIFICACION.....	19
1.3.1 Justificación de la investigación.....	19
CAPITULO II	
MARCO REFERENCIAL	
2.1 MARCO TEORICO.....	21
2.1.1 antecedentes históricos.....	21
2.1.2 Antecedentes referenciales.....	26
2.1.3 Fundamentación.....	27
2.2 MARCO LEGAL.....	29
2.3 MARCO CONCEPTUAL.....	52
2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.....	59
2.4.1 Hipótesis general.....	59
2.4.2 Hipótesis particular.....	59
2.4.3Declaración de variables.....	60
2.4.4 Operacionalizacion de las variables.....	61



<b>CAPITULO III</b>	
<b>MARCO METODOLOGICO</b>	
3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL.....	62
3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA.....	62
3.2.1 Características de la Población.....	62
3.2.2 Delimitación de la Población.....	63
3.2.3 Tipo de Muestra.....	63
3.2.4 Tamaño de la Muestra.....	63
3.2.5 Proceso de Selección.....	63
3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS.....	64
3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION.....	65
<b>CAPITULO IV</b>	
<b>ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS</b>	
4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL.....	66
4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION, TENDENCIA Y PERSPECTIVA.....	66
4.3 RESULTADOS.....	68
4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS.....	78
<b>CAPITULO V</b>	
<b>PROPUESTA</b>	
5.1 TEMA.....	79
5.2 FUNDAMENTACION.....	79
5.3 JUSTIFICACION.....	82
5.4 OBJETIVOS.....	85
5.4.1 Objetito general de la propuesta.....	85
5.4.2 objetivos específicos de la propuesta.....	85
5.5 UBICACIÓN.....	86
5.6 FACTIBILIDAD.....	87
5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA.....	111
5.7.1 Actividades.....	112



5.7.2 Recursos, análisis financiero.....	115
5.7.3 impacto.....	129
5.7.4 Cronograma.....	130
5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.....	131
CONCLUSIONES.....	131
RECOMENDACIONES.....	131
BIBLIOGRAFIA.....	132
ANEXOS.....	133

## INTRODUCCION

Turismo Ecológico y Agroturismo hace referencia a una variedad de características por medio de las que se trata de identificarlo como parte del "desarrollo sustentable" que incorpora la utilización de sitios de reserva o parques con una orientación que implica el complejo "recreativo-educativo"

También se ha caracterizado al ecoturismo como un modo alternativo de desarrollo para los países menos desarrollados, puesto que se han identificado flujos económicos mayormente provenientes de los países altamente industrializados, cuyos portadores son los turistas y visitantes.

Así el ecoturismo, se afirma, constituye la tercera o cuarta actividad de mayor importancia a nivel mundial en la relación norte-sur (Koch 1994).

El término Ecoturismo o Turismo Ecológico incorpora, en todo caso, algunos conceptos y definiciones propios de la Ecología y del "Desarrollo Sustentable" agregados o adaptados al Turismo.

El Turismo como sabemos, es una actividad que consiste básicamente en visitar sitios o lugares en donde buscamos satisfacer demandas relacionadas a información, diversión, conocimiento y placer. La caracterización del turismo convertido en ecológico primero agrega al turismo tradicional o turismo común los componentes reglamentarios de conducta de los visitantes, en relación a la preservación y conservación de los sitios que se visita.

Como segundo componente del turismo ecológico se entiende la visita a sitios naturales o silvestres, por lo tanto, la actividad eco turística comprende visitas reglamentadas y orientadas a la preservación de sitios naturales y/o silvestres que se visitan.

Otro aspecto que debe ser considerado dentro del Agroturismo y Ecología es el de la Participación de las poblaciones Locales o habitantes de los sitios que se visitan.

El ecoturismo bien practicado puede convertirse en un poderoso instrumento para la conservación de la flora y fauna, al valorizar un recurso natural, pero también puede causar diferentes tipos de daños biológicos, físicos, sociales y económicos si no se practica bien.

El ecoturismo sigue respondiendo a los gustos y necesidades de una población de visitantes, que desde hace mucho tiempo se han interesado en conocer lugares naturales y responde también a la necesidad de integrar conservación y desarrollo , pero con menos énfasis en darle a la comunidad receptora su importante papel como participante activo, al ser el principal sujeto beneficiado.

En realidad, el lucro queda en manos de los operadores y empresas del turismo, pero nunca se reinvierte una parte en la promoción cultural, la educación y el fortalecimiento institucional.

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.

Debido a su auge, el ecoturismo ya se convirtió en el segmento de más rápido crecimiento y el sector más dinámico del mercado turístico a escala mundial. Este movimiento apareció a finales de la década de 1980, y ya ha logrado atraer el suficiente interés a nivel internacional, al punto que la ONU dedicó el año 2002 a este.



## RESUMEN

La finalidad de esta tesis es crear una Operadora de Turismo para el aprovechamiento sostenible de plantaciones agrícolas existentes en el Cantón Naranjito, además mostrar los atractivos turísticos con que cuenta esta ciudad de la provincia del guayas, además se proponen algunos recorridos donde se puedan realizar actividades en las cuales los turistas interactúen con los recursos naturales de la zona.

Este trabajo apunta a dar alternativas de uso para la zona y en particular para sus recintos a través del agroturismo como herramienta para el desarrollo sostenible.

Primero se aclara el marco donde se esta trabajando, los conceptos y la metodología utilizada en el proyecto.

A continuación la estructuración de la tesis, sus objetivos, actividades, etc. La tercera parte es un diagnostico, puesto que para dar pautas antes debemos conocer cual es la situación actual, y la cuarta parte es la estrategia en si.

## CAPITULO I EL PROBLEMA

### 1.1 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La falta de una Operadora Turística no esta contribuyendo al desarrollo Agro-Turístico del Cantón Naranjito.

#### 1.1.1 Problematización

El Ecuador tiene una posición privilegiada para desarrollar el turismo sostenible gracias a su mega biodiversidad. Según datos publicados por Conservación Internacional, se estima que solo 17 países en el planeta están dentro de esta categoría y estos albergan entre el 60 y el 70% de la biodiversidad del planeta. El

Ecuador tiene una historia de más de 40 años de acciones de conservación de su naturaleza, desde la declaración las Islas Galápagos como área protegida en 1959. Cuenta en la actualidad con un Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP) que abarca a 35 áreas protegidas bajo la tutela del Estado, que cubren un 18,5% del territorio nacional, con una superficie superior a las 4,7 millones de hectáreas. Los bosques protectores alcanzan las 2,4 millones de hectáreas, lo que significa que el Ecuador tiene el 26% de su territorio bajo protección.

■

La formación de la población en Ecuador es muy antigua y pertenecieron a varias culturas de la región litoral o costa, recoge la evolución de un grupo humano que habiendo llegado a ella hace 10.000 años, supo aprovechar lo que la tierra le daba para evolucionar de manera extraordinaria, y convertirse en origen de muchos de los más importantes avances antropológicos tempranos de este continente.

Naranjito, cantón de la provincia del Guayas de clima ardiente, cálido y húmedo es un sector privilegiado en la riqueza agrícola de cultivos como el banano, caña de azúcar, café, yuca, maíz y frutas tropicales como naranjas, mandarinas, piñas, maracuyá etc.

Situado en la parte central de la provincia del Guayas a tan solo 17km. Del cantón Milagro limita al norte por el cantón Simón Bolívar y Lorenzo de Garaicoa, por el este con el cantón General Elizalde (Bucay) y por el oeste con el cantón Milagro.

Sobre el origen del nombre de naranjito se han formulado varias hipótesis, lo que se aproxima a la verdad es que, nace de los progenitores de Vicente Rocafuerte, lo mismos que tomaron el nombre, por la existencia de grandes cantidades de naranjos de montañas o achotillos.

Es lo que afirma que el nombre de raíz española y nace precisamente por el año de 1750 con la presencia de la familia Bejarano Rocafuerte y Lavayen.

Según versiones es que los descendientes de Vicente Rocafuerte en España fueron grandes productores de cítricos; exclusivamente de naranjas. En España la naranja a través del tiempo ha sido un producto de gran importancia.

La hacienda Naranjito después de que se opero la división permitió la formación de comunidades las que apenas contaban con una población de Naranjito 250 pobladores, conducta 70, Rocafuerte 70, Venecia 60, todos ellos esclavos propiedad de los Rocafuertes.

Para el año de 1851 el Presidente del Ecuador José María Urbina al decretar la liberación de los esclavos, hace que un gran número de colonos que antes fueron esclavos de los Rocafuertes, se asienten en naranjito, ahora como trabajadores libres, los que se convirtieron en verdaderos agricultores.

La exhuberacion del suelo afianzo la gran producción agrícola y ganadera, llegando a ser un centro de atracción de muchas más personas que se establecieron en este lugar con el fin de realizar actividades comerciales de la producción agrícola, de este modo la hacienda Naranjito se fue poblando.

En 1930 naranjito se convierte en una potencia arrocera del país, la mayoría de los agricultores se dedican a la siembra de la gramínea, en atención a la gran

demanda Norberto Cobos instaló el primer molino de pilar de arroz, luego le secundaron otros industriales que instalaron modernas piladoras.

En 1860 el señor Nicolás Carrillo adquiere tierras de la hacienda Inés María y funda el ingenio Chagüe, la producción de caña destinada a la elaboración de aguardiente.

Desde 1890-1900, la elaboración de azúcar toma un auge muy importante, situación que permite la formación de nuevos ingenios que se sumaron a los ya existentes como ingenio Rocafuerte, San Carlos y Valdez.

Para principios de 1960, el negocio y la producción de la panela mantuvo niveles altos llegando a cubrir hasta el 90% de la producción nacional, una razón para que se pensara en su exportación a otros países, aprovechando el acuerdo de la asociación latinoamericana de libre comercio.

Una de las necesidades que tiene el cantón Naranjito y sus alrededores es el desinterés por el desarrollo turístico y la falta de conocimiento para su promoción.

Surgen entonces algunas interrogantes que nos inducen a la investigación: ¿Por qué no se impulsa el Agroturismo? Sobre todo si consideramos que existen grandes extensiones de tierra en este cantón. ¿Cuáles son las necesidades de la población en relación al desarrollo del Agroturismo en el cantón? ¿Cuáles son las estrategias a aplicar para tener mayor acogida de turistas en el cantón?

Estamos seguras que aparecerán más inquietudes durante el desarrollo de la investigación las cuales serán consideradas y resueltas oportunamente.





### 1.1.2 Delimitación del Problema

Cantón Naranjito Provincia del Guayas.

#### Área

Administrativo, Financiero y Marketing

#### Aspecto

Diseño de una Operadora Turística

#### Lugar

La Operadora Turística será ubicada en las calles Dolores Alzúa y 24 de Mayo (Casco Central) en la ciudad de Naranjito, Provincia del Guayas.

### 1.1.3 Formulación del Problema

¿Cómo la creación de una Operadora Turística puede contribuir al desarrollo del Agroturismo en el Cantón Naranjito?

Variable Dependiente: Desarrollo Del Agroturismo

Variable Independiente: Diseño de una Operadora Turística.

### 1.1.4 Sistematización del Problema

1.- ¿Qué factores han contribuido que el agroturismo no se desarrolle en el cantón Naranjito, siendo este un sector agrícola?

2.- ¿Cómo afecta al desarrollo turístico y económico el desconocimiento de los recursos naturales y culturales que posee el Cantón?

3.- ¿Cómo la poca difusión turística sobre el cantón afecta al desarrollo turístico social, económico y cultural?

4.- ¿De qué manera la falta de recursos financieros contribuye a la falta de ejecución de proyectos turístico en el cantón Naranjito?

5.- ¿De qué manera un personal por competencia contribuirá a la eficiencia y eficacia del agroturismo?

6.- ¿De qué manera se logrará la supervivencia, expansión y rentabilidad de del negocio?

### **1.1.5 Determinación del Tema**

Creación de una Operadora Turística para el Agroturismo en el Cantón Naranjito.

## **1.2 OBJETIVOS**

### **1.2.1 Objetivo General**

Crear una Operadora Turística para promocionar el Agroturismo sostenible en el Cantón Naranjito.

### **1.2.2 Objetivos Específicos**

1.- Realizar un estudio de mercado para la creación de una operadora turística en el Cantón Naranjito

2.- Elaborar un inventario de los recursos naturales y culturales que posee el cantón para el aprovechamiento de los mismos.

3.- Promocionar los productos turísticos para incentivar el turismo a nivel nacional e internacional

4.- Investigar los diferentes medios de financiamiento para proyectos turísticos en el sector público y privado.

5.- Elaborar un plan de capacitación en competencias laborales para la certificación del personal.

6.-Relizar planes estratégicos para la supervivencia, rentabilidad y expansión del negocio.

### **1.3 JUSTIFICACIÓN**

#### **1.3.1 Justificación de la Investigación**

"Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos"

Según la Ley de turismo una de las actividades más importante es del turismo es "Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y, Fomentar e incentivar el turismo interno"

Siendo la agricultura unas de las actividades económicas más significativa del cantón Naranjito, debido a que la mayoría de sus habitantes se dedican a cultivos de banano, cacao, arroz, caña de azúcar, naranja, piñas entre otros productos, se ve la oportunidad en el cantón de realizar agroturismo.

Siendo el Cantón Naranjito un sector agrícola no se ha desarrollado el agroturismo, de esta manera surge la necesidad de crear una operadora de turismo dedicada a la promoción y venta de paquetes agro turísticos, manejados de manera sustentable.

Los proyectos de agroturismo permiten experimentar convivir con una familia de la localidad y ver como se cultiva la variedad de productos existentes en el cantón, además pueden explorar la zona, caminar, alquilar caballos en las haciendas y visitar las diferentes plantaciones de estos productos.

La ciudad de Naranjito se encuentra carente de sitios de atracción turística ya que no se ha trazado un plan turístico acorde al desarrollo turístico contemporáneo tomando en consideración que el turismo es una fuente de ingreso económico para los pueblos.

El cantón naranjito puede ofrecer lugares de atracción turística como sus parques, iglesia matriz, y su patrona la virgen dolorosa, las aguas del chorrón y los balnearios de agua dulce, monumentos históricos en el ingenio Rocafuerte, la hacienda y reserva ecológica de Vicente Rocafuerte, el monumento del combate liberal en el chorrón, además se puede aprovechar las frutas y las flores exóticas que se producen en las haciendas, promocionar la comida típica del cantón.

Este proyecto tiene como finalidad satisfacer las necesidades de sus habitantes y promocionarlo como un cantón donde sus visitantes practiquen el agro turismo.

Además se busca analizar la situación actual del cantón en el desarrollo turístico, evaluar los procedimientos y técnicas que se utilizan en la venta y promocionar paquetes agros turísticos, brindados por un personal capacitado aportando de esta manera con el desarrollo del turismo en esta ciudad y su entorno.

## CAPÍTULO II

### MARCO REFERENCIAL

#### 2.1 MARCO TEÓRICO

##### 2.1.1 Antecedentes Históricos

###### **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 y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

En 2001 el Lic. en turismo David Martín Rendón Cohaila, de la Universidad Privada de Tacna - Perú, define que el Turismo es ciencia "La turismología" como: "Ciencia Social de carácter fáctico, dado por un proceso ordenado, que incluye distintas acciones de motivación, desplazamiento y uso del espacio turístico, la planta que lo soporta, su estructura y súper estructura por parte del homines turísticos"

###### **Evolución histórica**

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. Estos movimientos se caracterizan por su finalidad de otros tipos de viajes motivados por guerras, movimientos migratorios, conquista, comercio, entre otros. No obstante el turismo tiene antecedentes históricos claros.

###### **Edad Antigua**

En la Grecia clásica se daba gran importancia al ocio, y el tiempo libre lo dedicaban a la cultura, diversiones, religión y deporte. Los desplazamientos más



destacados eran los que realizaban con motivo de asistir a los Juegos Olímpicos de la Edad Antigua (las olimpiadas son los 4 años que transcurren entre dos juegos consecutivos) en la ciudad de Olimpia, a las que acudían miles de personas y donde se mezclaban religión y deporte. También existían peregrinaciones religiosas, como las que se dirigían a los oráculos de Delfos y de Dódona.

Durante el Imperio romano los romanos frecuentaban aguas termales (termas de Caracalla), eran asiduos de grandes espectáculos, como los teatros, y realizaban desplazamientos habituales hacia la costa (muy conocido es el caso de una villa de vacaciones a orillas del mar). Estos viajes de placer fueron posibles debido a tres factores fundamentales: la Paz romana, el desarrollo de importantes vías de comunicación y la prosperidad económica que posibilitó a algunos ciudadanos medios económicos y tiempo libre.

## **Edad Media**

El turismo establece conexión entre las personas, las formas de viajar, los alojamientos y los medios.

La industria turística está formada por un conjunto de empresas interrelacionadas al servicio de los que viajan, tanto dentro de cada país como en el extranjero. Son un conjunto de empresas económicamente relacionadas – venta de viajes al por menor, empresas ferroviarias, líneas aéreas, alquiler de autos, cruceros, hoteles y restaurantes que poseen muchas características en común. Algunas de las técnicas que precisan son muy similares por ejemplo el trato con el público adquiere una importancia muy particular en todas ellas.

Evolución de los viajes.- A través de la historia, viajar ha sido un fenómeno que se ha relacionado con una clase social determinada. Los gastos destinados a viajar están en relación con la capacidad económica. Si las personas disponen de medios limitados, únicamente pueden, en todo caso, gastar una pequeña cantidad de sus recursos económicos para viajar y pasar las vacaciones. Conforme aumentan sus ingresos, los individuos podrán, evidentemente, gastar más en



viajes. Antes viajar estaba mucho más limitado a la elite, los nómadas, los guerreros y los peregrinos. Actualmente viajar a lugares lejanos es reflejo de los niveles de renta y de educación, así como de la edad, la profesión y el estilo de vida.

Viajar de la manera que nosotros conocemos es un fenómeno del siglo XX y está relacionado directamente con el uso cada vez más extendido del automóvil y el avión. Efectivamente, los viajes por motivos comerciales, religiosos, o por conquista se remontan a la antigüedad ya que la guerra obligo a viajar tanto a los soldados como a los individuos que no combatían, mientras que los nómadas se trasladaban en busca de pasto para sus animales, de vez en cuando también se emprendía algún viaje de recreo.

Distintos Modos de Viajar.- El turismo es turismo es inseparable de viajar y de esta actividad depende. El modo de viajar cambia y, al hacerlo, tiene un impacto inmediato sobre el turismo, el número de viajeros y sobre todo la experiencia de viajar en general.

El turismo implica viajar agradablemente, ya sea por tierra, mar o aire. Desde el principio de la historia documentada, los viajes en barco podían ser muy confortables para los ricos, pero hasta el desarrollo del ferrocarril, en la década de 1830, los viajes no fueron lo suficientemente cómodos y baratos como para estar al alcance de todo el mundo. Hacia la década de 1920 el automóvil y el autobús empezaron a usurpar la posición del ferrocarril como líder de las empresas de transportes de turismo. Desde entonces, el coche se ha convertido en la forma de transporte predominante del turismo, proporcionando al individuo la manera más flexible y cómoda de viajar que tiene a su alcance actualmente.

La elección de la forma de viajar se basa en cómo concibe el individuo las tres cosas: confort, comodidad y coste. El que gana el confort probablemente es el crucero. Las líneas aéreas comerciales son sin ninguna duda las más convenientes en cuanto al tiempo. Por el coste, el autobús es el más interesante.

Los viajes aéreos en vuelos chárter pueden que sean decididamente incómodos, pero se ven recompensados por el reducido coste de sus precios. Los viajes aéreos en primera clase pueden ser muy cómodos. Los viajes en automóvil son los más convenientes para distancias cortas y los menos caros cuando el coche va lleno de pasajeros.

Agentes de Viajes.- Por lo común los agentes de viajes son propietarios o empleados de un negocio relativamente pequeño. Si son empleados sus ingresos serán modestos y tendrán bastante trabajo, pero este también será emocionante y probablemente van a disfrutar de viajes baratos por todo el mundo. La mayoría de los viajes de los agentes los pagan enteramente o en buena parte las compañías aéreas, las oficinas de turismo, los hoteles, los tour operadores y los propietarios de los complejos turísticos. Las agencias de viajes son generalmente negocios pequeños pero deberán tener aproximadamente siete personas, dos de las cuales trabajan a media jornada. La gente que sabe viajar ha estado organizando viajes para los demás durante siglos, pero Thomas Cook es quien tiene la reputación de ser el primer agente de viajes profesional.

Carpintero de profesión, Cook era profundamente religioso y de temperamento entusiasta. En 1841 alquiló un tren para llevar a 540 personas a una convención antialcohólica. Cook organizó el viaje al precio de un chelín por viajero en el trayecto de ida y vuelta de Leicester a Loughborough, una distancia de 35 kilómetros. A pesar de que él no obtuvo ningún beneficio si se dio cuenta de lo que era en potencia la organización de viajes para los demás. El negocio de los viajes como vio desde el principio era más que un negocio, era una oportunidad de instruirse y aprender.

El turismo es un factor realmente importante para el desarrollo socioeconómico y cultural de un país, dada la diversidad de actividades favorables que traen bonanzas económicas: es un instrumento generador de divisas, al ser una actividad que canaliza una inversión para producir una expansión económica general; genera asimismo un mercado de empleos diversificado con una inversión



relativamente baja en comparación con otros sectores de la economía; genera una balanza de pagos favorables y sobre todo desarrolla las actividades económicas locales.

El Turismo es un medio de intercambio social, ya que muestra efectivamente que la sociedad que desarrolla más activada se capacita hacia la comprensión, para la adaptación de sus medios habituales, juzgando de una manera positiva su propia sociedad.

En cuando a la cultura es realmente el radio dentro del campo de la acción de la empresa turística. Cultura es el término que determina el imán que poseen las regiones para el turismo comprendido su geografía, historia, costumbres, tradiciones, folklore y artesanía.

