



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS,**  
**SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO**  
**EXTENSIÓN - QUEVEDO**



**CARATULA**

**PROYECTO DE INVESTIGACIÓN**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADA EN**  
**CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN MENCIÓN:**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:**

**CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA Y EL DESARROLLO**  
**SOCIOECONÓMICO EN LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2019**

**AUTORA:**

**FRANCISCA JESUS CEDEÑO PINCAY**

**TUTOR:**

**MSC. LUIS EDUARDO ANDRADE ALCÍVAR, MBA.**  
**QUEVEDO – LOS RÍOS - ECUADOR**

**2020**

## INDICE GENERAL

CARATULA .....	i
INDICE GENERAL .....	ii
INDICE DE CUADROS .....	iv
INDICE DE GRAFICO.....	v
INDICE DE FIGURAS .....	vi
RESUMEN .....	vii
SUMMARY .....	<b>¡Error! Marcador no definido.</b>
INTRODUCCIÓN .....	1
CAPÍTULO I DEL PROBLEMA .....	3
1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN.....	3
1.2. MARCO CONTEXTUAL.....	3
1.2.1. Contexto internacional .....	3
1.2.2. Contexto nacional.....	4
1.2.3. Contexto local.....	4
1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA .....	5
1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
1.4.1. Problema general .....	6
1.4.2. Subproblemas o derivados .....	6
1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....	7
1.6. JUSTIFICACIÓN.....	8
1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN.....	9
1.7.1. Objetivo general .....	9
1.7.2. Objetivos específicos .....	9
CAPÍTULO II .....	10
MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL.....	10
2.1. Marco teórico .....	10
2.1.1. Marco conceptual.....	10
2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de la investigación .....	28
2.1.2.1. Antecedente investigativos.....	28
2.1.2.2. Categorías de análisis .....	29
2.1.3. Postura teórica .....	30
2.2. HIPÓTESIS .....	31
2.2.1. Hipótesis general .....	31
2.2.2. Subhipotesis o derivados .....	31

2.2.3. Variables .....	32
CAPÍTULO III .....	33
RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN .....	33
3.1. Resultados obtenidos de la investigación .....	33
3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas .....	33
3.2. Conclusiones específicas y generales .....	46
3.2.1. Específicas .....	46
3.2.2. General .....	47
3.3. Recomendaciones específicas y generales .....	47
3.3.1. Específicas .....	47
3.3.2. General .....	48
Capitulo IV .....	48
PROPUESTA DE APLICACIÓN .....	48
4.1. Propuesta de aplicación de resultados .....	48
4.1.1. Alternativa obtenida .....	48
4.1.2. Alcance de la alternativa .....	49
4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa .....	49
4.1.3.1. Antecedentes .....	50
4.1.3.2. Justificación .....	50
4.2. Objetivos .....	51
4.2.1. General .....	51
4.2.2. Específicos .....	51
4.3. Estructura general de la propuesta .....	52
4.3.1. Título .....	52
4.3.2. Componentes .....	52
4.4. Resultados esperados de la alternativa .....	69
Bibliografía .....	70

## INDICE DE CUADROS

<b>Cuadro 1.</b> Productos y servicios que ofrece una operadora turística .....	33
<b>Cuadro 2.</b> Mencione su nombre .....	34
<b>Cuadro 3.</b> Es importante la creación de una operadora turística .....	35
<b>Cuadro 4.</b> Involucrar el sector público y privado para crear una operadora turística. ....	36
<b>Cuadro 5.</b> Personal especializado la empresa ofrecerá productos y servicios de calidad. .	37
<b>Cuadro 6.</b> Conoce cuáles son los principales destinos y atractivos turísticos.....	38
<b>Cuadro 7.</b> La operadora turística contribuirá a potenciar los atractivos y destinos turísticos.....	39
<b>Cuadro 8.</b> Destinos y atractivos turísticos que la operadora debería potenciar.....	40
<b>Cuadro 9.</b> La operadora turística, en que magnitud la visitaría.....	41
<b>Cuadro 10.</b> Medios que se debe promocionar la operadora turística .....	42

## INDICE DE GRAFICO

<b>Grafico 1.</b> Productos y servicios que ofrece una operadora turística .....	33
<b>Grafico 2.</b> Mencione su nombre .....	34
<b>Grafico 3.</b> Es importante la creación de una operadora turística .....	35
<b>Grafico 4.</b> Involucrar el sector público y privado para crear una operadora turística .....	36
<b>Grafico 5.</b> Personal especializado la empresa ofrecerá productos y servicios de calidad. .	37
<b>Grafico 6.</b> Conoce cuáles son los principales destinos y atractivos turísticos.....	38
<b>Grafico 7.</b> La operadora turística contribuirá a potenciar los atractivos y destinos turísticos. .....	39
<b>Grafico 8.</b> Destinos y atractivos turísticos que la operadora debería potenciar.....	40
<b>Grafico 9.</b> La operadora turística, en que magnitud la visitaría.....	41
<b>Grafico 10.</b> Medios que se debe promocionar la operadora turística .....	42

## INDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1. Marco administrativo .....</b>	<b>59</b>
<b>Figura 2. Distribución por planta .....</b>	<b>67</b>

## RESUMEN

El turismo es un fenómeno mundial, que sigue generando una fuerte economía; así también sirve como un motor de desarrollo para los diversos sectores económicos nacionales, entre ellos tenemos las operadoras de turismo cuya función es servir de nexo para facilitar el acceso de turistas en el país o región.

El trabajo de investigación que se realiza sobre el estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística que satisfaga las necesidades de recreación de los habitantes de la Cantón de Quevedo Provincia de los Ríos. Se busca la interacción de la economía y la sostenibilidad por ende mejorar la calidad de vida de todos sus habitantes por esto la investigación plantea la propuesta de crear una operadora turística donde involucren al sector público y privado para cumplir con las exigencias de la población y generar nuevas fuentes de ingresos y el desarrollo local de la zona.

Para el desarrollo del proceso investigativo, se ha recurrido a métodos, técnicas y recursos que permitieron el desenvolvimiento científico del trabajo es así que se usó el método analítico, deductivo, inductivo y las técnicas utilizadas fueron la observación y la recolección bibliográfica y la encuesta.

**Palabra clave:** Operadora Turística, turismo, desarrollo socioeconómico

## **ABSTRACT**

Tourism is a worldwide phenomenon, which continues to generate a strong economy; THIS also serves as a development engine for the various national economic sectors, among them we have the tour operators whose function is to serve as a link to facilitate the access of tourists in the country or region.

The research work carried out on the feasibility study for the creation of a tour operator that meets the recreation needs of the inhabitants of the Province of Los Ríos Canton of Quevedo. The interaction of the economy and sustainability is therefore sought, thus improving the quality of life of all its inhabitants. For this reason, the research proposes the creation of a tour operator where the public and private sector are involved to meet the demands of the population and generate NEW sources of income and local development of the area.

For the development of the research process, methods, techniques and resources that allowed the scientific development of the work have been used, so the analytical, deductive, inductive method was used and the techniques used were the observation and the bibliographic collection and the survey.

**Keywords:** Tour Operator, tourism, socioeconomic development



## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo de investigación se realizará en la Ciudad de Quevedo, Provincia de los Ríos. El turismo en la actualidad comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancia en lugares distintos al de su entorno habitual, por un periodo consecutivo inferior a un año y mayor a un día, con fines de ocio, por negocios o por otros motivos.

Lo principal que busca un turista en un lugar que no conoce son los servicios básicos que ofrece dicho lugar, es decir; una operadora turística o más conocido como turoperador ya que estos brindan información y orientación sobre todo lo que ofrece la Ciudad. Podemos encontrar lo siguiente: hoteles y hostales, centros de recreación, restaurantes, actividades culturales, lugares para visitar, mapa de la ciudad, visitas guiadas, horario de atención en los museos, eventos

El marketing turístico es fundamental en todo tipo de negocio ya que abarca a las localidades como empresas (Agencias de viajes, hoteles, restaurantes, transporte, entre otros.). La gastronomía es exquisita y tiene una gran variedad de platos típicos de la ciudad lo cual los turistas nacionales y extranjeros pueden disfrutar. La ciudad tiene varios recursos turísticos para ofertar a los visitantes esos son: recursos naturales, recursos culturales, recursos sociales

En la actualidad existen varias formas estratégicas para fomentar el turismo, la conservación ambiental y cultural entre las cuales tenemos: la capacitación y la formación integral en turismo sostenible, programas que impulsan al mejoramiento de productos y servicios aplicando estrategias para la promoción de lugares turísticos en la ciudad. Teniendo como objetivo principal determinar de qué manera influye una operadora turista y como contribuye al desarrollo socioeconómico generando oportunidades de trabajo y mejorando la calidad de vida a nivel local convirtiendo así el problema en un efecto positivo.

En el capítulo I se hace un bosquejo general del problema desde el ámbito macro, meso y micro para luego bosquejar la situación problemática partiendo desde la delimitación, la justificación y formulación de los objetivos generales y específicos. En el capítulo II partimos del macro conceptual haciendo un análisis de

las dos variables tomando en cuenta el marco referencial y las posturas de los autores para luego formar la hipótesis que serán verificados en la investigación.

El III capítulo trata del resultado de la investigación, donde se observa el análisis e interpretación de resultados obtenidos y su verificación, sirvieron de ayuda para obtener información estadística acerca de lo que opinan los habitantes del cantón. En el último capítulo o capítulo IV, se describe la propuesta sobre la creación de la Operadora Turística. En este se detalla la información general de los productos y servicios que va a ofrecer la cual demuestra la factibilidad y viabilidad del proyecto.

## **CAPÍTULO I DEL PROBLEMA**

### **1.1. IDEA O TEMA DE INVESTIGACIÓN**

CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA Y EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO EN LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2019

### **1.2. MARCO CONTEXTUAL**

#### **1.2.1. Contexto internacional**

La importancia del turismo en el ámbito mundial es indiscutible y se la comprueba a través de los datos estadísticos, los estudios y las investigaciones realizadas por los organismos gubernamentales, la actividad turística ha generado una alta competitividad internacional entre los países. El turismo se destaca social y económicamente como uno de los sectores más significativos del mundo, incluyendo los viajes motivados por negocio, estudios, religión, salud, eventos deportivos, conferencias y exposiciones, la visita de amigos y familiares, y los viajes de placer o vacaciones.

La actividad turística puede ser comprendida como una actividad compleja que se originó por la necesidad de desplazamiento de las poblaciones dentro del estado físico mundial, con la evolución de las tecnologías y el pasar de los años, los valores y las relaciones sociales han cambiado. Hoy en día las personas le dan mayor valor al aprovechamiento del tiempo libre y lo ocupan con actividades recreativas, culturales y de entrenamiento.

### **1.2.2. Contexto nacional**

El turismo es un importante motor en la economía del Ecuador, ya que posee innumerables zonas de atractivos turísticos que se destacan por su variada cultura y gran biodiversidad entre estas la sierra y la amazonia presentan una gran riqueza. En la gran mayoría de las provincias de la costa ecuatoriana se desarrollan una gran variedad de actividades en el sector turístico la cual era como fuente de oportunidades para los residentes de cada comunidad.

Se caracteriza por la producción petrolera, maderera, agrícola y ganadera, en cuanto a la región sierra se tiene una producción agrícola, ganadera y florícola, el turismo ocupa el cuarto renglón de divisas del Ecuador, debido a que ofrece muchas opciones debido a su variedad de condiciones ambientales, lo que genera una impresionante diversidad de habitantes y tipos de vegetación, destacando los parques nacionales, la selva, los ríos y lagos, las montañas, entre otros.

### **1.2.3. Contexto local**

La ciudad de Quevedo provincia de los ríos, es una de las localidades con la economía más dinámica en toda la provincia, ya que posee encantos naturales que cautivan, ya que combina la agricultura con la naturaleza. En esta ciudad fluminense se encuentra una de las colinas chinas más grandes del país, la ciudad también es un potencial agrícola, posee 25 mil hectáreas de banano y otros cultivos como la palma africana, arroz, maíz, cacao, café y gran variedad de frutas. Todas estas plantaciones crean un hermoso paisaje que se puede observar desde los cuatro puntos cardinales.

### **1.3. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA**

La ciudad de Quevedo tiene un alto nivel de población, el mismo que cuenta con negocios y empresas los cuales son consumidores de productos y servicios que brinda el sector. Quevedo cuenta con agencias de viajes de turismo que brinda servicios turísticos ya sea nacional e internacional. Dando preferencia a la elección de paquetes turísticos de otros países.

Sin embargo, no satisface las expectativas de los clientes, ya que al momento de adquirir tardan para su efecto, debido a que no dan la facilidad de adquirir un paquete turístico donde las personas tenga la oportunidad de elegir nuestra diversidad en el Ecuador, dando por preferencia a otros países al momento de su elección. Con el fin de evitar este pronóstico es necesario para establecer una oportunidad de negocio en la actividad turística, para guiar a la ciudadanía la cual pertenece o no a esta localidad, a través de una operadora que brinde servicios de calidad.

Teniendo como objetivo principal en la ciudad de Quevedo determinar de qué manera influye una operadora turística que contribuya al desarrollo socio-económico generando oportunidades de trabajo y mejorando la calidad de vida a nivel local convirtiendo el problema en un efecto positivo.

## **1.4. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA**

### **1.4.1. Problema general**

¿Qué impacto generará la creación de una operadora turística en el desarrollo socioeconómico en la ciudad de Quevedo?