Generalizando el Turismo es la industria del futuro de todos aquellos países en vías de desarrollo que sepan aprovechar al máximo todos sus recursos.

La estructura organizativa de una agencia de turismo esta formada por el conjunto de varios elementos que se unen para sustentar las relaciones operativas de los recursos humanos, como proceso podemos considerar esta organización como una secuencia de etapas lógicas que contribuyen a formar la empresa. La estructura organizativa de las agencias de turismo se refleja en su organigrama: entiendo por organigrama la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa. Estas empresas requieren de un personal administrativo ampliamente calificado y eficiente.

Las estructuras organizativas de las empresas turísticas pueden ser diversas dependiendo del número de departamentos que posea y el personal por cada departamento, este organigrama muestra de forma simple los departamentos de una agencia de viajes y turismo; ya que en su departamento de tráfico tenemos: Tráfico Nacional e Internacional.

Requisitos de Capital Desde el punto de vista operacional, el funcionamiento de las Agencias de viajes presenta una serie de aspectos que les son propios y las

hacen diferentes, si se les compara con las características que normalmente la intermediación en otros campos del negocio. Entre los aspectos, merecen destacar los siguientes: Costos Operacionales; Naturaleza de los impresos; Los operadores y la Promoción y Forma de la Venta.

### 2.1.2 Antecedentes Referenciales (5)

- Según la declaración de la HAYA menciona los siguientes principios con respecto al agroturismo:

#### Principio I

1. El turismo se ha convertido en un fenómeno cotidiano para cientos de millones de individuos:

b) constituye una actividad esencial en la vida de los hombres y de las sociedades modernas al convertirse en una forma importante de emplear el tiempo libre y también en el principal vehículo de las relaciones humanas y de los contactos políticos, económicos y culturales exigidos por la internacionalización de todos los sectores de la vida las naciones.

#### Principio II

a) construir una infraestructura sólida y obtener el equipamiento de base necesario;

b) establecer instituciones de formación que satisfagan las necesidades de personal del sector turístico;

c) incluir el turismo en un plan integrado de desarrollo en los países que tengan otros sectores prioritarios como, por ejemplo, la agricultura, el desarrollo industrial, la salud, la acción social o la educación.

- El agroturismo debe de realizarse con calidad, y cuando se habla de calidad el **Dr. Kaoru Ishikawa** manifiesta lo siguiente:

El control de calidad fue definido por el cómo: desarrollar, diseñar, manufacturar y mantener un producto de calidad.

Santiago Hidalgo publicó el 10 de agosto del 2007 en agroturismo discusiones lo siguiente:

Esta modalidad de turismo se encuentra dentro de los que todos conocen como "Ecoturismo", ya que se trata de "ecosistemas culturales" (la naturaleza trabajada por la mano del hombre) que sirven de base al ecoturismo. Al viajero adepto a este tipo de turismo le interesa conocer las técnicas productivas y participar de las características y típicas formas de vida y de trabajo en el campo.

- Un estudio de la **Asociación Americana de la Industria del Turismo (TIA)**, consideran:

Que el agroturismo es el negocio más importante del siglo XXI, además destacan una aplastante preferencia de los viajeros hacia las actividades culturales, históricas, el arte y las costumbres de la gente.

- "**Chester Barnard**" (1886-1961) Aplicó sus profundos conocimientos de psicología y sociología.

Definió la organización como: "Un sistema de actividades o fuerzas conscientemente coordinadas de dos o más personas. El sistema pues, al que damos el nombre de organización está compuesto de las actividades de los seres humanos, lo que convierte esas actividades en un sistema es que aquí se coordinan los esfuerzos de diferentes personas.

### 2.1.3 Fundamentación

Para algunos especialistas, esta es la modalidad de turismo más amplia de todas ya que se fundamenta en la oferta de los atractivos naturales de flora, fauna, geología, geomorfología, climatología, hidrografía, etc., y las manifestaciones culturales locales, a través de micro, pequeñas y medianas empresas. Según ese

enfoque, el agroturismo, el ictioturismo o pesca deportiva, el turismo rural, científico, de aventuras, religioso y cultural, hacen parte del ecoturismo (Troncoso 1999).

El turismo basado en la naturaleza, que incluye al ecoturismo, se presenta hasta ahora en pequeña escala - comparado con el turismo convencional -, pero es considerado el segmento que está experimentando el mayor dinamismo a nivel mundial, con una proyección de crecimiento de 20% para los próximos años (UICN citado por Troncoso 1999). La causa de la creciente orientación de los turistas hacia áreas naturales se basa esencialmente en la búsqueda de nuevos estímulos/ retos, en su deseo de estar en plena naturaleza, pues es cada día más difícil encontrar esta sensación en sus países de origen, así como en un sensibilidad cada vez mayor acerca de la situación y los problemas del medio ambiente

En la actualidad cada individuo practica las diferentes clases de turismo y así aprovecha el tiempo libre para conocer otros lugares, aprender de otras culturas, considerando la calidad de los servicios brindados y la hospitalidad de los habitantes de cada lugar visitado.

A pesar del desarrollo turístico en la actualidad no se ha desarrollado el agro turismo en las zonas productivas

Las competencias en el sector turístico cada día van en aumento y los turistas buscan aquellas empresas que satisfacen sus necesidades y brinden la calidad deseada.

A través del tiempo el hombre se ha dado cuenta de lo importante que es cuidar el medio ambiente debido a los problemas actuales que está presentando la capa de ozono. El agroturismo se caracteriza por tener identidad propia, respeto por el ambiente, revalorización de la cultura rural, atención familiar, educativa e



interactiva. Además las personas de la ciudad en su tiempo de descanso desean visitar lugares donde se pueda respirar aire puro y compartir con la naturaleza

El agroturismo se está volviendo atractivo gracias al ambiente de tranquilidad que se respira además se ha convertido en el negocio de la actualidad para la mayoría de los agricultores en otros países y porque no practicarlo en el Ecuador.

## **2.2 MARCO LEGAL**

### **Requisitos para una Operadora de Turismo.**

- La Operadora turística debe contar con personal bilingüe para atención al público.
- La Operadora turística debe tener un programa de capacitación para sus empleados.
- La Operadora turística debe tener un manual de operación.
- La oficina de la Operadora turística debe contar con mobiliario, baño, teléfono, fax e internet.
- La ubicación de la oficina de la Operadora turística debe ser de fácil entendimiento y acceso.
- El jefe de la agencia debe contar con el siguiente perfil: ser responsable, ser profesional en el área de turismo o que tenga experiencia de al menos 6 años.
- El equipo de ventas de la Operadora debe conocer los productos que vende mediante una inducción realizada por la empresa o el proveedor.

- La nómina del personal en su hoja de vida debe poseer título y experiencia en el área correspondiente.
- Los guías requeridos en los productos que ofrece la Operadora turística deben tener dominio o conocimiento suficiente de alguno de los idiomas de donde provienen los grupos asignados.
- La Operadora Turística y los guías deben cumplir con las normas vigentes de contratación para la prestación de dichos servicios.
- La Operadora debe mantener relaciones comerciales con Agencias de Viajes o tour-operadores extranjeros, a los que, fuera del territorio nacional, que provee sus productos y/o servicios nacionales.
- La Operadora debe realizar campañas de comunicación, publicidad o promoción en conjunto con otras Agencias de Viajes sean éstas Internacionales o Mayoristas.
- La Operadora turística debe vender sus servicios a través de internet.
- La Operadora turística se asegura que todo su material publicitario tenga:
  - Información Actualizada
  - Tarifas RACK
  - Sitio WEB
  - Marca Comercial
  - Número de Registro
  - Contacto (dirección, teléfono, entre otros).

- Para la operación de los programas turísticos dentro del país, las Operadoras deberán utilizar guías turísticos, que posean sus licencias debidamente expedidas por el Ministerio de Turismo.
- La Operadora turística debe asegurarse de que en los productos que ofrece exista, al alcance de los turistas un botiquín de primeros auxilios con medicinas no caducadas.
- Los guías deben contar con un certificado emitido por la Cruz Roja Ecuatoriana de haber cumplido con éxito el curso de primeros auxilios impartido por dicha Institución.
- La Operadora turística debe solicitar a sus pasajeros la información contenida en la "Ficha de Información de Pasajeros".
- La Operadora turística debe contar con una póliza de responsabilidad civil e informar al pasajero durante el tiempo que utiliza sus servicios.
- Los productos turísticos que ofrece una operadora deben incluir actividades complementarias.

La estructura organizativa de una agencia de turismo está formada por el conjunto de varios elementos que se unen para sustentar las relaciones operativas de los recursos humanos, como proceso podemos considerar esta organización como una secuencia de etapas lógicas que contribuyen a formar la empresa. La estructura organizativa de las agencias de turismo se refleja en su organigrama: entiendo por organigrama la representación gráfica de la estructura orgánica de una empresa. Estas empresas requieren de un personal administrativo ampliamente calificado y eficiente.

Las estructuras organizativas de las empresas turísticas pueden ser diversas dependiendo del número de departamentos que posea y el personal por cada departamento, este organigrama muestra de forma simple los departamentos de una agencia de viajes y turismo; ya que en su departamento de tráfico tenemos: Tráfico Nacional e Internacional.

## **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.

### **Exigencias para los Locales**

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

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

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

El valor anunciado de los servicios sueltos o de los paquetes turísticos podrá ser variado cuando se produzca antes de la perfección del contrato.

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





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

En todo momento el cliente puede desistir de los servicios solicitados o contratados teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiere abonado, tanto si se trata del precio total como de los depósitos que se hubieren pactado y hecho efectivos, pero deberá reconocer a la agencia de viajes los montos que a continuación se indican:

a. En el caso de servicios sueltos y paquetes turísticos, los gastos de comunicación y gestión, así como los de anulación debidamente justificados; y,

b. Cuando los servicios contratados y desistidos consistieran o incluyeran boletos de cualquier tipo o cualquier servicio turístico que estuviere sujeto a condiciones económicas especiales de contratación, los gastos de anulación por desistimiento se establecerán de acuerdo a estas condiciones económicas especiales de contratación entre la agencia de viajes, el operador de servicios, el propietario u operador de los servicios y la agencia y el usuario.

Las agencias de viajes están obligadas a facilitar a sus clientes la totalidad de los servicios contratados, dentro de las condiciones y características estipuladas. Solo la fuerza mayor le eximirá de esta obligación. Además, brindarán siempre a sus clientes, la posibilidad de optar por el reembolso de lo no utilizado, o por la sustitución con otro servicio de similares características. Si por esta sustitución el servicio resultare de inferior categoría, la agencia deberá reembolsar la diferencia.

Servicios de agencias operadoras

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



Su actividad se desarrollará dentro del siguiente marco:

a. Proyección, organización, operación y venta de todos los servicios turísticos dentro del territorio nacional;

b. Venta, nacional e internacional, de todos los servicios turísticos a ser prestados dentro del Ecuador, ya sea directamente o a través de las agencias de viajes;

c. Venta directa en el territorio ecuatoriano de pasajes aéreos nacionales, así como de cualquier otro tipo de servicios de transporte marítimo o terrestre dentro del país;

d. Reserva, adquisición y venta de boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas naturales protegidas dentro del país;

e. Alquiler de útiles y equipos destinados a la práctica del turismo deportivo dentro del país;

f. Flete de aviones, barcos, autobuses, trenes especiales y otros medios de transporte, para la realización de servicios turísticos propios de su actividad, dentro del país; y,

g. Prestación de cualquier otro servicio turístico que complemente los enumerados en el presente artículo.

Para la operación de los programas turísticos dentro del país, las agencias deberán utilizar guías turísticos, que posean sus licencias debidamente expedidas por el Ministerio de Turismo, previa la evaluación correspondiente. Para la operación del transporte turístico dentro del país, la operadora deberá exhibir en el vehículo su nombre y número de registro.

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

## **PERMISOS PARA OPERAR**

### **REGISTRO ACTIVIDAD TURÍSTICA**

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

#### **Requisitos:**

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

8. Copia del título de propiedad (escrituras de propiedad) o contrato de arrendamiento del local, debidamente legalizado.

9. Lista de Preciso de los servicios ofertados (original y copia)

10. Declaración Juramentada de activos fijos para cancelación del 1 por mil.

Plazo: Máximo 30 días después del inicio de la actividad

**Sanción:** El no registro se sanciona con USD 100,00 y la clausura del establecimiento. Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de Aplicación a la Ley de Turismo.

#### **AFILIACIÓN CÁMARAS DE TURISMO**

Obligación: Afiliarse a la respectiva Cámara Provincial de Turismo y pagar cuotas sociales

Base Legal: Ley de Cámaras de Turismo y su Reglamento

Ley de Cámaras Provinciales de Turismo y de su Federación Nacional

Art. 4.- Todas las personas titulares o propietarias de empresas o establecimientos dedicados a actividades turísticas, tendrán, previo al ejercicio de dichas actividades, que afiliarse a la Cámara Provincial de Turismo de su respectiva jurisdicción.

Las Cámaras otorgarán los certificados de afiliación para la inscripción en el Registro Mercantil, a las personas naturales o jurídicas que se dediquen a la actividad turística.

## **Reglamento a la Ley de Cámaras Provinciales de Turismo**

Art. 4.- Para efectos de la organización de las Cámaras Provinciales y de su afiliación a ellas, se considerarán como asociados a todas las personas, naturales o jurídicas, nacionales o extranjeras, propietarias de empresas y establecimientos dedicados a actividades turísticas, domiciliadas en el Ecuador, que realicen servicios relacionados con la actividad turística, y que, teniendo capacidad para contratar, hagan del turismo su profesión habitual.

Art. 5.- Las personas determinadas en el artículo anterior, estarán en la obligación de afiliarse a la Cámara de Turismo respectiva, y al así hacerlo, no tendrán la obligación de afiliarse a ninguna otra Cámara.

Las Cámaras Provinciales procederán, de inmediato, a levantar el censo de aquellas personas dedicadas a la actividad turística, notificándoles por escrito para que, en el plazo de sesenta días, cumplan con esta obligación. Transcurrido este plazo, las Cámaras harán uso de la facultad que les concede la Ley y el presente Reglamento.

### **LICENCIA ANUAL DE FUNCIONAMIENTO**

Obligación: A partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá POR UNA SOLA VEZ a cualquiera de los diversos centros de recaudación que tiene el Municipio de Quito (Servipagos, Administraciones Zonales) y cancelará:

- \_ Patente Municipal
- \_ Tasa de Turismo
- \_ Aporte Anual a CAPTUR
- \_ Permiso de Bomberos.

Plazo: hasta el 31 de marzo de cada año.

Un solo trámite: Con el comprobante de este pago, el contribuyente turístico se acercará a las Ventanillas Únicas Turísticas que funcionan en tres sitios de Quito:

1. Corporación Metropolitana de Turismo (García Moreno 1201 y Mejía) de 09H00 a 13H30 y de 14H00 a 16H30.

2. Administración Zona Norte (Amazonas y Pereira) acercarse directamente a la ventanilla 21 de 08H00 a 14H00.

3. Cámara de Turismo de Pichincha CAPTUR (Patria y Amazonas, Edif. COFIEC, 3er. Piso) de 09H00 a 13H00 y de 14H00 a 18H00.

En estas Ventanillas se deben presentar los documentos que se especifican a continuación junto con el "Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento" debidamente lleno, inmediatamente le será entregada la Licencia Única Anual de Funcionamiento que incluye el permiso de Bomberos.

Requisitos:

- 1.- Copia del comprobante de pago de la tasa de turismo y patente municipal,
- 2.- Formulario de Solicitud de Autorización de Funcionamiento firmado por el representante legal,
- 3.- Copia del RUC actualizado.

Sanción: La no renovación se sanciona con clausura del establecimiento.

Base Legal: Arts. 8 y 9 de la Ley de Turismo. Reglamento General de aplicación a la Ley de Turismo.



## **PATENTE MUNICIPAL**

Obligación: Obtener el permiso de Patente, TODOS los comerciantes e industriales que operen en cada cantón, así como los que ejerzan cualquier actividad de orden económico.

Plazo: hasta el 31 de enero de cada año y el permiso tiene validez durante un año.  
(Ventanilla Única)

Base Legal: Ley de Régimen Municipal: Art. 381 al 386

Código Municipal para el DMQ, Ordenanza 001.Art. III 33 al III.

46 (R.O. No. 226 del 31 de diciembre de 1997); R.O. 234 del 29 de Dic. De 2000

Dirección: Administración Zonal correspondiente

## **REQUISITOS PARA LA AUTORIZACIÓN DE LA PUBLICIDAD EXTERIOR**

1.- Para la instalación de señalización informativa turística información ciudadana en general y Mobiliario Urbano Turístico:

Para la instalación de señalización informativa turística, información ciudadana en general y mobiliario urbano, el interesado presentará:

- a. Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
- b. Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar;
- c. Informe técnico favorable emitido por la EMSAT, de que el diseño del elemento cumple con la normativa;
- d. Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano respecto de que la publicidad a ser instalada no afecta proyecto municipal alguno;
- e. Informe técnico favorable de la Administración Zonal respectiva de que la publicidad a instalarse se ajusta al máximo de dimensiones permitidas por la

ordenanza y cumple con la distancia mínima entre vallas, entre carteleras o entre vallas y carteleras publicitarias.

f. Informe de la Administración Zonal, de las garantías que debe rendir el administrado por el cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, fenecido el término de la licencia o por haberse dispuesto su revocatoria;

g. Forma de pago o compensación de la regalía por el uso del espacio público, garantía por cumplimiento de las obligaciones adquiridas y seguro por daños a terceros;

h. El compromiso de mantenimiento del área de implantación y el área circundante en el radio de seis metros y el desmontaje de la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario al vencimiento del plazo del permiso o de su revocatoria; e,

i. La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.

## 2.- Instalación de señalización informativa de tránsito o turística.

Para la obtención de la licencia de señalización informativa de tránsito o turística el interesado presentará:

a. Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;

b. Croquis del lugar en el que se instalará y fotografía actual del lugar;

c. Informe técnico favorable emitido por la EMSAT, de que el diseño de la publicidad cumple con la normativa;

d. Informe técnico favorable de la Empresa Metropolitana de Desarrollo Urbano, que la información a ser instalada no afecta ningún proyecto municipal; y,

e. La certificación conferida por la Tesorería Municipal, de que el interesado no adeuda valores en concepto de multas, garantías, o regalías de publicidad.



### 3.- Requisitos para autorizaciones concedidas por las Administraciones Zonales:

Para obtener la autorización para la publicidad exterior fija en espacios privados y/o de servicio general se requerirá:

- a. Solicitud dirigida al Administrador Zonal respectivo, señalando que la publicidad cumple con la normativa;
- b. Croquis del predio en el que se instalará el medio publicitario y fotografía actual del lugar;
- c. Autorización escrita del propietario del inmueble, con reconocimiento de firmas efectuado por autoridad competente, en el que se vaya a realizar la instalación; en caso de propiedad horizontal, la autorización notariada de todos los copropietarios del inmueble (100% de las alícuotas);
- d. Copia de la carta de pago del impuesto predial del año correspondiente a la solicitud del inmueble en el cual se va a instalar el medio publicitario;
- e. Patente actualizada del solicitante;
- f. En el caso de vallas, o tótems con altura igual o superior a 6 m., informe técnico suscrito por un ingeniero que garantice la estabilidad de la estructura de sustentación;
- g. Pago de la regalía por instalación de la publicidad exterior fija, compromiso y garantía por cumplimiento de la obligación de desmontar la publicidad, una vez fenecido el término de la licencia o en caso de haberse dispuesto la revocatoria de la misma, así como el seguro por daños a terceros; y,
- h. El compromiso de desmontar la publicidad y la totalidad de los elementos constitutivos del medio publicitario, al vencimiento del plazo de la licencia o en caso de haberse dispuesto la revocatoria de la misma y la restitución completa de la acera o parterre, respectivo. No podrá dejarse elemento de naturaleza alguna sobre el piso en el que estuvo instalado el medio.

4.- Para la autorización de publicidad exterior fija, con fines de dotación de mobiliario urbano, a instalarse en el espacio público del Distrito Metropolitano, se requerirá:

- a. Solicitud dirigida al Alcalde Metropolitano de Quito;
- b. Resumen ejecutivo, texto y gráfico que explique el mobiliario urbano y los medios de publicidad exterior propuestos, la ubicación exacta de su instalación, el diseño de la estructura, materiales y especificaciones técnicas para su construcción, dimensiones, número, formas de pago o compensación de las regalías por el uso del espacio público, plazos y dirección para notificaciones al interesado; y,
- c. El Municipio del Distrito Metropolitano de Quito se reserva el derecho, por los mecanismos que estime pertinente, de obtener otras ofertas tendientes al mejoramiento de las condiciones propuestas por el primer interesado, en un plazo máximo de sesenta días calendario. Luego de terminado el plazo indicado, el Municipio notificará al interesado su aceptación o no.

### **CONTRIBUCIÓN 1 X MIL A LOS ACTIVOS FIJOS (FMPTE)**

Obligación: Pagar mediante depósito en cuentas corrientes del Fondo Mixto de Promoción Turística, la contribución del 1 por mil a los activos fijos.

Plazo: hasta el 30 de abril de cada año.

Base Legal: Ley de Turismo, artículos 39 y 40.

Dirección: Ministerio de Turismo: Av. Eloy Alfaro N32-300 y Carlos Tobar.

Teléfonos: 2507555 2507557

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

Según la Ley de Turismo, en su Art. 39 y 40 se establece que para la promoción del turismo interno y receptivo del Ecuador, continuará funcionando el Fondo de Promoción Turística del Ecuador, cuyo patrimonio autónomo contará con algunos ingresos, entre ellos:

- a) La contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos que deberán pagar anualmente TODOS los establecimientos prestadores de servicios al turismo.