### **1.4.2. Subproblemas o derivados**

¿Cuáles son los principales atractivos y destinos turísticos que tiene la ciudad de Quevedo?

¿Cuáles serían los posibles servicios que ofertaría la operadora turística a la población?

¿Qué características debe contener un plan de negocio de una operadora turística en el Cantón Quevedo?

## 1.5. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

Este proyecto investigativo, se encuentra delimitado de la siguiente manera:

<b>Delimitador especial:</b>	El presente trabajo de investigación para la creación de una operadora turística y el desarrollo socioeconómico se efectuará en la Ciudad de Quevedo.
<b>Área:</b>	Turística
<b>Campo:</b>	Turístico.
<b>Línea de investigación de la facultad:</b>	Educativo y desarrollo social.
<b>Línea de la investigación de la carrera:</b>	Talento humano educación y docencia.
<b>Sub-línea de investigación:</b>	Organización y dirección de empresas.
<b>Delimitación temporal:</b>	Esta investigación se efectuará en el año 2019.
<b>Delimitación demográfica:</b>	Los beneficiarios directos de la presente investigación será la ciudad de Quevedo.

## **1.6. JUSTIFICACIÓN**

Quevedo una ciudad ubicada en La Costa Ecuatoriana de la Provincia de los Ríos, la ciudad de Quevedo es la principal arteria económica y comercial de toda la provincia constituyéndose una de los puertos fluviales más importantes del país, se encuentra situada estratégicamente y los habitantes de la ciudad se caracterizan por ser personas amables y trabajadoras.

En la presente investigación se establecerá que la operadora que se va a proponer se encarga de reunir varios servicios proporcionados por los operadores (hoteles, compañías de taxis, restaurantes, guías, etc.) el cual se venderá con todo incluido, además ofrecer los servicios necesarios para que disfruten de sus vacaciones, También cuenta con los conocimientos de todo tipo de actividades turísticas y del mercado turístico. Así mismo tiene la habilidad para comunicar, orientar e informar al cliente sobre todas las opciones a realizar.

Uno de los propósitos es brindar servicios turísticos en la ciudad de Quevedo a través de una operadora turística, además se puede solucionar diferentes problemas y necesidades en la ciudad que contribuirá a la disfunción de nuestra cultura, gastronomía, arte a través del servicio prestado.

Incluso se implementará estrategias de disfunción de los atractivos turísticos a nivel local por ende elevar el nivel de satisfacción de los turistas, mediante lo cual generará empleos mejorando así el nivel de vida de los pobladores. Por lo tanto, se debe preparar al personal de la empresa para el trabajo de alta calidad con visión de sostenibilidad. Ya que las personas son los elementos más importantes del turismo; son ellas su principal componente, tanto los huéspedes como los anfitriones.



## **1.7. OBJETIVO DE LA INVESTIGACIÓN**

### **1.7.1. Objetivo general**

Determinar el impacto de una operadora turística en el desarrollo socioeconómico en la Ciudad de Quevedo.

### **1.7.2. Objetivos específicos**

Evaluar los atractivos y destinos turísticos existentes en la ciudad Quevedo.

Analizar por medio de un estudio de mercado los posibles servicios que podría ofertar la operadora turística a la población.

Diseñar un plan de negocio de una operadora turística para el desarrollo socioeconómico en la ciudad de Quevedo.

## **CAPÍTULO II**

### **MARCO TEÓRICO O REFERENCIAL**

#### **2.1. Marco teórico**

##### **2.1.1. Marco conceptual**

#### **Turismo**

La actividad de desplazamiento y permanencia de un individuo o individuos fuera de sus residencias habituales se comprende como turismo. Dicha actividad ha sido interpretada de distintas maneras a través de la historia, tal es el caso de la Sociedad de las Naciones, la cual la concibió como: “el conjunto de las interacciones producidas por las movilizaciones y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio” (Maria Peñafiel, 2018)

Con el paso del tiempo se tomó la conceptualización de turismo por entidades directamente relacionadas con la actividad, como es La Organización Mundial del Turismo, la misma que de acuerdo a la realidad de la sociedad de aquellos años, es así que se evidencia que la dirección de turismo debía ser más un aliado positivo, e ir más a tras de los caminos de la sostenibilidad, teniendo como resultado lo siguiente: “el turismo tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas” ( Miguel Angel Acerenza, 2006)

**Actividad turística:**

Encaminada a ofrecer al turista posibilidad de ocupar su tiempo ocio y/o vacacional, forma parte de la oferta turística y comprende toda una serie de productos, servicios y actividades en los que los propios turistas en un agente activo y pasivo de la propia actividad turística a desarrollar.