## **SUJETOS OBLIGADOS AL PAGO**

Están obligados a realizar este pago todos los prestadores de servicios turísticos que cuenten o no con registro y Licencia Única Anual de Funcionamiento actualizados para la prestación de servicios turísticos; es decir, contribuyentes que explotan establecimientos de alojamiento, alimentos y bebidas, agencias de viajes, transportes (aéreos, terrestres, acuáticos y rentadores de autos) y establecimientos de animación y entretenimiento.

### **¿DÓNDE SE PAGA?**

Mediante depósito en las cuentas corrientes del Fondo Mixto de Promoción Turística del Ecuador FMPT

1. Banco del Pichincha, Cta. Cte. No. 3056328804, a nombre de: FIDEICOMISO Fondo Mixto de Promoción Turística.
2. Banco del Pacífico, Cta. Cte. No. 5750415, a nombre de: FIDEICOMISO Fondo Mixto de Promoción Turística.

### **¿CÓMO SE CALCULA?**

PARA LOS CONTRIBUYENTES SUJETOS A LA DECLARACION Y AL PAGO DEL IMPUESTO A LA RENTA

#### **1. PERSONAS JURÍDICAS**

Del monto total de activos fijos (tangibles e intangibles) del contribuyente que consta en el Casillero 369 del Formulario 101 "Declaración del Impuesto a la Renta - Sociedades" se calcula el 1xMil; y, no se practican deducciones. El valor total así calculado se paga con el relleno de los formularios provistos por el Ministerio de Turismo y el depósito en el Banco.

#### **2. PERSONAS NATURALES**

Del monto total de activos fijos (tangibles e intangibles) del contribuyente que consta en el Casillero 333 del Formulario 102 "Declaración del Impuesto a la Renta – Personas



Naturales” se calcula el 1xMil; y, no se practican deducciones. El valor total así calculado se paga con el relleno de los formularios provistos por el Ministerio de Turismo y el depósito en el Banco.

### **Legalización de las Microempresas Turísticas.**

Sociedad de responsabilidad limitada.

Es la que contrae una responsabilidad societaria, entre 3 hasta 15 personas, las mismas que solo responden por las obligaciones sociales hasta el monto de sus aportaciones individuales y hacen su actividad de comercio bajo una razón social, a la que se añadirán, en todo caso la palabra “Compañía Limitad”.

Requisitos:

1.- Escritura pública. Que debe estar elaborada por un abogado patrocinador y registrada en una Notaria Pública con la firma de sus socios.

En esta debe contener los siguientes puntos:

- Identidad de la Compañía
- Identidad de los socios.
- Requisitos reales.
- Aspectos de funcionalidad de la compañía.

2.- Aprobación: este debe contener la aprobación de la Superintendencia de Compañías.

Para lo cual requiere una solicitud de aprobación.

3.- Publicación de un extracto de la escritura constitutiva en un medio de comunicación masivo.

4.- Inscripción en el Registro Mercantil.

5.- Inscripción en el Registro de sociedades.

Compañía anónima.

Para describir los requisitos es necesario entender que para la constitución de la compañía anónima existen dos procedimientos: simultáneo y el sucesivo.

Simultáneo: La compañía se constituye mediante escritura pública, en un solo acto por convenio entre los que la otorgan. En esta compañía no existen límites de accionistas.

Sucesivo: La compañía puede constituirse de forma sucesiva por suscripción pública de accionistas. (Art.160 LC).

### **Requisitos**

Para la aprobación por la Superintendencia de Compañías SE REQUIERE.

1.- Solicitud de aprobación

2.- Publicación de un extracto de la escritura constitutiva en un medio de comunicación masivo.

3.- Inscripción en el Registro Mercantil.

4.- Inscripción en el Registro de sociedades.

Empresas unipersonales de responsabilidad limitada.

Este tipo de empresa refiere a toda persona natural con capacidad legal para realizar actos de comercio o cualquier actividad económica que no estuviera prohibida por la Ley.

Requisitos:

1.- Nombre, apellido, nacionalidad, domicilio y estado civil del gerente- propietario.

2.- La denominación de la empresa.

3.- Domicilio fijado para la empresa.

4.- El objeto al cual se dedicará.

5.- Plazo de duración de la misma.

6.- El monto de capital asignado a la empresa por el gerente- propietario.

7.- La determinación del aporte del gerente- propietario.

8.- Determinación de asignación mensual para el gerente- propietario por el desempeño de labores dentro de la misma.

#### **Registros obligatorios para la microempresa turística en el Ecuador.**

En el Ecuador, más del 85% de la microempresas turísticas operan de forma ilegal, por falta de conocimiento sobre los mecanismos y procesos para legalizar sus actividades dentro del marco jurídico que establece la Ley de Turismo, sean estas de propiedad de personas naturales o jurídicas.

Ley de turismo de las actividades turísticas y de quienes las ejercen.

Art5.- Se considera actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

1.- Alojamiento.

2.-Servicios de Alimentos y bebidas.

3.- Traspotación, cuando se dedique principalmente al turismo: inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de este vehículo para su propósito.

4.- Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.

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

6.- Casinos, salas de juegos, hipódromos y parques de atracciones estables.

### **Registro y licencia de un negocio turístico MIPYME.**

Del registro ante el MINTUR y su afiliación.

Obligación de Registro y Afiliación: "Toda persona natural o jurídica que desee dedicarse a la industria del turismo, deberá registrarse y obtener la Licencia Única anual de Funcionamiento en el Ministerio de Turismo y su afiliación respectiva en las Cámaras Provinciales de Turismo, con anterioridad al inicio de sus actividades, requisito sin el cual no podrá operar." (Art. 46 de la Ley Especial de Desarrollo Turístico)

**Art8.-** Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujete a las normas técnicas y de calidad vigente.

**Art9.-** El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

### **Licencia Anual de Funcionamiento.**

Toda persona natural o jurídica que preste servicios turísticos deberá renovar anualmente la licencia única anual de funcionamiento y la patente de operador en el Ministerio de Turismo y en el INEFAN en las áreas naturales (Art. 48 de la Ley. Los cobros para el Registro y Permiso de Funcionamiento lo extienden los Municipios de cada sector).



## **Registro Único de Contribuyentes (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 deben inscribirse al RUC todas las personas naturales, las instituciones públicas, las organizaciones sin fines de lucro y demás sociedades, nacionales y extranjeras, dentro de los treinta primeros días de haber iniciado sus actividades económicas en el país en forma permanente u ocasional y que dispongan de bienes por los cuales deban pagar impuestos.

### **Requisitos para obtener el RUC**

#### **PERSONAS NATURALES.**

- Copia de la cédula de ciudadanía del contribuyente
- Copia de la última papeleta de votación
- Copia de un documento que certifique la dirección. (Factura de Agua, luz o teléfono).
- En el caso de profesionales adjuntar el título de instrucción superior.
- En el caso de artesanos adjuntar una copia de la Calificación Artesanal.
- En el caso de ser extranjero deberá presentar: copia y original de la cédula de ciudadanía o del pasaporte y copia del censo.

#### **PERSONAS JURÍDICAS**

- Llenar el formulario respectivo 01A, 01B.
- Copia del estatuto de la persona jurídica con la certificación correspondiente; Ley de Creación o Acuerdo Ministerial de creación, según corresponda.
- Nombramiento del Representante Legal, inscrito en el Registro Mercantil Cuando la Ley lo exija así.
- Copia de la Cédula y Papeleta de Votación del Representante Legal.
- En caso de ser extranjero se deberá presentar: copia y original de la cédula de ciudadanía o pasaporte y censo.



- Copia de un documento que certifique la dirección en donde se desarrolla la actividad económica. (Factura de Agua, luz o teléfono).

### **Requisitos Complementarios.**

#### Patente Municipal.

- Formulario de inscripción de patente (se lo compra en la ventanilla de venta de especies valoradas en los municipios).
- RUC (Original y copia)
- Cédula de Identidad (original y copia)
- Copia de la papeleta de votación ( última elección)
- Copia de la carta del impuesto predial del local donde funciona el negocio ( la carta puede ser de cualquier año)

#### Permiso Sanitario.

Para obtener este permiso, se presenta en la Jefatura Provincial de Salud de cada provincia, los siguientes documentos:

- Certificado de uso de suelo.
- Categorización (para locales nuevos) otorgado por el área de Control Sanitario.
- Comprobante de pago de patente del año.
- Permiso sanitario de funcionamiento de año anterior (original)
- Certificado de salud.
- Informe del control sanitario sobre cumplimiento de requisitos para la actividad.
- Copia de la cedula de ciudadanía y papeleta de votación actualizada.

#### Permiso del Cuerpo de Bomberos.

- Comprar un formulario llenarlo y entregarlo a los bomberos.

- Conducir a los inspectores al local comercial para la verificación.

Para obtener el certificado es necesario comprar un extintor y pagar un valor económico que depende del local comercial. El cuerpo de bomberos es autónomo y no depende del Ministerio de Bienestar Social o del Municipio de la Ciudad.

### **Requisitos y formalidades para la obtención del registro turístico**

#### **PERSONA JURÍDICA.**

- 1.- Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, debidamente inscrita en el Registro Mercantil y sus reformas, en caso de existir.
- 2.- Copia certificada del Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- 3.- Copia del registro único de contribuyentes (RUC) de la compañía.
- 4.- Copia de la cédula de identidad del representante legal.
- 5.- Copia del comprobante de votación-(Copia del pasaporte para el caso de extranjeros)
- 6.- Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del establecimiento a nombre del propietario. (Registrado en el juzgado de inquilinato o notariado).
- 7.- Lista de precios o carta deservicios de lo que expende en el establecimiento.
- 8.-DECLARACIÓN JURADA DE ACTIVOS FIJOS.- El activo fijo del establecimiento (Maquinarias, muebles, Equipos de oficina, etc.) se justificará mediante declaración valorizada y firmada por el Representante Legal o Propietario. (Se podrá elaborar en computadora o a máquina de escribir).

9.- Certificado del Instituto de Propiedad Intelectual (IEP), de no encontrarse registrado en nombre comercial. (Las oficinas del IEPI se encuentran ubicadas en la Av. Fco. De Orellana. Edif. Gobierno Zona de Guayaquil, piso 5).

10.- Toda la documentación debe ser presentada en una carpeta con vincha.

#### PERSONA NATURAL

1.- Copia del registro único de contribuyentes (RUC)

2.-Copia de la Cédula de Identidad.

3.- Copia del comprobante de votación. (Copia del pasaporte para el caso de extranjeros).

4.- Copia del título de propiedad o contrato de arrendamiento del Establecimiento o Nombre del Propietario.

5.- Lista de precios o Carta de servicios de los que se expende en el establecimiento.

6.- DECLARACIÓN JURADA DE ACTIVOS FIJOS.- El activo fijo del establecimiento (Maquinarias, muebles, Equipos de oficina, etc.) se justificará mediante declaración valorizada y firmada por el Representante Legal o Propietario. (Se podrá elaborar en computadora o a máquina de escribir).

7.- Certificado del Instituto de Propiedad Intelectual (IEPI), De no encontrarse registrado en nombre comercial. (Las oficinas del IEPI se encuentran ubicadas en la Av. Fco. De Orellana. Edif. Gobierno Zona de Guayaquil, piso 5).

8.- Toda la documentación debe ser presentada en una carpeta con vincha.

## 2.3 MARCO CONCEPTUAL

- **Turismo:** Es la actividad que se realiza, según las motivaciones que experimenta el individuo para satisfacer sus necesidades y en busca de la consumación de sus deseos. Este concepto nos permite un enfoque completo de la actividad, o funciones que se puedan desempeñar al mismo tiempo que se recrea o se disfruta en un momento dado, exista o no desplazamiento.
- **Agroturismo:** Agroturismo llamamos a la forma de turismo en la que la cultura rural es aprovechada económicamente para el turismo. Se parece al ecoturismo, pero no trata de atraer turistas con la naturaleza, sino sobre todo con paisajes cultivados.
- **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).
- **Medio Ambiente:** es todo aquello que nos rodea y que debemos cuidar para mantener limpia nuestra ciudad, colegio, hogar, etc., en fin todo en donde podamos estar, por esto hemos realizado la siguiente investigación acerca del Medio Ambiente.
- **Ecosistema:** Es la unidad básica de integración organismo – ambiente que resulta de las relaciones existentes entre los elementos vivos de una área dada.
- **Turismo Social:** es el conjunto de relaciones y fenómenos que proviene de la participación en el campo del turismo de estrato sociales económicamente débiles, participación que se hace posible o se facilita por medidas de carácter bien definido, pero que implican un predominio de la vida de servicio y no la del lucro.
- **El Turista :**Se entiende por turista a toda persona sin distinción de raza, sexo, lengua y religión que entre en un lugar distinto de aquel donde tiene fijada su residencia habitual y que permanezca en el más de 24 horas y menos de 6 meses con fines de turismo y sin propósito de inmigración.

- **Clase Privilegiada:** son las personas que por situación política o social disponen de sobrados medios para viajar por el extranjero y dentro del ámbito Nacional, siendo precisamente los pioneros del turismo.
- **Clase Burguesa:** son en general personas de la clase media: profesionales, funcionarios o empleados de categoría elevada que suelen disfrutar de cierta soltura económica y poseen un grado considerable de cultura.
- **Clase Juvenil:** son en su mayor número de estudiantes, que han sido objeto de estudio en algunos países en los cuales se han creado albergues y servicios especiales, rebajas en las tarifas ferroviarias y otras ventajas diversas.
- **Clase Popular:** constituida por los trabajadores asalariados, cuya incorporación, al turismo es relativamente reciente, debido fundamentalmente al sistema de vacaciones pagadas.
- **Tour:** es un recorrido cuya duración no excede de 24 horas, se realiza de una misma localidad o sus alrededores más cercanos e incluye: transporte colectivo con o sin guía, entradas a monumentos o estacionamiento diversos en algunos casos pensión alimenticia.
- **Ruta:** es la vía a seguir con un origen y un destino diferente, que sirve de base para la creación de los itinerarios. Lo que determina la ruta son una serie de valores paisajísticos, culturales, humanos y naturales, que realizan el centro lineal de atención.
- **Itinerario:** es el recorrido establecido trazando en los mapas correspondientes y que comprende: punto de origen, punto de toque y punto definitivo del destino.
- **Estructura:** es el conjunto de recursos que se desarrollan sobre la infraestructura concurren en la prestación de los servicios turísticos y comprende: alojamiento, restaurante, instalaciones recreativas, agencias de turismo, oficinas de información, empresas de transportes y otras.
- **Tarifa Rack:** El precio máximo que un hotel puede cobrar por una habitación.



- **Infraestructura:** es el conjunto de medios físicos y económicos que constituyen la base de sustentación para el desarrollo de cualquier sector y por ende del turismo, comprende: aeropuerto, puerto, sistema vial (autopistas, carreteras, y caminos.), acueductos, electricidad, telecomunicaciones, instalaciones hospitalarias, transporte (aéreo, terrestre, marítimo, fluvial, ferroviario) y aseo urbano.
- **Recursos Turísticos:** es todo aquello que posee características que implican un atractivo para el turismo, bien sea de carácter natural de esparcimiento y recreación, histórico - cultural.
- **Balanza Turística:** Confrontación del ingreso de divisas, producto de la entrada de visitantes extranjeros en un Estado con el egreso de divisas efectuadas por sus nacionales que salen al extranjero.
- **Producto Turístico:** Constituido por el conjunto de aspectos tanto naturales y culturales como estructurales que hacen de un lugar un atractivo para su visita. La primera parte del producto turístico la constituyen los servicios creados para facilitar la permanencia del hombre en los lugares distantes al habitual. En la otra parte tratamos de estudiar aquellos elementos naturales y culturales que por sus características propias poseen lo necesario para que individuo pueda satisfacer plenamente sus actividades y motivaciones turísticas.
- **Valores Turísticos:** Son los aspectos materiales o inmateriales que en un Estado o región que por su atractivo para las personas de otros lugares son subjetivamente susceptibles de convertirse en motivo turístico.
- **Conciencia Turística:** conjunto de actitudes y comportamiento de los habitantes de un lugar turístico, que humanizan la recepción de turista a través de la hospitalidad y comprensión. Conocimiento de los lugares y locales para los turistas, que sin llegar al servilismo conduce a una convivencia cordial.
- **Núcleo Receptor:** es una zona privilegiada de reputación turística que posee centros urbanos, que son simplemente proveedores de servicios: infraestructura vial, planta turística general, espacio geográfico



potencialmente explotable, compuesta de varias células que cubren integralmente todas las necesidades turísticas.

- **Corriente Turística:** conjunto de personas que con fines turísticos se desplazan de un lugar a otro, constituyendo un caudal continuo con características especiales para la realización de actividades ajenas a las de rutina.
- **Mercado Turístico:** El término mercado está relacionado con las actividades de compra-venta (oferta y demanda), que el caso turístico se refiere a los servicios que demandan los clientes potenciales, y la oferta de servicios por parte de las empresas prestadoras de los mismos.
- **Guía de Turismo:** Personas con profundos conocimientos sobre patrimonio y servicios turísticos, facultada para acompañar, dirigir, ayudar e informar a los largo de itinerarios en autobús, automóvil, ferrocarril, u otro medio de transporte. Su función es muy amplia: dar explicaciones históricas o de otra índole, ayuda en los turistas en los trámites y gestiones aduanales, migratorias y de sanidad, dispone lo relativo a hospedaje y alimentación, planea, aconseja acerca de viajes auxilia en el manejo de equipajes y puede encargarse del cobro de pasajes. Su acción puede prolongarse más allá del viaje y realizar la labor de guía local.
- **Folleto:** es un sistema de publicidad directa e instrumento de información elaborado en forma escrita y complementada en forma gráfica. En Turismo específicamente es un medio publicitario o de información turística. Despegables y con páginas generalmente con una medida de 10x22 cm., contiene texto e ilustraciones.
- **Manual:** es un instrumento de trabajo elaborado en forma escrita, que contiene una recopilación de información especializada sistematizada y actualizada. En Turismo se define como una edición con criterio catalográfico destinado específicamente al profesional, su información es de formalidades fronterizas, transportes, horarios, tarifas y otros.

- **Boletos:** se entiende por boleto o ticket al contrato establecido entre la línea aérea y las agencias de viajes con el pasajero y donde se estipulan las condiciones del servicio del transporte.
- **Voucher:** Es el documento que lleva implícito una orden de prestación de uno o varios servicios, siendo a su vez, un comprobante de pago y de reservación de dicho servicios.
- **Relieve:** Existen relieves beneficiosos, como son los montes repletos de árboles, pero también los perjudiciales como son los volcanes que pueden afectar el terreno ya sea por la ceniza o por el riesgo de explosión magmática.
- **Deforestación:** sin duda la deforestación es un factor que afecta en gran manera la tierra puesto que los árboles y plantas demoran mucho en volver a crecer y son elementos importantes para el medio ambiente.
- **Incendios forestales:** Se le podría llamar un tipo de deforestación con efectos masivos y duraderos al terreno. La tierra que ha sido expuesta al incendio se demora cientos de años para volverse a utilizar.
- **Turismo sostenible:** Es el proceso que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer sus necesidades", buscando según el Consejo Interamericano para el Desarrollo Integral de la OEA (1997), la asociación íntima de la actividad económica con la naturaleza.
- **Productividad:** Productividad puede definirse como la relación entre la cantidad de bienes y servicios producidos y la cantidad de recursos utilizados. En la fabricación la productividad sirve para evaluar el rendimiento de los talleres, las máquinas, los equipos de trabajo y los empleados.
- **Calentamiento Global:** Es un incremento, en el tiempo, de la temperatura media de la atmosfera terrestre y de los océanos. La teoría del calentamiento global postula que la temperatura se ha elevado desde finales del siglo XXI debido a la actividad humana.





- **Efecto Invernadero:** Se denomina efecto invernadero al fenómeno por el cual determinados gases, que son componentes de una atmósfera planetaria, retienen parte de la energía que el suelo emite por haber sido calentado por la radiación solar. Afecta a todos los cuerpos planetarios dotados de atmósfera.
- **Endémico:** Se dice de la especie que habita exclusivamente en determinado territorio se dice de la especie que habita exclusivamente en determinado territorio
- **Nativo:** Es un término que, en sentido amplio, se aplica a todo aquello que es relativo a una población originaria del territorio que habita, cuyo establecimiento en el mismo precede al de otros pueblos.
- **Operadora turística:** Es una agencia de viajes o una sociedad mercantil que se dedica de manera habitual y profesional a asesorar y/o vender y/o organizar viajes u otros servicios turísticos. El papel de la agencia turística es el de intermediario entre la persona que demanda turismo y la persona que ofrece esa demanda y que es productor de bienes o servicios turística.
- **Administración Ambiental:** Es la organización que establece un estado para llevar a cabo la gestión ambiental. Comprende la estructura y funcionamiento de las instituciones para orientar y ejecutar los procesos, la determinación y procedimientos y la operación de las acciones derivadas.
- **Aprovechamiento Sustentable:** Es la utilización de organismos, ecosistemas y otros recursos naturales en niveles que permitan su renovación sin cambiar su estructura general.
- **Áreas Naturales Protegidas:** Son áreas de propiedad pública o privada, de relevancia ecológica, social, histórica, cultural y escénica, establecidas en el país de acuerdo con la ley, con el fin de impedir su destrucción y procurar el estudios y conservación de especies, plantas, animales y ecosistemas.
- **Auditoría Ambiental:** Consiste en el conjunto de métodos y procedimientos de carácter técnico que tienen por objeto verificar el cumplimiento de las normas de protección del medio ambiente y obras y proyectos de desarrollo



y en el manejo sustentable de los recursos naturales ocultos forma parte de la auditoría.

- **Calidad Ambiental:** El control de la calidad ambiental tiene por objeto prevenir, delimitar y evitar actividades que generen efectos nocivos y peligrosos para la salud humana o deterioren el medio ambiente.
- **Conservación:** Es la administración de la biosfera de forma tal que asegure su aprovechamiento sustentable.
- **Contaminación:** Es la presencia en el ambiente de sustancias, elementos, energía o combinación de ellas, en concentraciones y permanencias superiores o inferiores a las establecidas en la legislación vigente.
- **Control Ambiental:** Es la vigilancia, inspección y aplicación de medidas para mantener o recuperar características ambientales apropiadas para la conservación y mejoramiento de los seres naturales y sociales.
- **Derechos Ambientales:** Son aquellos compartidos por la comunidad para gozar de un medio ambiente sano y libre de contaminación.
- **Impacto Ambiental:** Es la alteración positiva o negativa del medio ambiente, provocada por un proyecto en un área determinada.

## **2.4 HIPÓTESIS Y VARIABLES.**

### **2.4.1 Hipótesis General.**

La creación de una operadora turística contribuirá al desarrollo del agroturismo el cantón Naranjito.

### **2.4.2 Hipótesis Particulares.**

1.- Un estudio de mercado contribuirá a determinar cuáles son las causas que están afectando el desarrollo turístico económico del cantón Naranjito.

2.-La elaboración de un inventario turístico permitirá aprovechar los recursos naturales para desarrollo económico del cantón Naranjito.

3.-Una adecuada promoción turística ayudará a incentivar el turismo a nivel nacional e internacional.

Los diferentes medios de financiamiento en empresa pública y privada contribuyen a la ejecución de proyectos turística en el cantón Naranjito.

Un plan de capacitación en competencias laborales contribuirá a la eficiencia y eficacia del negocio.

Un plan estratégico ayudará a la supervivencia, rentabilidad y expansión del negocio.

### 2.4.3 Declaración De Variables

Hipótesis	Variable Independiente	Variable Dependiente.
<p><b>General</b></p> <p>La creación de una operadora turística contribuirá al desarrollo del agroturismo del cantón Naranjito</p>	Desarrollo del agroturismo	Diseño de una operadora
<p><b>Particular No.1</b></p> <p>Un estudio de mercado contribuirá a determinar cuáles son las causas que están afectando el desarrollo turístico económico del cantón Naranjito.</p>	Estudio de mercado	Desarrollo turístico económico.
<p><b>Particular No.2</b></p> <p>La elaboración de un inventario turístico permitirá aprovechar los recursos naturales para desarrollo económico del cantón Naranjito.</p>	Inventario turístico	Aprovechar los Recursos naturales y culturales
<p><b>Particular No.3</b></p> <p>Una adecuada promoción turística ayudará a incentivar el turismo a nivel nacional e internacional.</p>	Promoción turística	Incentivar el turismo
<p><b>Particular No.4</b></p> <p>Los diferentes medios de financiamiento en empresa pública y privada contribuyen a la ejecución de proyectos turística en el cantón Naranjito.</p>	Diferentes medios de financiamiento	Ejecución de proyectos

<p><b>Particular No.5</b></p> <p>Un personal por competencia contribuirá a la eficiencia y eficacia del agroturismo.</p>	<p>Contribuirá al desarrollo del agroturismo.</p>	<p>Personal por Competencia.</p>
<p><b>Particular No.6</b></p> <p>Un plan estratégico ayudará a la supervivencia, rentabilidad y expansión del negocio.</p>	<p>Ayudará a la rentabilidad del negocio.</p>	<p>Plan Estratégico</p>

#### 2.4.4 Operacionalización de las Variables.

Variable Independiente	Conceptualización
Operadora Turística	Demanda: Es una agencia de viajes o una sociedad mercantil que se dedica de manera habitual y profesional a asesorar y/o vender y/o organizar viajes u otros servicios turísticos. El papel de la agencia turística es el de intermediario entre la persona que demanda turismo y la persona que ofrece esa demanda y que es productor de bienes o servicios turística.
Variable Dependiente	Indicadores
Desarrollo del Agroturismo	Incremento de turistas en la ciudad, satisfacción de los habitantes, desarrollo económico – social del cantón, desarrollar el turismo y agroturismo en el cantón, evitar la migración a otras ciudades en el tiempo libre.

## CAPITULO III

### MARCO METODOLOGICO

#### 3.1 TIPO Y DISEÑO DE LA INVESTIGACION Y SU PERSPECTIVA GENERAL

La investigación que estamos desarrollando es de diseño no experimental de tipo Explicativo, debido al problema que se está presentando y los objetivos a conseguir ya que en el estudio se determinara la situación del turismo y agroturismo en el cantón y las necesidades que presentan sus habitantes.

#### 3.2 LA POBLACION Y LA MUESTRA

##### 3.2.1 Características de la población.

Para el estudio de este problema y la ejecución de este proyecto es importante definir la población dedicada a la agricultura y quienes estén interesados y en capacidad de practicar del agroturismo, considerando la población del cantón naranjito y sus recintos.

Nota: Los datos presentados en las tablas estadísticas fueron otorgados por cada uno de los habitantes del sector.

$$n = \frac{Np q}{\frac{(N - 1) E^2 + p q}{Z^2}}$$

Donde:

n = Tamaño de la muestra.

N = Tamaño de la población.

p = Posibilidad de que ocurra un evento, p = 0,5

q = Posibilidad de no ocurrencia de un evento, q = 0,5

E = Error, se considera el 5%; E= 0,05

Z = Nivel de confianza, que para el 95%, Z = 1,96

$$n = \frac{(31.756) (0,5) (0,5)}{\frac{(31.756 - 1) 0,05^2 + (0,5) (0,5)}{(1,96)^2}}$$

$$n = \frac{7.939}{\frac{(31.755) 0,0025 + 0,25}{(1,96)^2}}$$

$$n = \frac{7.939}{21,7852918}$$

$$n = 364,42$$

Por lo tanto se va a trabajar con una muestra de 364 habitantes a los que se les va aplicar una encuesta.

### 3.2.2 Delimitación de la Población

### 3.2.3 Tipo de Muestra

Nuestro estudio se basa en la muestra probabilística y de tipo aleatoria simple, debido a que todos los habitantes podrán sugerir y de los cuales se podrá obtener información para modificar soluciones al estudio que estamos realizando.

### 3.2.4 Tamaño de la Muestra

### 3.2.5 Proceso de Selección

A través de un estudio y un análisis se seleccionó a los habitantes del cantón Naranjito del área central debido a que la población es bastante amplia, las cuales contribuirán de manera acertada a cada una de las encuestas a realizarse a

miembros de Instituciones Públicas y privadas, instituciones educativas con su personal docente y estudiantes.

### **3.3 LOS METODOS Y LAS TECNICAS.**

#### **Métodos Teóricos**

Entre los métodos teóricos tenemos el método Histórico, pues está vinculado al conocimiento de las distintas etapas de los objetos en su sucesión cronológica, para conocer la evolución y desarrollo del objeto o fenómeno de investigación se hace necesario revelar su historia, las etapas principales de su desenvolvimiento y las conexiones históricas fundamentales.

Mediante el método histórico se analiza la trayectoria concreta de la teoría, su condicionamiento a los diferentes períodos de la historia. Los métodos lógicos se basan en el estudio histórico poniendo de manifiesto la lógica interna de desarrollo, de su teoría y halla el conocimiento más profundo de esta, de su esencia.

También se utilizó el método sintético porque es un proceso mediante el cual se relacionan hechos aparentemente aislados y se formula una teoría que unifica los diversos elementos. Consiste en la reunión racional de varios elementos dispersos en una nueva totalidad, este se presenta más en el planteamiento de la hipótesis. El investigador sintetiza las superaciones en la imaginación para establecer una explicación tentativa que someterá a prueba.

En el método analítico, se distinguen los elementos de un fenómeno y se procede a revisar ordenadamente cada uno de ellos por separado.

#### **Métodos Empíricos**

Los métodos cuantitativo y cualitativo son ambos principalmente empíricos y emplean la observación. El ciclo empírico consiste en las siguientes fases:





Dentro de los métodos empíricos se utilizó el método de la observación porque es un método para reunir información visual sobre lo que ocurre, lo que nuestro objeto de estudio hace o cómo se comporta.

La observación descriptiva significa que usted no desea modificar la actividad en ninguna manera, usted apenas quiere registrarla tal como sucedería sin su presencia.

### **Método Lógico Deductivo**

Mediante él se aplican los principios descubiertos a casos particulares, a partir de un enlace de juicios.

Se va a trabajar con el Método Hipotético Deductivo; deductivo ya que es el procedimiento mediante el cual la actividad se convertirá en una práctica científica a través de varios pasos a seguir que son muy importantes para nuestro estudio, las cuales son: observación del fenómeno, deducción de consecuencias, comprobación de la verdad. (Permite combinar la reflexión con la observación de la realidad).

### **3.4 EL TRATAMIENTO ESTADISTICO DE LA INFORMACION**

Para el procesamiento y análisis de la tabulación de los datos correspondientes a este estudio, se utilizará gráficos de columnas y circular en cada una de las preguntas de las encuestas hechas y también se realizará la interpretación de las mismas, cada uno de estos cuadros estadísticos estarán con enumeración y pie de página y tendrá su propio índice de datos.

Así se logrará emitir los resultados estadísticos de forma rápida, y le da calidad y eficiencia al trabajo.



## CAPITULO IV

### ANALISIS E INTERPRETACION DE RESULTADOS

#### 4.1 ANALISIS DE LA SITUACION ACTUAL

Para presentar los resultados de la encuesta definida en el Capítulo IV del presente Proyecto, se procedió a tabular los datos obtenidos utilizando para ello la Hoja Electrónica de Microsoft Excel versión 2007.

En el proceso de recolección de datos se trabajo con una muestra de 364 personas entre ellos estudiantes, agricultores, personal docente, comerciantes y autoridades del Cantón Naranjito, en un periodo de 15 días, las mismas que fueron organizadas con unos días de antelación.

#### 4.2 ANALISIS COMPARATIVO, EVOLUCION TENDENCIA Y PERSPECTIVAS.

El cantón Naranjito (Poner los datos de Naranjito) se encuentra a 46 Km de Guayaquil, donde limita con cantones como: Yaguachi (Norte y Oeste), Naranjito (Sur), Simón Bolívar (Este). Con parroquias rurales como: Chobo, Cinco de Junio, Mariscal Sucre y Roberto Astudillo, posee una superficie de 401.1 Km<sup>2</sup> y una población de aproximadamente 140.103 habitantes. La Población Económicamente Activa (PEA) de la ciudad de Milagro, corresponde al 35,41% de la población urbana y al 46,50% de la población en edad de trabajar (PET), de este porcentaje, el 73,18% corresponde a fuerza laboral masculina y el restante 26,82% constituyen la fuerza laboral femenina. Del PEA, el 1,42% corresponde al trabajo infantil de niños y niñas de 5 a 14 años. En la ciudad de Milagro el 30,95% corresponde a la población económicamente activa empleada, el 62,78% de la población económicamente activa subempleada y el 6,27% es población desempleada.

Es un cantón con un potencial natural y cultural que no está siendo debidamente aprovechado es digno de encomio y admiración por su progreso en la agricultura, industria y comercio. Ocupa una importante zona agrícola, especialmente apta para la producción de piñas y caña de azúcar, además produce arroz, banano,

café, cacao, plátano, y toda clase de frutas tropicales. Se destacan los ingenios azucareros, que generan la mayor parte de la producción de azúcar del país.

Naranjito es un cantón potencialmente natural y cultural, sin embargo no existe una operadora de turismo o empresas, ni productos turísticos conocidos que se dediquen a la difusión de este paraíso natural que es la ciudad de Naranjito, de tal manera que se utilice adecuadamente los recursos naturales, culturales e infraestructura.

### 4.3 RESULTADOS

#### 1. ¿Sabe usted que es el Agroturismo?

Tabla 1. Porcentaje de conocimiento Que es el agroturismo.

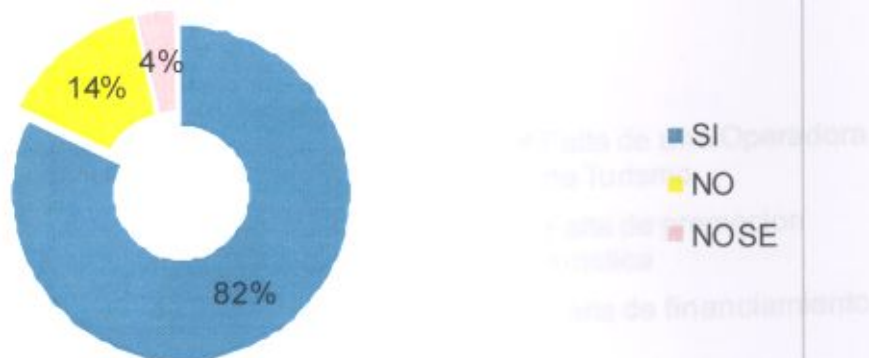
Validos	Frecuencia	Porcentaje
SI	299	82%
NO	52	14%
NO SE	13	4%
Total	364	100%

Fuente: Cantón Naranjito

Elaborado por: Sánchez Evelin – Urquiza Evelyn

Grafico 1. Porcentaje de Conocimiento que es el agroturismo.

¿Sabe usted que es el Agroturismo?



En la grafica se observa que el 82% de las personas saben que es el agroturismo sin embargo no se a incentivado esta actividad en el cantón, mientras tanto el 14% no y el 4% no tiene idea ni de que se trata el agro turismo.

Las personas están consientes que si se puede hacer turismo en el Cantón pero no existe una iniciativa adecuada para el desarrollo del turismo en el Cantón Naranjito.

2 ¿Piensa usted que el Cantón Naranjito no es un destino turístico debido?

Tabla 2. Alternativas porque no es un Destino Turístico.

Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Falta de una operadora	289	79%
Falta de Promoción Turística	38	11%
Falta de Financiamiento	37	10%
Total	364	100%

Fuente: Cantón Naranjito

Elaborado por: Sánchez Evelin – Urquiza Evelyn

¿Piensa usted que el Cantón Naranjito no es un destino turístico debido a?



Grafico 2. Alternativas porque no es un Destino Turístico.

Analizando los datos el 79% dice que Naranjito no es un destino turístico debido a la falta de una operadora de turismo así se demuestra lo necesaria que es para este cantón dicha agencia, mientras que el 11% falta de promoción y un 10% falta de financiamiento.

3 ¿Cree usted que el Cantón Naranjito puede ser desarrollado como un potencial turístico?

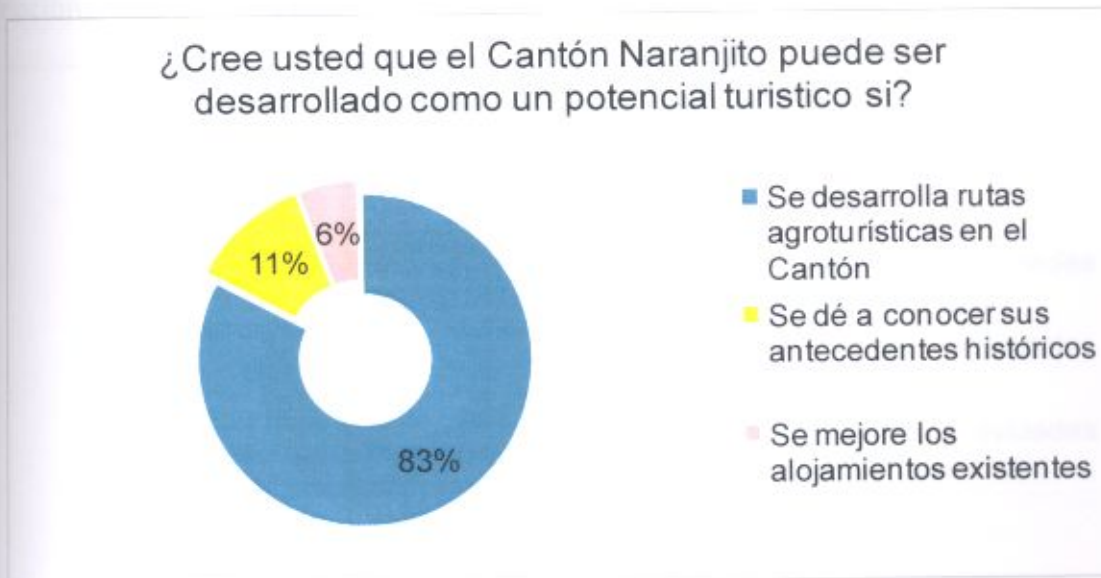
Tabla 3. Porcentaje del desarrollo Turístico del Cantón Naranjito.

Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Se desarrolla rutas agro turísticas en el Cantón	301	83%
Se dé a conocer sus antecedentes históricos	42	11%
Se mejora los alojamientos turísticos	21	6%
Total	364	100%

Fuente: Cantón Naranjito

Elaborado por: Sánchez Evelin – Urquiza Evelyn

Gráfico 3. Porcentaje del desarrollo Turístico del Cantón Naranjito.



En este análisis se ve claramente la inclinación de las personas hacia lo propio de su cantón como es el desarrollo de las rutas agro turísticas, pero vale recalcar que para un 11% es importante la historia del cantón, 6% que se deben mejorar los alojamientos existentes y un 83% que se desarrollen rutas agro turísticas.



4. ¿Le gustaría que la ciudad de Naranjito sea conocida a nivel nacional e internacional por?

Tabla 4. Porcentaje de la ciudad de Naranjito para ser conocida nivel nacional e Internacional.

Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Sus actividades turísticas	332	91%
Sus Actividades Políticas	20	6%
Sus Actividades Económicas	12	3%
Total	364	100%

Fuente: Cantón Naranjito

Elaborado por: Sánchez Evelin – Urquiza Evelyn

Grafico 4. Porcentaje de la ciudad de Naranjito para ser conocida a nivel nacional e internacional.



Según los datos obtenidos un 91% de personas necesitan que su ciudad se dé a conocer por los sitios que en el existen, mientras que 6% por sus actividades políticas y el 3% restante por sus actividades económicas.



5. ¿Considera usted que el Cantón Naranjito para su desarrollo turístico debe poseer lugares como?

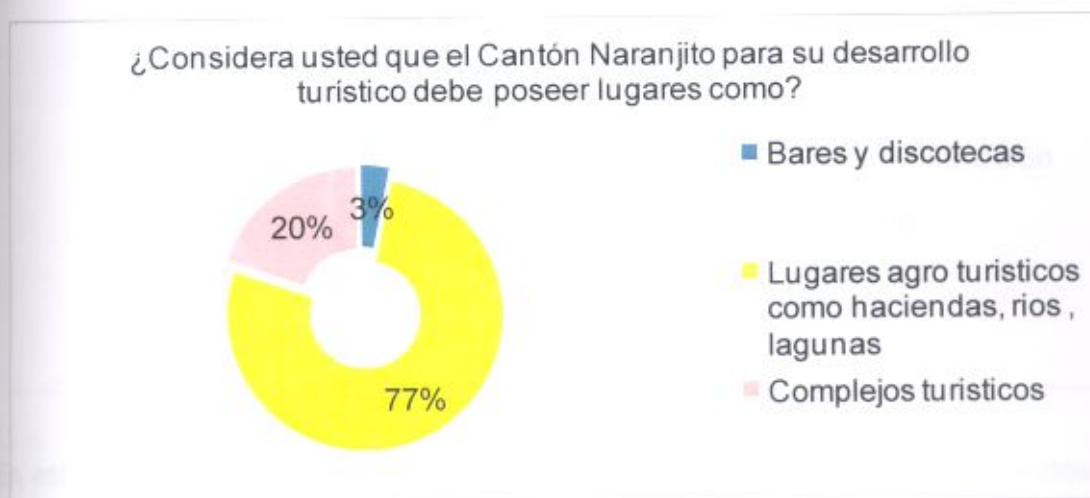
Tabla 5. Porcentaje del Cantón Naranjito posee lugares para el desarrollo turístico.

Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Bares y Discotecas	12	3%
Lugares agro turísticos como (haciendas, ríos lagunas)	280	77%
Complejos deportivos	72	20%
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100%</b>

Fuente: Encuesta realizada por las autoras

Elaborado por: Sánchez Evelin – Urquiza Evelyn

Grafico 5. Porcentaje del Cantón Naranjito posee lugares para el desarrollo turístico.



Los resultados muestran claramente que un 77% de personas se inclinan hacia los lugares agros turísticos, un 20% hacia los complejos turísticos y un porcentaje totalmente bajo como el de 3% hacia los bares y discotecas.



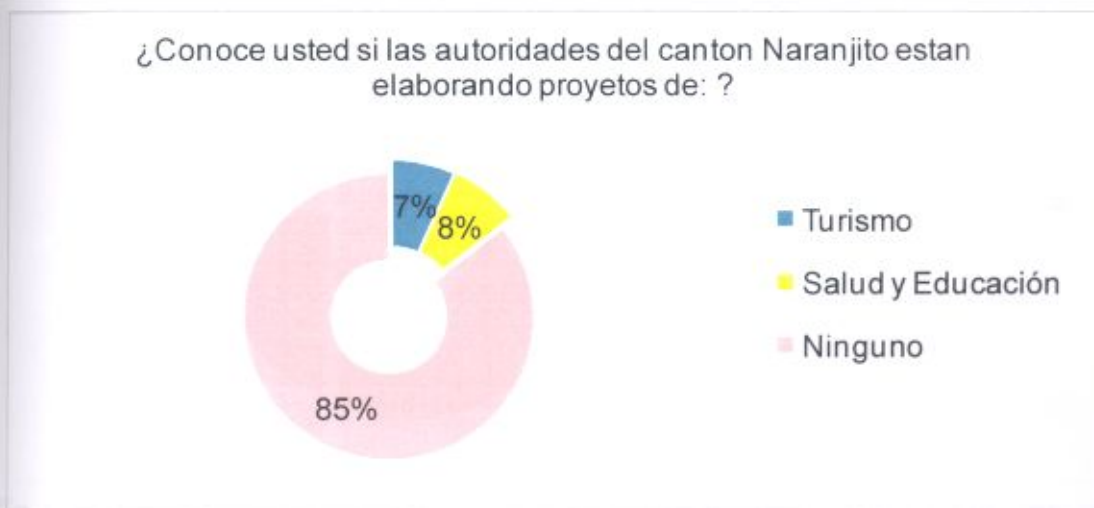
6. ¿Conoce usted si las autoridades del cantón Naranjito están elaborando proyectos de?

Tabla 6. Porcentaje de las autoridades del Cantón Naranjito están elaborando proyectos de turismo.

Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Turismo	25	7%
Salud y Educación	28	8%
Ninguno	311	85%
Total	364	100%

Fuente: Cantón Naranjito  
Elaborado por: Sánchez Evelin – Urquizo Evelyn

Grafico 6. Porcentaje de las autoridades del Cantón Naranjito están elaborando proyectos de turismo.



En este análisis el 85% de las personas indican que no conocen de proyectos a realizarse a un futuro en su ciudad natal, 8% conoce sobre proyectos de salud y educación y un 7% acerca de proyectos turisticos.

7. ¿La creación de una Operadora de Turismo en el Cantón Naranjito cree usted que es?

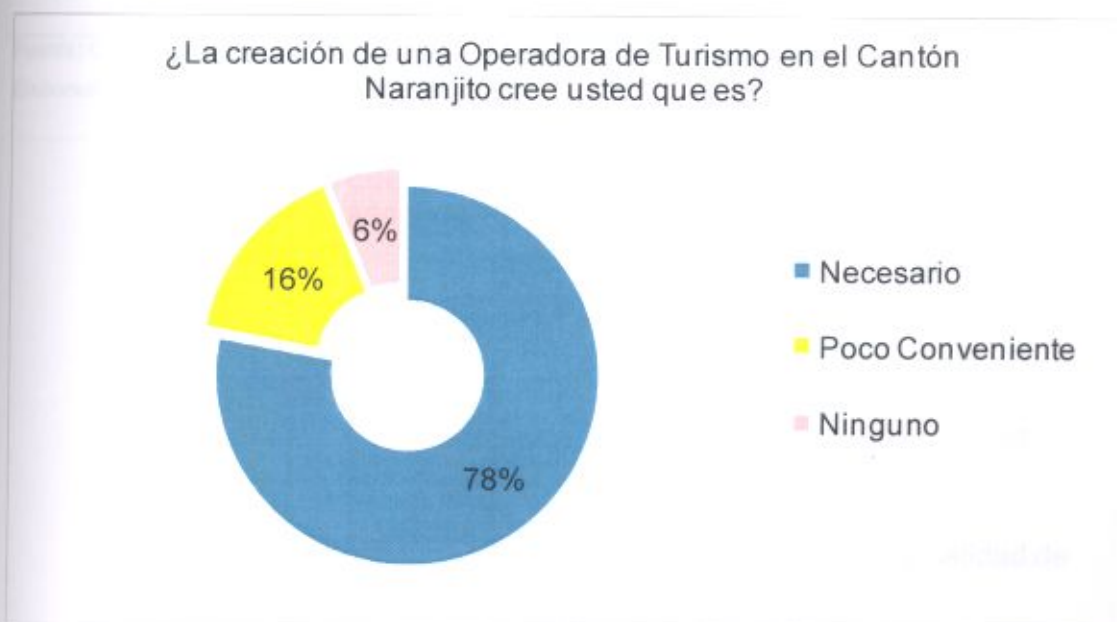
Tabla 7. Porcentaje la creación de una Operadora de Turismo.

Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Necesario	284	78%
Poco Conveniente	58	16%
Ninguno	22	6%
Total	364	100%

Fuente: Cantón Naranjito

Elaborado por: Sánchez Evelin – Urquiza Evelyn

Grafico 7. Porcentaje de las autoridades del Cantón Naranjito están elaborando proyectos de turismo.



En esta grafica se observa que un 78% se ve afectado por la falta de una Operadora de Turismo la gran parte de las personas ven conveniente la existencia de esta entidad, un 16% lo considera poco conveniente y un 6% no muestran interés.

8. ¿Considera usted que el Cantón Naranjito necesita una Operadora de Turismo para?

Tabla 8. Porcentaje de la necesidad de una Operadora de Turismo.

Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Incentivar el Turismo-Agroturismo en el Cantón	252	69%
Atraer a visitantes	65	18%
Mejorar la calidad de vida	47	13%
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Elaborado por: Sánchez Evelin – Urquiza Evelyn

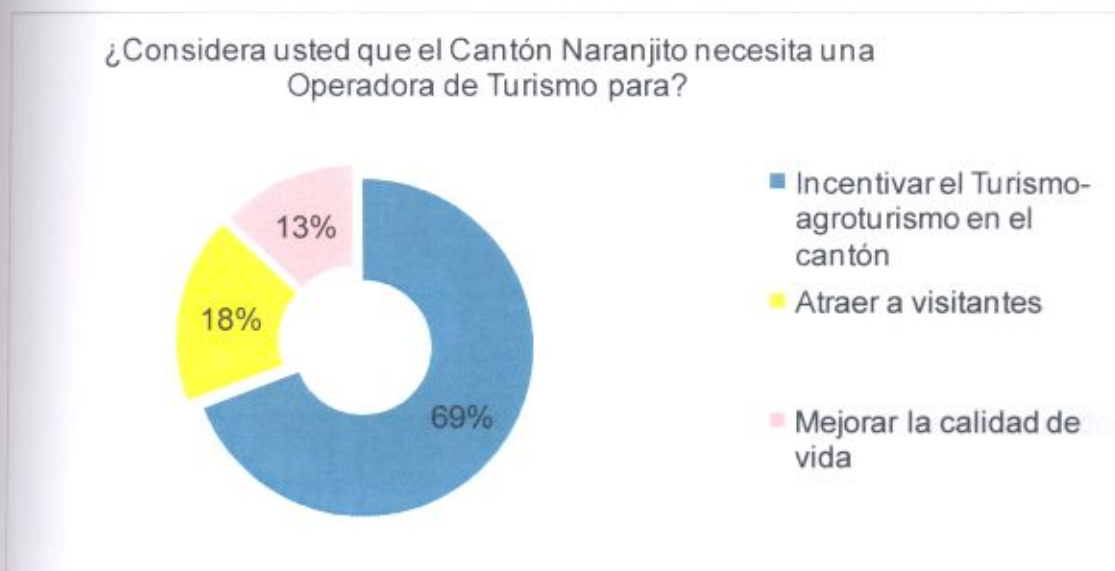


Grafico 8. Porcentaje de la necesidad de una Operadora de Turismo.

Este grafico nos indica que un 69% de las personas siguen inclinadas hacia el agroturismo, un 13% a mejorar la calidad de vida y 18% se enfocan por atraer a visitantes.

9. ¿Piensa usted que la promoción turística contribuiría a que el Cantón Naranjito tenga mayor afluencia turística?

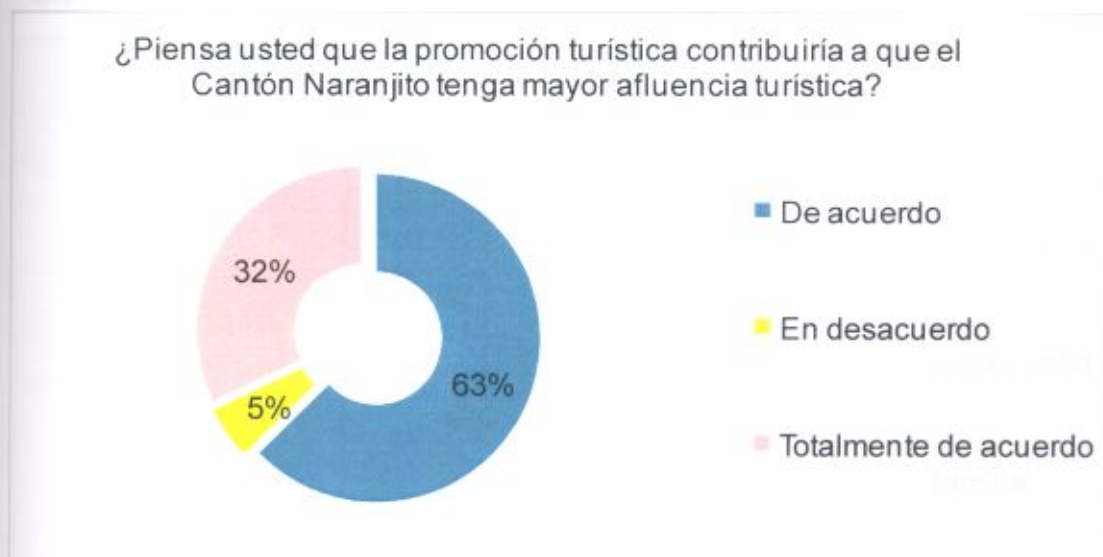
Tabla 9. La promoción turística contribuirá a la mayor afluencia turística

Válidos	Frecuencia	Porcentaje
De acuerdo	228	63%
En desacuerdo	19	5%
Totalmente de acuerdo	117	32%
<b>Total</b>	<b>364</b>	<b>100%</b>

Fuente: Cantón Naranjito

Elaborado por: Sánchez Evelin – Urquizo Evelyn

Grafico 9. La promoción turística contribuirá a la mayor afluencia turística en el cantón naranjito.



Según los resultados de esta investigación el 63% está de acuerdo con la promoción turística, un 32% totalmente de acuerdo y un 5% en desacuerdo.

10. ¿En su tiempo libre usted prefiere:

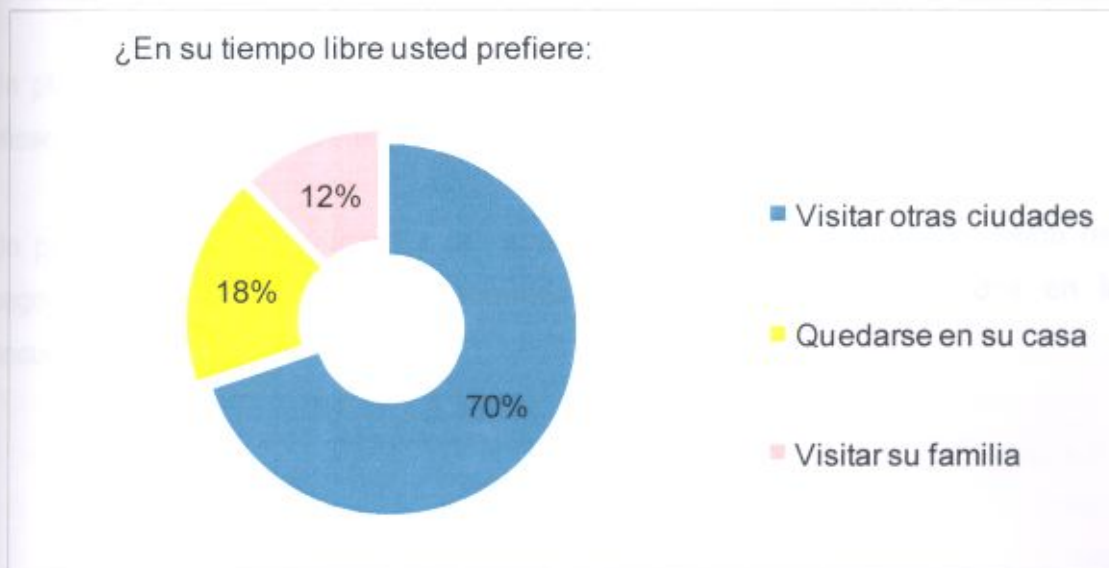
Tabla 10. Porcentaje de preferencias en el tiempo libre.

Válidos	Frecuencia	Porcentaje
Visitar otras ciudades	254	73%
Quedarse en su casa	66	19%
Visitar su familia	44	8%
Total	364	100%

Fuente: Cantón Naranjito

Elaborado por: Sánchez Evelin – Urquiza Evelyn

Grafico 10. Porcentaje de preferencias en el tiempo libre.



Con razón un 70% de personas al ver que en su cantón no existe ningún tipo de entretenimiento buscan el esparcimiento en otras ciudades donde existe el relax y vemos que un 12% prefieren visitar su familia y el 18% están conformes con lo que existe en Naranjito.

#### 4.4 VERIFICACION DE HIPOTESIS.

Un estudio de mercado contribuirá a determinar cuáles son las causas que están afectando el desarrollo turístico económico del cantón Naranjito. Esta hipótesis con los resultados de la encuesta queda aceptada

La elaboración de un inventario turístico permitirá aprovechar los recursos naturales para desarrollo económico del cantón Naranjito. Hipótesis queda confirmada de que si se puede aprovechar los recursos naturales.

Una adecuada promoción turística ayudará a incentivar el turismo a nivel nacional e internacional. Esta hipótesis queda confirmada de que si es necesaria la promoción turística.

Los diferentes medios de financiamiento en empresa pública y privada contribuyen a la ejecución de proyectos turísticos en el cantón Naranjito. Esta hipótesis con los resultados de la encuesta queda aceptada.

Un plan de capacitación en competencias laborales contribuirá a la eficiencia y eficacia del negocio. Totalmente queda comprobada esta hipótesis.

Un plan estratégico ayudará a la supervivencia, rentabilidad y expansión del negocio. Esta hipótesis queda afirmada con los resultados obtenidos en la encuesta.

## **CAPITULO V**

### **PROPUESTA**

#### **5.1 TEMA**

CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA PARA PROMOCIONAR EL AGROTURISMO SOSTENIBLE EN EL CANTÓN NARANJITO.

#### **5.2 FUNDAMENTACION**

Las Operadoras de Turismo son empresas que sirven de enlace profesional entre el turista y las empresas turísticas nacionales y extranjeras.

Durante mucho tiempo se les ha considerado empresas de apoyo, sin tomar en cuenta que han desarrollado sus funciones originales y generando nuevas, para convertirse en uno de los factores importantes en la comercialización de la oferta turística a niveles local, regional, nacional e internacional, al provocar y canalizar de manera directa el desplazamiento individual y masivo.

Por un lado es representante activo de hoteles, las líneas aéreas, ferrocarrileras y de auto transporte; arrendadoras de automóviles, etc., al concentrar un elevado porcentaje de ventas anuales a solicitud del turista; pero también es necesario señalar que las Operadoras de Turismo provocan un alto volumen de ventas que de otra forma no se originarían ya que juegan un papel muy importante de promoción profesional de recursos turísticos de interés mundial.

De acuerdo con lo planteado, puede concluirse que las Agencias de Viajes ocupan un sitio estratégico en el desarrollo y explotación racionales del sector turístico, todo ello derivado de su labor en la comercialización del producto turístico. También es obvio que para desempeñar adecuadamente su labor, debe existir un conocimiento profesional de las técnicas operacionales que han surgido a través de los años de existencia de este tipo de empresa eminentemente turística.

Las operadoras de turismo son empresas que se especializan en diferentes tipos de servicios en beneficio del viajero tales como reservación de boletos y

alojamiento en hoteles, programación de tours, arrendamiento de autos, etc.; y que acercan el producto turístico al cliente. Las Operadoras de turismo se clasifican en mayoristas, que se encargan de elaborar los paquetes turísticos para ofrecerlos a los minoristas que son las que tienen contacto directo con el cliente al momento de vendérselos.

Algunas funciones de las agencias de viajes es asesorar y dar información al cliente, es mediadora, es decir, saca los pasajes y es productora ya que, confecciona los productos de los servicios que se vende. En el caso de los minoristas su principal labor es vender los paquetes ofrecidos por los mayoristas.

Para el desarrollo del turismo en el cantón Naranjito es preciso llevar a cabo el proyecto que estamos emprendiendo como es la Creación de una Operadora de Turismo que ayudara en el ámbito social y económico de los pobladores.

Para que el proyecto revierta en un mayor bienestar para los habitantes de Naranjito, el control de éste debe corresponder en todo momento a la población, siendo la población local quien debe continuar manteniendo el poder de decisión sobre los aspectos que afectan al futuro del cantón.

El desarrollo del agroturismo y del turismo rural se fundamenta en la conservación de los recursos naturales en tanto que reclamo principal de turistas y, consecuentemente, fuente principal de ingresos.

Para que el agroturismo se convierta en una realidad en Naranjito son imprescindibles varias actuaciones de carácter divulgativo con objeto de dar a conocer la oferta de los atractivos y actividades que ofrece el cantón.

En el contexto de lo expuesto, resulta importante la aparición de una operadora de turismo que se enfoque en el agroturismo.





Esta propuesta no solo se propone al agroturismo, sino también a desarrollar el turismo en general del cantón, a brindar a la ciudad de Naranjito un mayor desarrollo económico para sus habitantes.

Como empresa nuestra visión es ser líder en el mercado y muy reconocidos por el desarrollo turístico, por la calidad de los productos a ofrecer y sobre todo el profesionalismo del personal.

Como empresa nuestra misión es dar soluciones en el ámbito turístico enfocadas en dar la mejor solución a los clientes aprovechando los recursos existentes.

Las Operadoras de turismo cumplen una importante función en el mercado hotelero, ya que, son ellas quienes acercan el producto a los clientes y potenciales huéspedes. También concluimos que por este servicio les queda una ganancia de un 10% tanto a los mayoristas como a los minoristas.

Es importante conocer cuál es el procedimiento que se hace para vender un paquete turístico al cliente. Este consiste en indagar primordialmente en las necesidades, deseos y/o expectativas del cliente, y buscar toda la información necesaria para realizar su reservación con toda comodidad. Al momento que el cliente se decide por un paquete determinado, este puede cancelarlo con la forma de pago que desee.

Luego se le será entregado un voucher que el cliente deberá presentar en el hotel, al momento del check in, para gozar de todos los beneficios que ya canceló. También recordemos que los hoteles le dan a las operadoras de turismo, viajes de familiarización con la finalidad de que conozcan el producto que están vendiendo, ya que cuando una persona conoce el producto, puede venderlo con más seguridad.

Las Operadoras de Turismo, como un negocio igual a cualquier otro, producen ganancias a sus propietarios e inversionistas. Por esto, la supervivencia de una Operadora de Turismo depende de la efectividad con que cada agente tome las

decisiones que le permitan competir con muchas otras industrias que andan en busca de consumidores.

Una vez definido y elaborado los productos que integran la oferta que la operadora de turismo presentará en los distintos mercados, se procede al estudio y desarrollo de los programas en los cuales se sustentaran las actividades de promoción y publicidad que la empresa deberá encarar con miras a su comercialización.

### **5.3 JUSTIFICACION**

Al hablar del negocio turístico y especialmente de agencias de viajes, necesariamente hay que comenzar por referirse a aquellos pioneros que muchísimo tiempo antes de que el turismo se manifestara como un fenómeno capaz de generar beneficios económicos y sociales para una población, ya comercializaban con éxito en esta actividad.

Razón por la cual es necesario referirse a Thomas Cook y Henry Wells, quienes por rara coincidencia comienzan sus actividades en este campo en el mismo año 1841. Evidentemente es mucho lo que la actividad turística debe a Thomas Cook & sons y American Express, esta última creada en 1850. Y de manera muy especial a Thomas Cook, reconocido como el primer agente de viajes profesional dedicado tiempo completo a su actividad. Cook comienza en 1841 fletando un tren para transportar 540 personas en un viaje de ida y vuelta entre las ciudades Leicester y Loughborough, distantes 22 millas una de otra, para asistir a un congreso de alcohólicos. Efectuó todos los arreglos del viaje sin pretender obtener, ni pretender por otra parte, ningún tipo de beneficio personal, pero inmediatamente se dio cuenta del potencial existente en otros tipos de personas para los cuales también se podrían organizar viajes.

El objeto de la excursión de Cook era convencer a los trabajadores que era mejor pasar el día en la campiña que emborrachándose en una taberna. Y es así que en 1845 inicia su actividad de tiempo completo como organizador de excursiones. Comienza con las características de lo que hoy conocemos como un tour y desde

un principio su principal preocupación fue elaborar tours de acuerdo con el interés y la conveniencia del turista, lo que seguramente contribuyó en gran medida a su éxito como agente de viajes. Ya en el mismo año de 1845, con motivo de una excursión que organizara al puerto de Liverpool y a Gales, desde la ciudad de Leicester, el condado donde él residía preparó para los participantes lo que llamó el "handbook of the trip" que constituye el primer itinerario de viajes descriptivo para clientes.

A fin de que los trabajadores pobres viajaran, Cook llevó a cabo negociaciones para que establecieran precios especiales las compañías ferroviarias. Se fijó un precio para los grupos y otro para los pasajeros individuales. Son innumerables los aportes de Cook en su calidad de agente de viajes a la industria turística. En 1846 se efectuó el primer tour con empleo de guías. Llevando a 350 personas en un viaje a través de Escocia. En 1850 Thomas Bennet crea el individual inclusive tour conocido como el IIT. Cook que hasta ese momento se dedicaba a los viajes en grupo, lo adopta inmediatamente y en el mismo año, en un solo mes vende 500 con la Great Eastern Railway. Como dato curioso se puede mencionar que los ferrocarriles le otorgaron el 30% de comisión.

En oportunidad de la primera exposición mundial realizada en Londres en 1851 y a la cual concurren 6 millones de personas, se calcula que no menos de 165000 personas hicieron uso de los servicios brindados por Cook para los arreglos de transporte y alojamiento. Cook comenzó a ampliar sus horizontes y en 1855 condujo un grupo a Holanda, Bélgica, Alemania y Francia. En 1863 organiza su primera gira a Suiza. Aseguro así su éxito como organizador de viajes por Europa, y estos primeros turistas y los miles que le siguieron constituyeron el incentivo para que los suizos desarrollaran su propia industria de hoteles y de transportes para turistas.

En 1867 crea el cupón de hotel, que hoy conocemos como "voucher" y en 1874 lanza lo que se llamó en ese entonces la "circular note", verdadera antecesora del

"traveler check" puesto que esta nota circular era aceptada por bancos, hoteles, restaurantes y casa comerciales en distintas partes del mundo. Uno de los últimos hechos relevantes de Cook, por su trascendencia, es la realización de la primera vuelta al mundo en viaje turístico que efectuara en 1872 con un grupo de 9 personas en la cual tardo 222 días. Pero es evidente que si bien Cook fue un pionero en el desarrollo del negocio de los viajes de turismo, tampoco fue el único. En todo negocio lucrativo rápidamente nace la competencia y ya en 1884 Henry Wells se convierte en el primer competidor serio de Cook en el negocio de organización de tours, especialmente entre los años de 1860 a 1880. Para el año de 1878 año en que se funda la primera agencia de viajes italiana se calculaba la existencia de unas 250 agencias de viajes funcionando en todo el mundo.

En el año de 1892 muere Thomas Cook, heredando esta empresa a su hijo el negocio, contando esta empresa en 1898 con 85 agencias en todo el mundo, en 1931 las empresas Wagons-Lits y Cook & sons, se fusionan creando Wagon-Lits viajes, esta empresa es la mas destacada del mundo y tiene en la actualidad 1600 oficinas en mas de 100 países. Para el año de 1999 Carlson Wagon Lit travel se integro con Thomas Cook, tomando el liderazgo a nivel mundial. Con el correr del tiempo el número de agencias de viajes fue aumentando y con ello fuero mejorando sus aportes al desarrollo de la industria turística en todo el mundo.

En 1928 en Estados Unidos comienza la actividad mayorista en turismo. Pero la mayor contribución de las agencias de viajes al desarrollo del turismo se produce a partir de 1950, con la entrada en el negocio turístico de una serie de empresas que si bien no pertenecía a la actividad, tenían una basta experiencia en otros campos de los negocios y contaban además con el dominio de las modernas técnicas del marketing.

Hacia 1950 el sector distributivo de la industria turística emprendió una mutación considerable, evolución debida a la tendencia hacia una mayor integración dentro



de la industria, como consecuencia de la entrada a la misma empresas que hasta entonces activas en esferas no relacionadas directamente con el turismo.

Siendo el turismo unas de las actividades económicas más significativa en la actualidad a nivel nacional e internacional, se ha visto la necesidad de crear una Operadora de Turismo en el Cantón Naranjito con la finalidad de ofertar paquetes turísticos para el mejoramiento y desarrollo de la comunidad.

Y a su vez mediante la creación de esta Operadora de Turismo se evitara el desplazamiento de sus habitantes hacia las grandes ciudades para satisfacer sus necesidades en su tiempo de ocio y disfrutar en familia o amigos. Además con la existencia de la Operadora de Turismo se podrá adquirir sus boletos y paquetes en su ciudad natal.

## **5.4 OBJETIVOS**

### **5.4.1 Objetivo General de la Propuesta**

Constituir una operadora de turismo con la capacidad de poder desarrollar con buenas estrategias el agroturismo en el cantón Naranjito, y brindar a nacionales y extranjeros un buen servicio que satisfaga sus necesidades.

### **5.4.2 Objetivos Específicos de la Propuesta**

Establecer estrategias que permitan a través de la Operadora de Turismo que el cantón Naranjito acceda a un mejor posicionamiento en el mercado a nivel nacional e internacional.

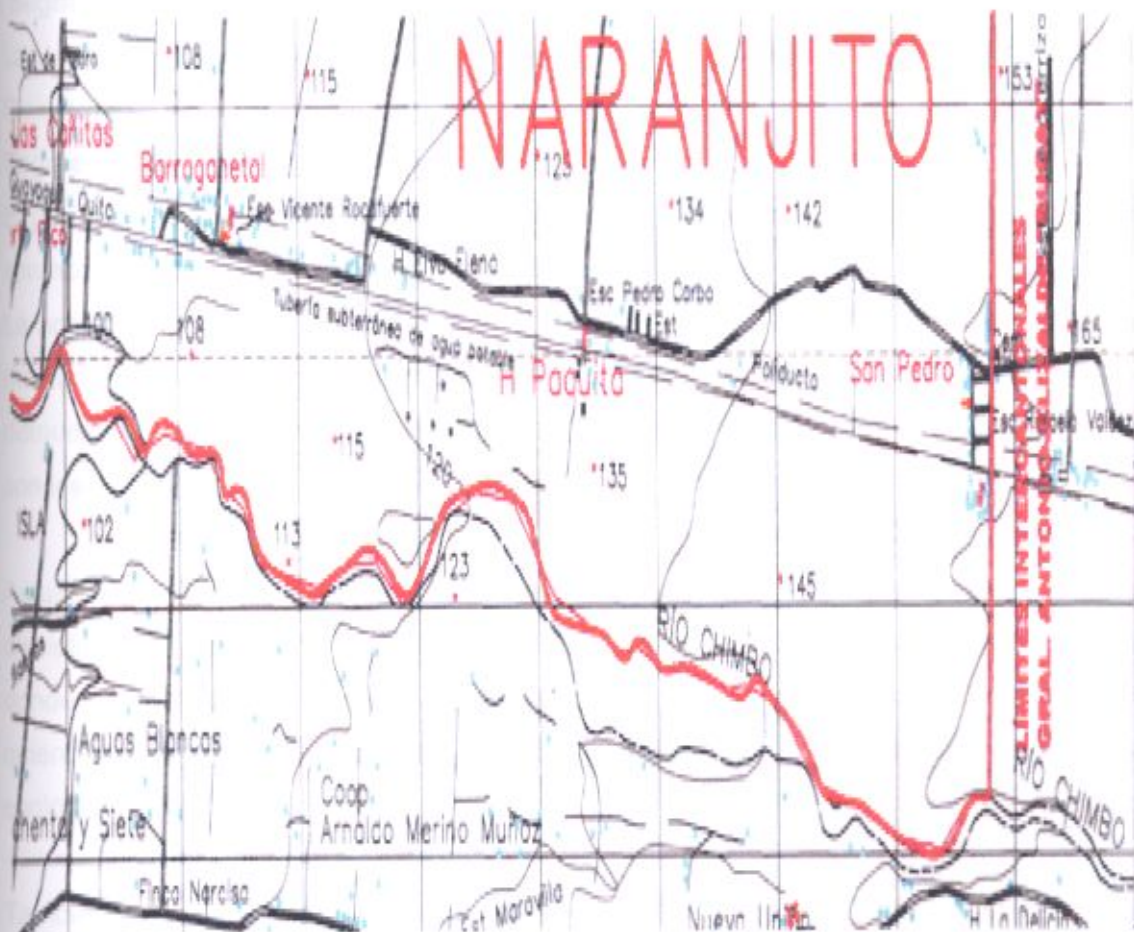
Elaborar el plan de Mercado para la Operadora de Turismo, el cual permita proponer a los Asociados servicios turísticos de buena calidad y efectividad, con el firme propósito de sobresalir y lograr un posicionamiento en el mercado. Contribuir al desarrollo de espacios turísticos y recreativos a través de paquetes especiales, vacacionales y otros productos.

Fomentar la economía del Cantón Naranjito.

Aportar al desarrollo del cantón mediante la creación de puestos de trabajo.

## 5.5 UBICACIÓN

El espacio de aplicación de la propuesta será ubicado en la provincia del Guayas, cantón Naranjito en las calles Dolores Azuay y 24 de Mayo (Casco Central) de la ciudad.



## 5.6 FACTIBILIDAD

### **Segmentación del Mercado**

Los grupos objetivos de nuestro mercado se encuentran segmentados en las siguientes categorías de aplicación:

#### **Segmentación Geográfica.**

Las ciudades a cubrir inicialmente serán Naranjito, Milagro y posteriormente Guayaquil.

#### **Segmentación demográfica.**

El grupo de empresas y organizaciones hacia quienes va dirigido nuestro servicio son escuelas, colegios, instituciones públicas entre otras.

La actitud y respuesta que hemos recibido de parte de nuestros posibles clientes mediante las encuestas realizadas han sido positivas en todo momento, lo que demuestra la aceptación que tendremos en la puesta en marcha de la empresa con los servicios que ofertaremos.

Actualmente las instituciones educativas de nivel medio especialmente en las disciplina de ciencias naturales, ecología, medio ambiente demandan actividades donde los estudiantes pueden visualizar lo aprendido en aula y es ahí donde se quiere aprovechar la oportunidad de promocionar los paquetes turísticos ecológicos.

También existe un mercado donde existe un potencial para promocionar este tipo de paquetes turísticos, este potencial son las empresas y mediante una buena estrategia de marketing.

PLAN DE MERCADO

PLAN COMERCIAL

Se comercializara paquetes turísticos hacia Costa Sierra y Galápagos,

Según la estacionalidad nuestro plan de Mercado será el siguiente:

<b>MESES</b>	<b>ESTACIONALIDAD</b>
ENERO	COSTA-GALAPAGOS
FEBRERO	COSTA-GALAPAGOS
MARZO	COSTA-GALAPAGOS
ABRIL	COSTA
MAYO	SIERRA- AGROTURISMO
JUNIO	SIERRA-AGROTURISMO
JULIO	SIERRA –AGROTURISMO
AGOSTO	COSTA-BALLENAS
SEPTIEMBRE	COSTA BALLENA
OCTUBRE	COSTA BALLENA
NOVIEMBRE	SIERRA-AGROTURIMO
DICIEMBRE	SIERRA-GALAPAGOS



## RUTA DEL SOL

### Martes

- 07h00 Salida del Parque central
- 10h00 Visita a La Pila, trabajo de campo
- 11h00 Visita Montecristí, Ciudad de Alfaro, Constituyente
- 12h00 Visita Museo de Manta
- 14h00 Almuerzo
- 16h00 Salida a Puerto López
- 19h00 Check in Hotel del Pacífico
- 21h00 Hospedaje
- 

### Miércoles

- 07h00 Desayuno
- 08H00 Observación de Ballena jorobada
- 12h00 Recorrida Isla de la Plata
- 16h00 Regreso Puerto López
- 19h00 Cena Y Hospedaje Hotel del Pacifico

### Jueves

- 07h00 Desayuno
- 08h00 Visita Playa de los Fraile
- 10h00 Visita Comuna Agua Blanca
- 13h00 Almuerzo
- 14h00 Olón, Montañita, Manglaralto
- 18H00 Hospedaje Hostería Farrallon Dillon
- 19H00 Cena y Hospedaje

### Viernes

- 07h00 Desayuno
- 08h00 Puerto el Morro observación de delfines y visita a isla de los pájaros

- 13h00 Almuerzo
- 14h00 Retorno Ciudad de Naranjito

**Incluye:**

Hospedaje

Alimentación

Tour a Isla de la Plata

**No incluye**

Bebidas alcohólicas, impuestos, entradas a parques y reservas

**PROMOCION**

POR CADA 15 EL 16 AVO. ES FREE (GRATIS)

PRECIOS COMSISIONABLE AL 10%

**PRECIO \$ 260,00**

## SIERRA NORTE

### Martes

Salida desde el parque Central de Milagro

- Área Protegida Mindo
- Desayuno
- Recorrido por bosque
- Tubing
- Check in Hotel Reina Isabel Quito
- Cena y charla sobre protocolo y etiqueta

### Miércoles

- 07H00 Desayuno Check out
- Visita Carondelet, Museo de Cera
- Quito histórico
- Teleférico, Mitad del Mundo Volcán Pululahua
- Check in Hotel Indio Inn Otavalo

### Jueves

- Desayuno
- Feria de Otavalo
- Visita Mascarilla, Recorrido por Carchi Tulcán, Ipiales
- Lago de Yaguarcocha, Lago de Cuicocha
- Visita Cotacachi, San Antonio
- Cascada de Peguche
- Hospedaje y Cena en Hotel

### Viernes

- Desayuno y check out
- Visita Lago de San Pablo Parque el Cóndor
- Retorno Milagro

**Incluye:**

Hospedaje  
Alimentación  
Transporte  
Tour

**No incluye**

Bebidas alcohólicas, impuestos, entradas a parques y reservas,  
boletos aéreos

**PROMOCION**

POR CADA 15 EL 16 AVO. ES FREE (GRATIS)  
PRECIOS COMISIONABLE AL 10%

**PRECIO \$ 260,00**

**GALÁPAGOS**

## Lunes

- 07h00 Check in Aeropuerto José Joaquín de Olmedo.- Guayaquil
- 12h00 Baltra.- Canal de Itabaca, Visita los gemelos
- 13h00 Visita Santa Cruz.-
- 13h00 Almuerzo
- 14h00 City Tours Santa Cruz, Station Charles Darwin
- 19h00 Cena y Hospedaje

## Martes

- 06h00 Desayuno

- 07h00 Visita Isla Bartolomé o Floreana
- 13h00 Almuerzo a bordo
- 17h00 Llegada a Puerto
- 19h00 Cena y Hospedaje

#### Miércoles

- 06h00 Desayuno
- 07h00 Visita Isla Isabela Volcán Sierra Negra
- 13h00 Almuerzo a bordo
- 14H00 Visita estación Charles Darwin
- 19h00 Cena y Hospedaje

#### Jueves

- 07h00 Desayuno
- 08h00 Visita Tortuga Bay
- 13h00 Almuerzo
- 14h00 Visita Playa Garrapatero y Túneles del Amor

#### Viernes

- 07h00 Desayuno
- 08h00 Recorrido Parte alta Las Primicias
- 13h00 Almuerzo
- 14h00 Recorrido tour de Bahía
- 17h00 Llegada a Puerto
- 19h00 Cena y Hospedaje

#### **Incluye:**

Hospedaje

Alimentación

Transporte en las islas

#### **No incluye**

Boletos aéreos, Bebidas alcohólicas, impuestos, entradas a parques y reservas



## **PROMOCION**

POR CADA 15 EL 16 AVO. ES FREE (GRATIS)

PRECIOS COMSIONABLE AL 10%

**PRECIO: \$ 700,00**

## **RUTA DEL PACIFICO**

### **ITINERARIO**

Lunes

22H00: Salida desde el parque Central

Martes

Salida desde el parque Central de Milagro

- Desayuno Hotel Eliceo o Grand Hotel del Pacifico en Hotel Atacames
- Visita Atácame, Same, Sua
- Check in Decamerón Mompiche

Miércoles

- Desayuno Decamerón Mompiche
- Recorrida por refinería
- Cena y hospedaje DECAMERON MONPICHE

Jueves

- Desayuno
- Actividades de turismo de aventura
- Ictiturimo
- Velerismo
- Hospedaje en Decamerón

Viernes

- Desayuno en Decamerón Monpiche
- Actividades varias
- Retorno Milagro

**Incluye:**

Hospedaje

Alimentación

Transporte terrestre

**No incluye**

Boletos aéreos, Bebidas alcohólicas, impuestos, entradas a parques y reservas

**PROMOCION**

POR CADA 15 EL 16 AVO. ES FREE (GRATIS)

PRECIOS COMSISIONABLE AL 10%

**PRECIO: \$ 260,00**

## Presupuestario

Fondo:

Proyecto:

Recurso	Cantidad	Costo Unitario	Total
Ayudantes	2	300	\$ 600.00
Movilización			\$ 600.00
Tarjetas Prepago Celular	2	30	\$ 60.00
Energía Eléctrica			\$ 70.00
Internet	3	40	\$ 120.00
Refrigerios			\$ 250.00
Papel Bond			\$ 30.00
Material Oficina Extra			\$ 100.00
Libros	3	50	\$ 150.00
Alquiler 3 PC's	2	120	\$ 240.00
<b>Total</b>			<b>\$ 2.220,00</b>



## **Factibilidad Administrativa**

### **Foda de Operadora de Turismo**

#### **Fortalezas:**

La ubicación del lugar le ayuda para que los clientes puedan asistir al conocer mejor las promociones y se las expliquen datos del lugar.

Cada operador de turismo procede de un lugar diferente lo cual ayuda a tener más contactos en otros lugares y beneficia pues su experiencia ayuda al momento de explicarles a los clientes.

Como sus precios no son tan diferentes de las otras operadoras buscan ofrecerle al cliente un plus, pues así al menos pagaban lo mismo por el viaje pero ganan algo más como una camisa, un recuerdo, etc.

Tienen un atento cuidado con los clientes pues antes de irse, le mandan un mensaje deseando buen viaje y cuando regresan mandan otro mensaje preguntando como estuvo el viaje.

Le aplican una pequeña encuesta y lo invitan a pasar a la operadora para otorgarles un obsequio.

#### **Oportunidades:**

Debido a la crisis actual, los precios a nivel nacional han bajado lo cual les brinda una apertura en el mercado nacional para ofrecer paquetes a precios más bajos y lograr un posicionamiento en el mercado.

El avance de las comunicaciones les puede abrir puertas para conseguir clientes, esto creando cuentas en el facebook y el twitter y dándole un seguimiento adecuado para tener correctamente informado al cliente.



**Debilidades:**

- Nuestra operadora no cuenta con trayectoria en el Mercado.
- Las estrategias de nuestra competencia.
- Se pueden efectuar cambios futuros en la demanda.
- Podrían efectuarse futuros cambios en la política gubernamental subiendo impuestos con el consecuente cambio en los costos del servicio.

**Factibilidad Técnico.**

Se va a utilizar un bus como medio de transporte para hacer los diferentes recorridos con los pasajeros

**Factibilidad Legal.****Requisitos para la conformación de Agencias de Viajes.**

- 1.-El registró en el catastro nacional de agencias de viajes.
- 2.- Licencia anual. Para el registro de una agencia de viajes, la compañía interesada debe presenta los siguientes requisitos:
- 3.- Solicitud dirigida a la subsecretaría de turismo, ahora dirección regional.
- 4.- Entregar una copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, esta copia certificada debe antes ser inscrita en el registro mercantil.
- 5.- Copias del registro único de contribuyentes (RUC).
- 6.- La constitución del activo real:

- a) es de 120 salarios mínimos vitales esto es para una agencia mayorista. El derecho que nos da es a tener la matriz y una sucursal. Se requiere 125 s.m.v para poder abrir otra sucursal.
- b) Para agencias internacionales es 160 s.m.v para poder tener un matriz y una sucursal. 180 s.m.v para poder abrir otra sucursal.
- c) Para las agencias de viajes operadoras nacionales se requiere un activo de 200 s.m.v., para otra sucursal tiene que adherir 30 s.m.v

5.- Copia certificada del nombramiento del gerente, debe ser registrada en el registro mercantil.

No se puede ser gerente de agencias sin tener un título universitario o por lo menos 6 años de experiencia como gerente.

6.- Curriculum vitae de los profesionales, y nómina de los ejecutivos y empleados.

## **ÁMBITO COMERCIALIZACIÓN**

A continuación se mencionan los estándares mínimos obligatorios para todas las Agencias de Viajes que deben cumplir con el objeto de mantener prácticas comerciales responsables con el mercado y proveer información clara y veraz al usuario.

## **No ESTÁNDARES COMERCIALES MÍNIMOS**

- 1.- Existe la presencia de marca Ecuador en la folletería o en la página web.
- 2.- Entregar un comprobante de venta legal con autorización vigente del SRI.
- 3.-Las fotografías y la descripción física de la infraestructura ofertada a Través del material promocional corresponden a la realidad de las Prestaciones.

## **ACREDITACIÓN DE GUÍAS DE TURISTAS GENERALES**

Guía de turistas, es la persona física que proporciona al turista nacional o extranjero, orientación e información profesional sobre el patrimonio turístico, cultural y de atractivos relacionados con el turismo, así como servicios de asistencia; el cual puede prestar sus servicios bajo la modalidad de guía general o guía especializado en un tema o localidad específica de carácter cultural.

Guía General: Persona que cuenta con estudios de guía a nivel técnico, reconocido en los términos de las leyes de la materia y que puede desempeñar esta actividad a nivel nacional con un dominio global de los atractivos turísticos del país.

La norma oficial mexicana, NOM-08-TUR-2002 define los procedimientos y requisitos de información, seguridad al turista y de protección al medio ambiente, patrimonio natural y cultural que se requieren en el desarrollo de la actividad.

Para poder desempeñar la actividad de guía de turistas general es necesario que el prestador obtenga la credencial de reconocimiento de la norma oficial mexicana, debidamente expedida por la Secretaría de Turismo.

**Requisitos para obtener la credencial de reconocimiento como guía de turistas general de la norma oficial mexicana.**

- Credencial de elector, pasaporte o forma migratoria correspondiente.
- Registro Federal de Contribuyentes, (R.F.C.).
- Dos fotografías tamaño pasaporte a color en fondo blanco, (recientes).
- Formato de inscripción al Registro Nacional de Turismo SECTUR-03-002
- Pago de derechos \$ 746.00, por concepto de inscripción (opcional) al Registro Nacional de Turismo
- Formato de inscripción al Registro Nacional de Turismo SECTUR-03-002.
- Certificado de estudios de nivel medio superior o nivel técnico en un área vinculada con la actividad turística, reconocidos por las autoridades competentes en la materia.
- Diplomado de proceso de formación académica de 360 horas teóricas y 150 horas prácticas, como mínimo mismos que pueden ser organizados por la secretaria o por las autoridades de turismo.
- Acreditar examen de conocimientos generales con calificación mínima de 8 (ocho).
- Acreditar examen de dominio de una lengua adicional al español con calificación mínima del 80%.
- Constancia de primeros auxilios.

- En caso de ser extranjeros, además de lo anterior debe de acreditar fehacientemente su legal estancia en el país y calidad y característica migratoria para desarrollar la actividad de guía de turistas en los términos de la legislación aplicable.

La vigencia de la credencial de reconocimiento será como máximo la prevista para la calidad migratoria emitida. Asimismo, los solicitantes extranjeros deben de acreditar examen de dominio de idioma español con calificación mínima de 90%.

En caso de presentar certificado de estudios expedido en el país donde se realizaron en las materias en las que se refiere en el punto 5.1 de la norma, será necesaria su traducción por perito al español, en el caso de que dichos estudios fueran en un idioma distinto a éste; así como legalizado por la Embajada o Consulado de los Estados Unidos Mexicanos en el país de expedición del documento.

Las fechas y horarios de los cursos, diplomados y exámenes de idiomas, deberán consultarse en la Dirección General de Desarrollo de la Cultura Turística, Calle Schiller No. 138, cuarto piso, Colonia Chapultepec Morales, México, Distrito Federal, teléfono (55)3002 6300 extensión 4432 ó en las oficinas estatales de turismo.

#### **Requisitos para Trámite de Referendo de Credencial de Reconocimiento como Guía General.**

- Constancias de cursos de actualización (160 horas)
- Copia de la credencial de reconocimiento vencida o por vencer
- Dos fotografías tamaño pasaporte a color en fondo blanco.

- Formato SECTUR-03-002 debidamente registrado (actualización de datos)
- Certificado medico
- En caso de ser extranjero acreditar nuevamente la legal estancia en el país.
- El guía de turistas debe presentar ante la Secretaría o ante las oficinas estatales de turismo la solicitud de refrendo en los formatos que le proporcione dentro de los 30 días anteriores a la fecha de vencimiento.

**Requisitos para trámite de canje de credencial de reconocimiento como guía general (NOM-08-TUR-2002)**

- Formato SECTUR-03-002 debidamente registrado (actualización de datos).
- Dos fotografías tamaño pasaporte a color en fondo blanco.
- Copia fotostática de la credencial vigente

**Requisitos para trámite de reposición de la credencial de reconocimiento (NOM-08-TUR-2002)**

- Acta de extravío ante el Ministerio Público.
- Formato SECTUR-03-002 debidamente registrado (actualización de datos).
- Dos fotografías tamaño pasaporte a color en fondo blanco.

## Obligaciones normativas de los guías de turistas generales

- Para desempeñar la actividad de guía de turistas general es necesario que el prestador del servicio obtenga la credencial de reconocimiento de la norma oficial mexicana, NOM-08-TUR-2002 debidamente expedida por la Secretaría de Turismo.
- Los guías de turistas generales deben portar a la vista, durante la prestación del servicio, la credencial de reconocimiento vigente de la norma oficial mexicana.
- Los guías de turistas generales al contratar sus servicios deben extender el documento que garantice las condiciones del servicio, debe contener como mínimo lo siguiente: nombre del guía, registro federal de contribuyentes, domicilio y teléfono, número de credencial de reconocimiento, vigencia del servicio, fecha en la que prestara el servicio, idioma o idiomas en los que se proporcionara el servicio, recorrido e itinerario contratado, tiempo estimado de duración del servicio, costo por el servicio, (detalle del mismo con los gastos que incluye), tipo de seguro, (viajero o responsabilidad civil), firma del prestador del servicio, nombre y firma del turista, (firma opcional) y comentarios acerca del servicio, (opcional).
- En ningún caso, un solo guía podrá atender grupos integrados por un número mayor a veinticinco personas, excepto en el caso de transportación, en el que será suficiente un guía por vehículo, así como cuando en el sitio de interés turístico no se cuente con algún otro guía de turistas acreditado en el idioma en el que se está prestando el servicio.



**Ficha del trámite de acreditación o refrendo para guías de turistas especializados en actividades específicas.**

Trámite	Acreditación, refrendo, canje o reposición para Guías de Turistas Generales y Especializados en Temas o Localidades Específicas de Carácter Cultural.
Usuario	Guías de Turistas Generales y Especializados en Temas o Localidades Específicas de Carácter Cultural.
Tiempo de respuesta	5 días hábiles para Guías de Turistas Generales y Especializados en Temas o Localidades Específicas de Carácter Cultural.
Comprobante a obtener	Credencial de reconocimiento de la norma oficial mexicana, NOM-08-TUR-2002.
Área de recepción	Secretaría de Turismo, Dirección General de Mejora Regulatoria o en las oficinas Estatales de Turismo.
Domicilio	Av. Presidente Masarik No. 172, primer piso, Colonia Bosques de Chapultepec, 11580, México, Distrito Federal o en las oficinas Estatales de Turismo.
Horario de atención al público	Lunes a viernes de 9:00 a 15:00 horas
Teléfonos	(55) 3002 6300 extensión 1245, 1243, 1255, 1261
Fundamento jurídico	Norma oficial mexicana, NOM-08-TUR-2002, "Que establece los elementos a que deben de sujetarse los Guías de Turistas Generales y Especializados en temas o localidades específicas de carácter cultural.

### **Que tramites se necesita para poner una agencia de viajes?**

Lo primero que hay que hacer es definir el régimen mediante el cual se va a trabajar: como persona física con actividad empresarial o como persona moral (una sociedad), después hay que darse de alta ante la SH y CP, solicitar el registro ante la S. de Turismo y definir además si se va a operar como empresa de detalle al público en general, o como agencia mayorista, o tal vez como operadora. Asimismo y no menos importante es elaborar un estudio de mercado de la zona geográfica donde se tiene contemplado instalarse para evaluar el impacto y rango de los potenciales usuarios de los servicios prestados, así como de la competencia.

También es necesario definir si se contempla abrir como agencia afiliada a la IATA (asociación de aerotransporte internacional, por sus siglas en inglés), en cuyo caso se deberá contar con las fianzas y personal capacitado y certificado por dicha asociación.

Existen otros tantos requisitos en materia laboral, de seguridad y fiscal de acuerdo a la entidad en la que se contemple instalarse, pero a groso modo sería lo primero para empezar.

También en la Secretaría de Economía del gobierno federal o en sus correspondientes delegaciones en los estados tienen guías generales para emprender este u otro tipo de negocios. Pero a mi juicio, lo más importante es contar con una excelente visión de la geografía mundial, un buen manejo de las tecnologías de la información, madera de emprendedor, gusto por las relaciones públicas y un capital inicial de por lo menos ciento cincuenta mil pesos para los gastos de instalación y arranque del negocio



#### **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.

#### **ÁMBITO PRESTACIÓN DEL SERVICIO.**

Para la correcta prestación de los servicios, las Agencias de Viajes deberán cumplir con estándares transversales y estándares mínimos. Los estándares transversales son obligatorios para todas las Agencias de Viajes, sin importar su tipo. Los estándares mínimos se refieren aquellos que deberá cumplir cada Agencia de Viajes de acuerdo a su tipo, cuya calificación no deberá ser inferior a 90/100.

## **ESTÁNDARES DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO TRANSVERSALES**

### **Prestación del servicio**

- 1.- Disponen de un sistema interno de atención de quejas y reclamos Documentado.
- 2.- Existen documentos o herramientas de registro de quejas actualizado.
- 3.- Existe un análisis de las quejas o recomendaciones realizadas a la Agencia de Viajes, a través de un estudio estadístico o similar.
- 4.- Tener el 10% de personal certificado en competencias laborales, mínimo una persona.
- 5.- Demostrar la implementación de las directrices ambientales para empresas turísticas emitidas por el MINTUR. Identificar porcentajes de implementación y tiempo.

### **Requisitos para la obtención de la Licencia de Guía de Turismo por PRIMERA EMISIÓN:**

- Original y Copia sencilla del título profesional de Guía de Turismo
- Original y Copia sencilla del Certificado emitido por CONESUP que permita la verificación de la legalidad del título profesional
- Original y copia sencilla del Certificado de Aprobación de los niveles de idioma /s extranjero /s exigidos en la Carrera de Guía de Turismo o Certificado otorgado” por una institución reconocida por el Ministerio de Educación
- 1 fotografía tamaño carné a color

- Original y Copia sencilla del Certificado de tipo de sangre
- Original y Copia de la cédula de identidad
- Original y copia de la papeleta de votación correspondiente al último período de elecciones o el documento que justifique su abstención o el que acredite haber cumplido la sanción impuesta. De no hacerlo no serán atendidos (**Art. 79 De la**

**Ley Orgánica de Elecciones).**

- Currículo vitae (Según formato adjunto: Hoja de vida)
- Oficio de Solicitud de emisión de licencia dirigida al Ministerio de Turismo (Según formato adjunto: Solicitud primera emisión de licencia)

**Requisitos para la obtención de la Licencia de Guía de Turismo (RENOVACIÓN):**

- Oficio de solicitud de renovación de licencia dirigido al Ministerio de Turismo
- (Según formato adjunto: Solicitud renovación de licencia )
- Original y Copia simple de la licencia caducada por ambas caras.
- Original y copia de la papeleta de votación correspondiente al último período de elecciones o el documento que justifique su abstención o el que acredite haber cumplido la sanción impuesta. De no hacerlo no serán atendidos (**Art. 79 De la Ley Orgánica de Elecciones**)

**PARA EXTRANJEROS:** Además de los requisitos solicitados, presentar copia de título refrendado en el país por una institución educativa reconocida por el CONESUP, copia del pasaporte y autorización laboral emitida por el Ministerio de Trabajo.

## **COSTOS**

La licencia de ejercicio de la actividad profesional deberá renovarse cada dos años y tiene un costo de:

- Guías Nacionales: \$30,00 primera emisión / \$15,00 por renovación o canje.
- Guías nativos: \$4,00 primera emisión / \$2,00 por renovación
- Guías especializados: \$20,00 primera emisión / \$10,00 por renovación

## **PROCEDIMIENTO PARA LA OBTENCION DE AUTORIZACION PARA OPERAR AGENCIAS DE VIAJES**

Art 11.- Las agencias de viajes deberán solicitar a la Secretaría de Estado de Turismo, autorización para ejercer su actividad como tales mediante los siguientes documentos:

- a) solicitud de autorización.
- b) documentos constitutivos si es una persona moral, y poderes de solicitante.
- c) copia del contrato de arrendamiento de los locales donde se establecerá la agencia de viajes u operadores o copia de la documentación donde se compruebe la propiedad de los mismos. Los referidos locales deben ser utilizados exclusivamente para el establecimiento de las agencias de viajes u operadores y si forman parte de otra dependencia deberán estar individualizados.
- d) póliza de seguros de responsabilidad civil que cubre los riesgos de los viajes organizados por la empresa.
- e) igualmente anexar referencias morales y económicas del solicitante o su representante si se trata de una persona moral.

f) constituir una fianza que deberá acreditar por copia de dicha fianza, o en su defecto, aportar aval bancario por esta cantidad durante el tiempo que dura la actividad de la agencia. La cuantía de la fianza o aval para la apertura de una agencia será de RD \$20,000.00 para agencias de viajes mayoristas. RD \$10,000.00 para agencias operadoras de turismo. El objeto de la referida fianza será garantizar la devolución de las sumas acordadas en caso de cancelación o cualquier otro motivo de inejecución del contrato.

g) acreditar el uso del personal oficialmente calificado para laborar en la agencia solicitante.

h) presentación a la Secretaría de los viajes organizados y de su programa.

## **5.7 DESCRIPCION DE LA PROPUESTA**

La propuesta del presente proyecto es la creación de una Operadora de turismo ecológico para desarrollo del turismo naturalista en todas sus vertientes (ecoturismo, aventura, agro turismo Agroecoturismo, científico, ictioturismo o pesca deportiva, etc.) es una realidad conocida por todo ente ligado al turismo. Muestra de ello es la ascendente demanda de un producto turístico naturalista con cada vez mas persistencia.

Los estudios de Biodiversidad, materia prima por excelencia para el desarrollo del ecoturismo, demuestran que somos un país mega diverso con el 18% de variedad de aves, 18% de orquídeas, 10% Anfibios y el 8% de mamífero es unos de los países en el mundo en cuanto a diversidad biológica, razón más que suficiente para planificar su desarrollo como lo mandan los parámetros de desarrollo sostenible.

Nuestro país y por ende el organismo rector de turismo no pueden hacerse de la vista gorda ante tal realidad, por el contrario, debemos preparar el terreno para que esta avalancha o boom no nos atrape desprevenidos, implementando una estrategia nacional de desarrollo eco turístico.

## **Nombre de la Operadora**

EVESTOUR S.A

## **Presentación:**

La operadora **EVESTOUR S.A**, genera y distribuye los diversos productos Turísticos para satisfacer las necesidades de su mercado comprometiéndose con el medio ambiente.

## **MISIÓN**

Somos una Operadora de turismo dedicada a la comercialización y distribución de paquetes ecos turísticos de manera sostenible, ofreciendo un servicio y producto de calidad para la satisfacción de nuestros clientes nacional e internacional.

## **VISIÓN**

Ser la mejor operadora de turismo a nivel Nacional e internacional

### **5.7.1 Actividades**

#### **Segmentación del Mercado**

Los grupos objetivos de nuestro mercado se encuentran segmentados en las siguientes categorías de aplicación:

##### **Segmentación Geográfica.**

Las ciudades a cubrir inicialmente serán Naranjito, Milagro y posteriormente Guayaquil.

##### **Segmentación demográfica.**

El grupo de empresas y organizaciones hacia quienes va dirigido nuestro servicio son escuelas, colegios, instituciones públicas entre otras.

La actitud y respuesta que hemos recibido de parte de nuestros posibles clientes mediante las encuestas realizadas han sido positivas en todo momento, lo que



demuestra la aceptación que tendremos en la puesta en marcha de la empresa con los servicios que ofertaremos.

## **TIPOS DE SERVICIOS BRINDADOS POR LA AGENCIA**

- Nuestra agencia ofrece tres tipos de servicios

### **1.- SERVICIOS DE INFORMACION Y DE ASISTENCIA**

- Brindamos servicios de información turística al público sin ningún tipo de costo
- Información de paquetes turísticos
- Información sobre las reservaciones
- Información acerca de los recursos y atractivos de la región

### **2.-VENTA DE SERVICIOS SUELTOS**

- Reservaciones de Hotel, Yate, Tren Buses, Aviones
- Actividades de Turismo de Aventura

### **3.-VENTA DE SERVICIOS ORGANIZADOS**

- Nuestra agencia vende 2 tipos de paquetes.
- Paquetes elaborados por los organizadores del viaje.
- Paquetes elaborados por la propia agencias

## Estrategias

### ESTABLECIMIENTO DE PLANES DE ACCION

### ESTABLECIMIENTO DE ESTRATEGIAS

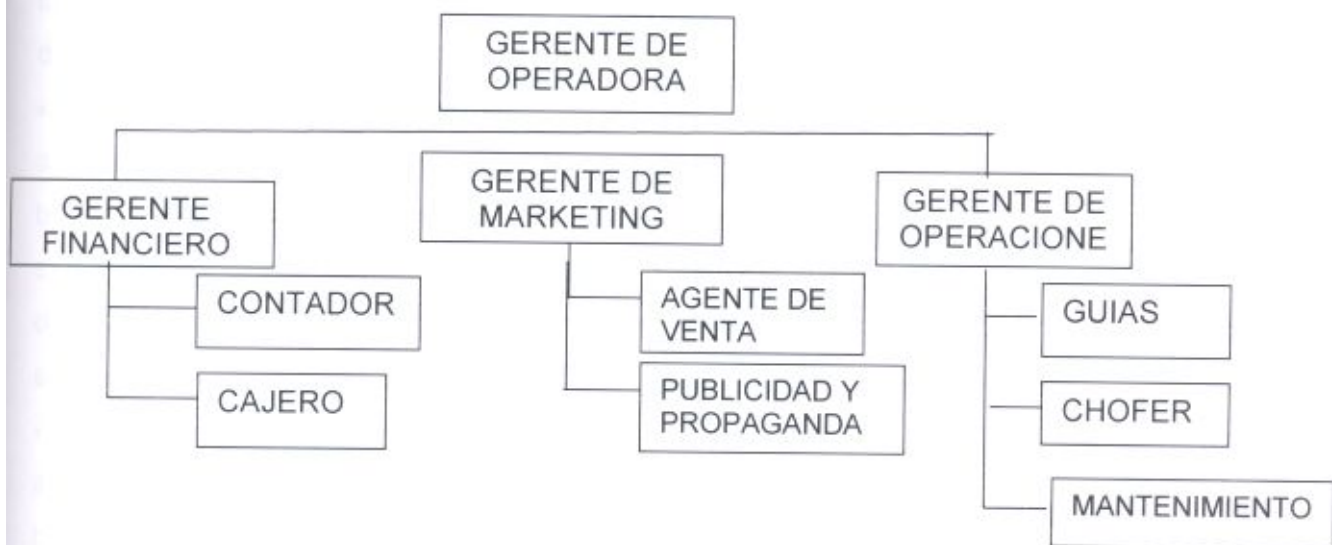
RIESGOS	DESCRIPCION	ESTRATEGIA
RIESGO MACROECONOMICOS	Inestabilidad Política, nuevos impuestos a turistas	Realizar paquetes turísticos a lugares en el exterior donde sea paraíso fiscal
RIESGOS DE MERCADO	El mercado se satura por la misma oferta con la competencia	Innovar nuevos productos a precios bajos
RIESGO FINANCIEROS	Baja en los precios por una competencia agresiva	Utilizar hoteles de 3 estrella si dañar la calidad del producto
RIESGO COMERCIALES	Por el periodo de estacionalidad o problemas de clima no se logra comercializar los paquete	Realizar paquetes y promocionarlos escuela y colegios a precios módicos

## 5.7.2 Recursos, Análisis Financiero

Recursos Humanos:

### ESTUDIO ORGANIZACIONAL

#### ORGANIGRAMA GENERAL



#### GERENTE DE OPERADORA

**Descripción de la ocupación.** 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.

## REQUISITOS:

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, fotocopidora, 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;

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.
- 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.

**Guía de Turismo:**

Persona que tiene por misión informar, dirigir y orientar al turista durante su estancia en el país.

**FUNCIONES****Función General:**

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

**Funciones Específicas:**

Coordinación con el operador de Turismo.

- a) Recibe las instrucciones de la empresa operadora sobre el grupo de turistas a conducir o a la actividad a realizar que incluye: número del vuelo o las especificaciones del barco, día y hora de llegada, tipo de tour, órdenes de servicios, presupuesto para gastos del tour y pases a instalaciones restringidas.
- b) Supervisar la unidad de transporte a utilizar.
- c) Elabora informe al finalizar los itinerarios.
- d) Acompaña a los turistas en sus compras, paseos, visitas, espectáculos y diversiones.
- e) Controla periódicamente el grupo de turistas que está bajo su responsabilidad.
- f) Toma decisiones en situaciones especiales que afectan al turista.
- g) Coordina los servicios que se le prestan al turista durante los recorridos.
- h) Asiste al turista en los primeros auxilios y coordina su ingreso a los centros hospitalarios.
- i) Distribuye el tiempo entre los diferentes puntos del itinerario.



## CLASIFICACIÓN

Las modalidades que presenta en la práctica el servicio de guías se aprecian enseguida:

- a. Guías fijos (públicos, privados u oficiales) son los que se limitan a servir en determinados sitios museos, monumentos, palacios, estudios cinematográficos, etc. En muchos países, estos guías están siendo remplazados por sistemas electrónicos con grabación, que funcionan a voluntad del visitante.
- b. Guías informadores, cuya tarea se limita a visitar locales e informar en el idioma nativo, por lo que pueden o no conocer otros idiomas.
- c. Guías intérpretes (políglotas), son los que prestan sus servicios al turista en recorridos locales, regionales, nacionales o internacionales.
- d. Guías-chofer, son los que además de conducir el ómnibus o automóvil proporcionan la información turística correspondiente a cada lugar visitado.
- e. Guías-conductores, cuya misión se limita a acompañar en todo momento a un grupo de turistas, del que son responsables, ya sea en viajes o recorridos regionales, nacionales o internacionales. La información turística que proporcionan es de orden general.

## CUALIDADES DE UN BUEN GUÍA DE TURISMO:

- Poseer datos históricos y una amplia cultura general.
- Haber recibido un entrenamiento adecuado en Escuela Básica de turismo
- Conocer la región como la palma de su mano.
- Conocer cabalidad la oferta turística y de servicios públicos.
- Puntualidad y honradez
- Dominio del idioma en que va a guiar.
- Tolerancia y cordialidad en el trato.
- Buena presencia, impecablemente vestido, debidamente identificado.
- Asequible por teléfono.
- Haber participado en un curso de primeros auxilios.

## DEPARTAMENTO FINANCIERO

Se refiere a la buena administración de los recursos económicos de la agencia, para lograra lo es necesario:

- El conocimiento y análisis de la estructura económica-financiera de la empresa.
- Elaborar y analizar presupuestos.
- Idear un método adecuado para generar ingresos, organizar y supervisar gastos, así como de cobros y pagos para que se realicen de manera oportuna.
- Llevar un control adecuado de los registros contables de las agencias, los cuales son muy útiles y obligatorios, ya que sirven para conocer el estado financiero en que se encuentra la empresa, además de que es información que los proveedores solicitan, los posibles inversionistas, los empleados y hasta la opinión pública.

## DEPARTAMENTO DE MARKETING Y VENTA

Esta se refiere a que la agencia puede diseñar, organizar, vender y operar viajes y productos turísticos combinando distintos servicios a un precio global establecido, esto es a lo que se le llaman viajes combinados o paquetes (viajes estándar programados a la oferta).

- Otro tipo de viajes que la agencia puede implementar son los forfait (viajes programados de acuerdo a la demanda y adaptados a cada cliente).
- La función organizacional está gestionada por tour operadores y agencias mayoristas. Para llevarla a cabo se tienen que cumplir algunos puntos:
- Se tiene que hacer una investigación permanente de los mercados para conocer las tendencias y necesidades de los clientes, así como también las ofertas de la competencia.
- La agencia debe ser creativa para diseñar nuevos productos que le permitan diferenciarse de la competencia.
- Ofrecer calidad en el servicio, esto se refiere desde la adecuada elección de los proveedores hasta en el trato a los clientes.



- Costos adecuados y accesibles.
- Ir un paso adelante y no limitarse a organizar viajes, sino ampliar constantemente sus actividades, por lo que además puede organizar congresos, ferias, cruceros, eventos deportivos, etc.
- Para crear los paquetes, las agencias deben aprovechar las economías de escala y negociar los precios netos con los proveedores, ya que no obtendrá el mismo porcentaje si no organiza el viaje, sólo lo vende. El precio de venta al público se obtendrá sumando el precio negociado con el proveedor más el porcentaje de las agencias.
- Esta función de armar alternativas propias de la agencia culmina con la promoción y venta del producto turístico, sin embargo para llegar a ello habrá que tomar algunas medidas oportunas como por ejemplo, las labores de marketing, que desde luego requiere de una inversión más elevada.
- Se refiere a que la **agencia** proyecte, elabore y ponga en marcha productos turísticos. Para ello es necesario realizar las siguientes actividades:
- Planear el programa que se pretende llevar a cabo, por ejemplo si el cliente desea viajar a un determinado sitio, la agencia tiene que investigar todo lo que se refiere al lugar: como llegar, en cuanto tiempo, mejor opción para hospedarse, que lugares de interés tiene, el costo del viaje, etc.
- Diseñar viajes, para ello hay que investigar con los proveedores, tener varias alternativas y realizar las contrataciones necesarias.
- Organización y distribución de las plazas, asegurándose de vender solo las que vengan.
- Tener el control de las operaciones, estar al tanto de cómo se va desarrollando el viaje.

## SELECCIÓN DEL PERSONAL

Toda requisición de personal surge de la necesidad de las unidades administrativas funcionales de cubrir puestos vacantes, cuya ocupación resulta indispensable para el normal desarrollo de las operaciones. Las vacantes suelen tener su origen o ser consecuencia del cese de personal, creación de nuevos

puestos, o por haber sido previstas inicialmente en el Cuadro de Asignación de Personal. Lógicamente previamente la autorización de la Gerencia.

Antes de escoger la persona idónea que va a realizar un trabajo, debemos primero examinar cual es la necesidad que tiene la empresa para resolver un problema o cubrir una necesidad para ellos es necesario que se realice la siguiente etapa en la selección del personal.

- 1.- Análisis del puesto.- ¿Qué necesito?
- 2.-Perfil de aspirante.- ¿A quién necesito
- 3.-Reclutamiento
- 4.- Preselección
- 5.- Pruebas de conocimientos y actitudinal
- 6.-Entrevista con los especialistas
- 7.-Selección
- 8.-Inducción
- 9.-Capacitación

Al ingresar el seleccionado recibirá las políticas proceso y procedimientos de la actividad que va a realizar, así con el plan de carrera que lo ayudara a crecer como profesional.

- Las vacantes serán ocupadas prioritariamente con personal de la empresa, promoviendo su línea de
- carrera, siempre que cumpla con los requisitos y exigencias de los puestos.
- El reclutamiento de postulantes para la selección se llevará a cabo mediante la convocatoria a concurso
- interno o externo.
  
- Todos los postulantes serán sometidos necesariamente y obligatoriamente al proceso de selección
- técnica.
- Es política de la empresa colocar personal competente en todos sus niveles

jerárquicos de la organización.

- El perfil ocupacional del puesto vacante constituye la base técnica sobre la cual se desarrollará la selección. Contiene las funciones del puesto, sus requisitos de instrucción, experiencia y conocimientos, así como las aptitudes y características de personalidad requeridas.
- El proceso selectivo comprenderá el análisis de las calificaciones de los postulantes, la aplicación de pruebas prácticas y entrevistas técnicas, y la verificación de sus condiciones aptitudinales, de personalidad y salud.
- La oficina de recursos humanos es responsable de la conducción del proceso de selección.
- El reclutamiento y selección de recursos humanos, se efectuará en un marco de estricta ética.
- Las plazas o puestos se adjudicarán en estricto cumplimiento al orden de méritos de los postulantes.
- La edad máxima para el ingreso a la empresa, será de: funcionarios y ejecutivos 30 años, personal, técnico y auxiliar 25 años.

Las organizaciones para su normal y eficiente funcionamiento tienen que contar con las personas adecuadas, en los lugares precisos. Dicho de otro modo lo esencial es contar con recursos humanos de calidad, ya que el activo más importante de las organizaciones está constituido por las personas que las forman; por ello debe ser bien seleccionadas. El no conseguir este objetivo supone para la empresa aumenta los costos (en tiempo y dinero) derivados del proceso de selección para cubrir un puesto.

La selección del capital inteligente, es un proceso de trascendencia para la organización, puesto que por intermedio de éste se decidirá a los futuros colaboradores de la misma y dependiendo de la realización óptima y de calidad del proceso, los resultados de la selección podrán ser los esperados o superados. Esta es la tarea de mayor responsabilidad y complejidad que asume la administración de recursos humanos, pues es un determinante del logro de las metas y objetivos.

La importancia de elegir al capital intelectual idóneo para los puestos de la organización y que en el futuro le deparen beneficios; hacen que las instituciones, consideren el valor de una buena selección, destinando mayor desembolso de dinero, con la esperanza de contar con colaboradores selectos y escogidos, que se conviertan en mejor productor en el rendimiento del trabajo.

Los postulantes escogidos cuidadosamente, aprenden a desempeñarse con facilidad en sus puestos de trabajo y también tienen mayor interés y cariño tanto de la parte patronal y compañeros, que el colaborador que ha sido escogido al azar. Por ello, es conveniente establecer programas de planificación de personal para prever necesidades futuras, búsqueda de candidatos que se sientan atraídos por la organización y evaluación y selección posterior para su integración en la empresa.

Con un buen programa de selección y cuidado en la toma de decisiones sobre la contratación del recurso humano seleccionado, se estará contribuyendo positivamente con la institución.

## **CONCEPTO**

Es un proceso técnico que permite "elegir" de un conjunto de postulantes, al futuro colaborador más "Idóneo", para un puesto o cargo determinado; A este proceso también se le conoce como concurso, porque participan las personas, sometiéndose a una serie de pruebas establecidas por una comisión o jurado de concurso.

El proceso de selección de personal comprende el desarrollo de un conjunto de acciones orientadas a la comprobación de los conocimientos y experiencias de los postulantes, así como la valoración de sus Habilidades, potencialidades y características de su personalidad, mediante la aplicación de pruebas psicotécnicas elegidas para tal fin.

## Análisis Financieros

### PLANIFICACION FINANCIERA

OPCIÓN A

PV- CV -CF= UD/ (1-i)

$$260x \quad 210x \quad 2300 \quad = \quad 2000 \quad 2000/0,60$$
$$50 X \quad = \quad 2.300+5000 \quad 3333,33333$$

5333,33

$$X= 50$$

$$X= 106,6666$$

PAQUETES MENSUAL

26,66665      PAQUETES SEMANALES

### INGRESOS

INGRESO SEMANAL \$ 260 =                      \$      7.020,00

INGRESOS MENSUALES

27 paquetes turísticos      x

107 paquetes turísticos      X      \$ 260 =                      \$      27.820,00

INGRESOS ANUAL

\$ 27.820,00                      X 12 MESES .....      **333.840,00**

**COSTOS VARIABLES MENSUAL**

\$210,00      x      107 paquetes turísticos                      \$      22.400,00 X 12      **(268.800,00)**

**GASTOS ADMINISTRATIVO ANUAL**

\$ 2.300 X 12 = ..... (27.600,00)

**FORMULA PARA DIVIDENDO**

$$k = \frac{i/n}{1 - (1 - i/n)^{n \cdot m}} = 6.096,31$$

**INTERES** 17%  
**T=** 5 AÑOS  
**PAGOS** SEMESTRAL  
**K** 40.000,00

**TABLA DE AMORITIZACIÓN**

PERIODOS	CAPITAL	INTERES	DIVIDENDO	SALDO CAPITAL
0				\$ 40.000,00
1	2.696,31	3.400,00	6.096,31	37.303,69
2	2.925,50	3.170,81	6.096,31	34.378,19
3	3.174,16	2.922,15	6.096,31	31.204,03
4	3.443,97	2.652,34	6.096,31	27.760,06
5	3.736,70	2.359,61	6.096,31	24.023,36
6	4.054,32	2.041,99	6.096,31	19.969,03
7	4.398,94	1.697,37	6.096,31	15.570,09
8	4.772,85	1.323,46	6.096,31	10.797,24
9	5.178,54	917,77	6.096,31	5.618,69
10	5.618,72	477,59	6.096,31	- 0,03



### **5.7.3 Impacto**

#### **Impacto Científico.**

Establecer una modalidad diferente de elaborar productos turístico y su incidencia no solo en la industria de la recreación si no en el turismo medicinal, considerando que el turismo ecológico puede ser una alternativa medica frente a muchos problema de salud relacionado con el estrés, también contribuirá a la vinculación de la industria de la recreación con el de transmitir conocimientos científicos biológicos.

#### **Impacto Tecnológico.**

Manera como reemplazar los diferentes tipos de energía con energia ecológica con la finalidad de contribuir con la conservación del medio ambiente.

#### **Impacto Económico.**

Desarrollar el turismo y los ingresos del cantón así como también la planta turística en el área de alojamiento, hospedaje, entretenimiento, transporte, agencia de viaje, de tal manera que contribuya al desarrollo de la comunidad.

#### **Impacto en la comunidad.**

Generar nuevas fuentes de empleo y negocios en las comunidades, contribuir con el desarrollo social y cultural de la comunidad, así como también bajar el índice de desempleo.



5.7.4 Cronograma

ID	Actividad	Duración	Comienzo	Fin	Inicio	Fin
1	Planificación de la obra Hidrografía Caracterización General General, Cuenca Específico Justificación	22 días	01/07/2010	22/07/2010		
2	Muestreo Técnico Fundamentación Muestreo Límite, Hídrico y Ambiental Caracterización de las Variables	22 días	01/07/2010	22/07/2010		
3	Muestreo Hidrográfico Trazado de la Investigación, del poblador y muestra Tipo de Muestra Proceso de Selección Muestreo y Técnica Muestreo e Análisis Interpretación de Resultados Verificación de Estudios	21 días	03/07/2010	23/07/2010		
4	Propuesta Técnica Definición Objetivo del Proyecto Estudio Caracterización de la Propuesta Conclusiones Recomendaciones	55 días	01/07/2010	25/08/2010		

### **5.7.5 Lineamiento para evaluar la propuesta.**

Con este proyecto se va a incrementar el número de Turista al Cantón Naranjito y darlo a conocer a nivel nacional e internacional como un sector dedicado a Agro turismo debido a los recursos naturales que posee y poder satisfacer las necesidades de sus habitantes en su tiempo libre.

### **CONCLUSIONES.**

En la actualidad debido al incremento de Turismo en el Ecuador, se concluye que el proyecto es viable, positivo y satisfactorio para la Operadora de Turismo y a su vez para los habitantes del Cantón Naranjito, debido al aumento del flujo turístico y el incremento de negocios asociados con el Sector Turístico.

### **RECOMENDACIONES.**

Teniendo como base las conclusiones, se recomienda la implementación del proyecto con la finalidad de aumentar el Agroturismo en el Cantón Naranjito y a su vez otras regiones que conforman el Ecuador, con la finalidad de contribuir al desarrollo de la región y el país y por ende aumentar el nivel económico del Cantón Naranjito. Para una mejor ejecución del proyecto se exponen las siguientes recomendaciones.

- Emplear al personal que proceda de la ciudad de Naranjito o sus alrededores.
- Desarrollar nuevas estrategias de Marketing.
- Iniciar a mediano plazo la expansión de la Operadora de Turismo hacia otros sectores del país.
- Capacitar constantemente al personal que se incorpore a la Operadora de Turismo.
- Alcanzar la satisfacción del cliente mediante todas las actividades que realice la Operadora de Turismo en su tiempo de estadía

## BIBLIOGRAFIA

- RODRIGUEZ, Antón: *Nuevas tendencias y retos en el sector del turismo*, Delta Publicaciones Universitarias, España.2009.
- CEBRIAN, Francisco: *Turismo rural y desarrollo local*, Universidad de Sevilla, España.2009.
- MONTORO, Xavier: *Gestión del ocio en el ámbito turístico*, Colección: Gestión turística, España.2007.
- COOPER, Chris: *El turismo: Teoría y Práctica*, Gestión turística, España 2007.
- GARCIA, Viana: *Comercialización de productos y servicios turísticos*, Colección: Hostelería y turismo, España 2007.
- BIGNE, Enrique: *Marketing de Destinos Turísticos*, España 2000.
- ALCARAZ, Enrique: *Diccionario de términos de turismo y ocio*, España, 2006.
- LÓPEZ, Raúl: *Gestión y mantenimiento de senderos, Actas de las Jornadas de senderismo y desarrollo turístico. Planificación y señalización*. Logroño, 2008.

ANEXOS

**Tour Ruta del Sol** 

**Tour Exclusivo para Grupos**



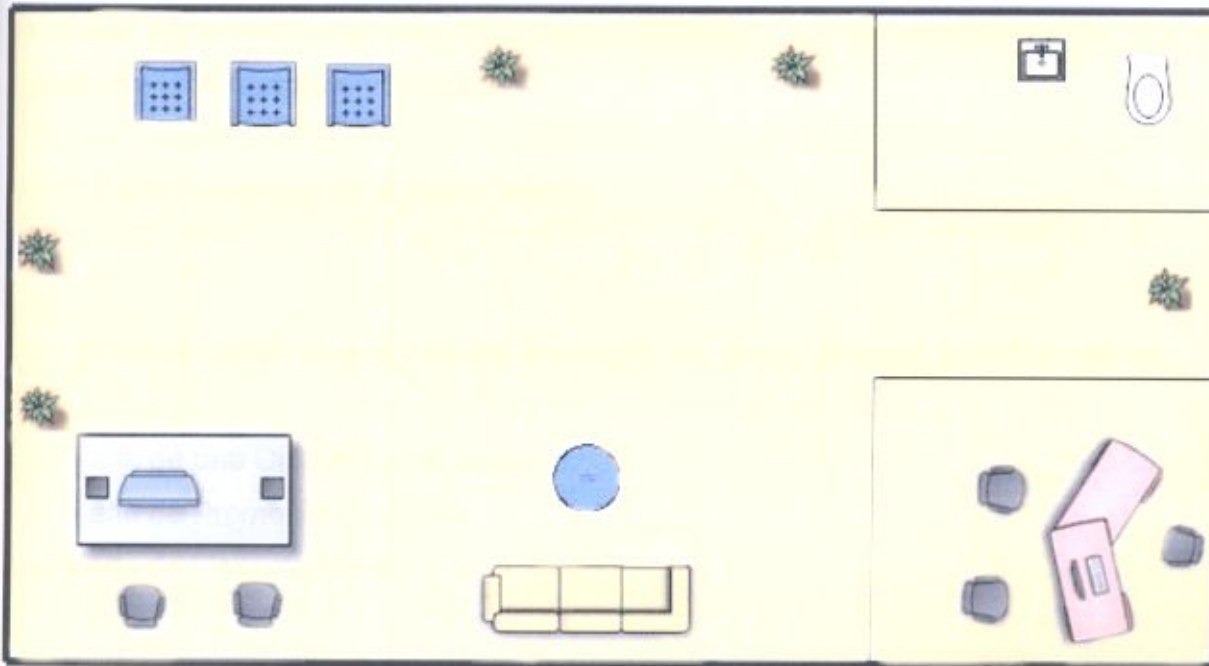
Reservas:

Galo (092997849)  
Bonvояgementa@gmail.com





## MODELO DE OFICINA



**MODELO DE ENCUESTA  
UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

Los datos obtenidos en esta encuesta nos facilitará la Creación de una Operadora Turística para desarrollar el agroturismo en el Cantón Naranjito, la cual será tomada como referencia para el proyecto elaborado por los estudiantes del Pre grado de Licenciatura en Turismo.

**1.- ¿Sabe usted que es el Agroturismo?**

SI  NO  NO SE

**2.- ¿Piensa usted que el cantón Naranjito no es un destino turístico debido a?**

- a) Falta de una Operadora de Turismo
- b) Falta de Promoción Turística
- c) Falta de Financiamiento

**3.- ¿Cree usted que el Cantón Naranjito puede ser desarrollado como un potencial turístico sí?:**

- a) Se desarrolla rutas agro turísticas en el cantón.
- b) Se dé a conocer sus antecedentes históricos.
- c) Se mejora los alojamientos existentes.

**4.- ¿Le gustaría que la ciudad de Naranjito sea conocida a nivel nacional e internacional por?:**

- a) Sus Actividades Turísticas
- b) Sus Actividades Políticas
- c) Sus Actividades Económicas



5.- **¿Considera usted que el Cantón Naranjito para su desarrollo turístico debe poseer lugares como?:**

- a) Bares y discotecas.
- b) Lugares Agro turísticos como (haciendas, ríos, lagunas)
- c) Complejos Deportivos.

6.- **¿Conoce usted si las Autoridades del Cantón Naranjito están elaborando proyectos de?:**

- a) Turismo.
- b) Salud y Educación.
- c) Ninguno.

7.- **¿La creación de una Operadora de Turismo en el Cantón Naranjito cree usted que es?:**

- a) Necesaria
- b) Poco Conveniente
- c) Ninguno

8.- **¿Considera usted que el Cantón Naranjito necesita una Operadora de Turismo para?**

- a) Incentivar el Turismo - Agroturismo en el cantón.
- b) Atraer a visitantes.
- c) Mejorar la calidad de vida.

9.- **¿Piensa usted que la promoción turística contribuiría a que el Cantón Naranjito tenga mayor afluencia turística?**

- a) De Acuerdo
- b) En desacuerdo
- c) Totalmente De Acuerdo

10.- **¿En su tiempo libre usted prefiere:**

- a) Visitar otras ciudades.
- b) Quedarse en su ciudad.
- c) Visitar su familia.

## **ENTREVISTA UNIVERSIDAD ESTATAL DE MILAGRO**

La base de datos de esta entrevista nos ayudará en la Creación de una Operadora Turística para fomentar el Agroturismo en el Cantón Naranjito, la cual servirá de referencia para el proyecto elaborado por los estudiantes del Pre-grado de Licenciatura en Turismo.

- 1.- **¿Usted que trabaja en el sector agrícola, conoce acerca del Agroturismo?**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 2.- **¿Cuáles serían las causas por las cuales las personas en su tiempo libre prefieren visitar otras ciudades?**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 3.- **¿Considera usted que en el Cantón Naranjito se puede desarrollar el Agroturismo?**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 4.- **¿Cuáles cree usted que serían los beneficios al desarrollarse el Agroturismo en el Cantón Naranjito?**
  
  
  
  
  
  
  
  
  
  
- 5.- **¿Cuáles serían los principales atractivos para que los turistas visiten el Cantón Naranjito?**

## MATRIZ

<b>FORMULACIÓN PROBLEMA</b>	<b>OBJETIVO GENERAL</b>	<b>HIPÓTESIS GENERAL</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>
¿Cómo la creación de una Operadora Turística puede contribuir al desarrollo del turismo en el cantón Naranjito?	Crear una Operadora Turística para promocionar el Agroturismo sostenible en el Cantón Naranjito.	La creación de una operadora turística contribuirá al desarrollo del agroturismo en el cantón Naranjito	Desarrollo del agroturismo	Diseño de una operadora
<b>RESUMEN DE LA SINTESIS</b>	<b>OBJETIVO ESPECÍFICO</b>	<b>HIPÓTESIS PARTICULAR</b>	<b>VARIABLE INDEPENDIENTE</b>	<b>VARIABLE DEPENDIENTE</b>
¿Qué factores han contribuido que el turismo no se desarrolle en el cantón Naranjito, siendo este un sector agrícola?	Realizar un estudio de mercado para la creación de una operadora turística en el Cantón Naranjito	Un estudio de mercado contribuirá a determinar cuáles son las causas que están afectando el desarrollo turístico económico del cantón Naranjito.	Estudio de mercado	Desarrollo turístico económico
¿Cómo afecta al desarrollo turístico y económico el aprovechamiento de los recursos naturales y culturales que posee el Cantón Naranjito?	Elaborar un inventario de los recursos naturales y culturales que posee el cantón para el aprovechamiento de los mismos.	La elaboración de un inventario turístico permitirá aprovechar los recursos naturales para desarrollo económico del cantón Naranjito.	Inventario turístico	Aprovechar los Recursos naturales y culturales
¿Cómo afecta la poca promoción turística en el cantón al desarrollo turístico social, económico y cultural?	Promocionar los productos turísticos para incentivar el turismo a nivel nacional e internacional	Una adecuada promoción turística ayudará a incentivar el turismo a nivel nacional e internacional.	Promoción turística	Incentivar el turismo

<p>qué manera la falta de recursos financieros contribuye a la falta de ejecución de proyectos turísticos en el cantón Naranjito</p>	<p>Investigar los diferentes medios de financiamiento para proyectos turísticos en el sector público y privado.</p>	<p>Los diferentes medios de financiamiento en empresa pública y privada contribuyen a la ejecución de proyectos turística en el cantón Naranjito.</p>	<p>Diferentes medios de financiamiento.</p>	<p>Ejecución de proyectos.</p>
<p>qué manera un personal por competencia contribuirá a la eficiencia y eficacia del agroturismo</p>	<p>Elaborar un plan de capacitación en competencias laborales para la certificación del personal.</p>	<p>Un plan de capacitación en competencias laborales contribuirá a la eficiencia y eficacia del negocio.</p>	<p>Contribuirá al desarrollo del agroturismo</p>	<p>Personal por Competencia</p>
<p>qué manera se logrará la supervivencia, expansión y rentabilidad de del negocio</p>	<p>Realizar planes estratégicos para la supervivencia, rentabilidad y expansión del negocio</p>	<p>Un plan estratégico ayudará a la supervivencia, rentabilidad y expansión del negocio.</p>	<p>Ayudará a la rentabilidad del negocio</p>	<p>Plan Estratégico</p>