**Administración:**

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

**Atractivo turístico:**

Conjunto de elementos materiales e inmateriales que son susceptible de ser transformados en un producto turístico que tenga capacidad de incidir sobre el proceso de decisión del turista provocando su visita a través de desplazamiento desde su residencia hacia un determinado lugar.

**Calidad:**

Es el grado de aceptación y satisfacción que proporciona un producto o servicio a las necesidades o expectativas del cliente

**Eficiencia:**

Es la capacidad para realizar o cumplir adecuadamente una función. La eficiencia es muy importante ya que consigue el máximo rendimiento con el mínimo coste.

**Cliente:**

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

**Competitividad:**

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

**Desarrollo:**

Se entiende como desarrollo, la condición de vida de una sociedad en la cual las necesidades auténticas de los grupos y/o individuos se satisfacen mediante la utilización racional, es decir sostenida, de los recursos y sistemas naturales.

**Control:**

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

**Dirección:**

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

**Economía:**

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

**Conservación:**

Es la acción y efecto de conservar (mantener, cuidar o guardar algo, continuar una práctica de costumbres).

**Globalización:**

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

**Guía:**

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

**Operadora turística o tour operador:**

Empresa que ofrece productos y servicios turísticos el cual integran los siguientes ítems: (transporte, alojamiento, excursiones, traslado entre otros.). Y los vende a través de las agencias de viajes o directamente a los consumidores finales como un producto único y por un precio global.

**Inventario turístico:**

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

### **Paquete turístico:**

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

### **Producto turístico:**

Es un sistema de componentes ensamblados, capaces de hacer viajar a la gente para realizar actividades que satisfagan sus necesidades, otorgándoles beneficios y satisfacción de manera integral.

### **Patrimonio cultural**

El patrimonio cultural está constituido por todo los bienes y valores culturales que son expresión de la nacionalidad o identificación de un pueblo tales como la tradición, las costumbres y los hábitos, así como el conjunto de bienes inmateriales y materiales, muebles e inmuebles que deban ser considerados de interés relevante para la permanencia de la identidad y la cultura de un pueblo.

### **Preservación**

La acción de preservar consiste en cuidar, amparar o defender algo con anticipación, con el objetivo de evitar n eventual perjuicio o deterioro. Por lo tanto, puede desarrollarse en diversos ámbitos y de distintas formas para conservar las cualidades o la integridad de las cosas.

## **Productividad**

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

## **Planificación**

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

## **Promoción**

Es toda actividad de comunicación y oferta para incrementar el conocimiento y consumo de los productos y servicios ofrecidos ya sea para el mercado interno como para el internacional.

## **Rentabilidad**

Se refiere a obtener más ganancias que pérdidas en un campo determinado que referencia a que el proyecto de inversión de una empresa pueda generar suficientes beneficios para recuperar lo invertido y la tasa deseada por el inversionista.



## **Turismo**

Según la OMT comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estadías en lugares distintos a su entorno habitual durante un periodo de tiempo inferior a un año, con fines de ocio, negocios u otros. (Sancho, 2017)

### **Turismo local**

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

### **Turismo rural**

Son las actividades que realizan los visitantes en zonas rurales donde toman contacto activo con la población local en un marco del respeto por el entorno y la cultura local. Las modalidades que presentan son numerosas. Agroturismo, turismo ecológico, deportivo, religioso, de negocios, científicos y otras más.

### **Turismo de masas**

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

## Turístico

El sector turístico ofrece productos a través de diferentes empresas y diversas organizaciones públicas y privadas.

El turismo sostenible a raíz de los principios de la declaración ha definido una serie de máximas que se deben cumplir las cuales son:

- **Moderación en el uso de los recursos:** se ha observado que los recursos naturales no son tan limitantes por lo que se hace necesario tener más cuidados de ellas en todos los sectores de la economía, esto incluye el sector turístico.
- **Reducción en el exceso del consumo y de los residuos:** para racionalizar el uso de los recursos se hace preciso controlar el consumo y la cantidad de residuo que se utilizan, y precisamente la industria es un habitual del gasto de exceso.
- **Mantenimiento de la diversidad biológica:** conserva los ecosistemas, las especies y los genes, es decir, todos los recursos, eso es la diversidad biológica o biodiversidad.
- **Planificación cuidada del turismo:** tener en cuenta los apartados anteriores a la hora de llevar a cabo proyectos turísticos.
- **Formación especial del personal:** según las ideas del turismo sostenible, pues el personal también puede llevar a cabo esa sostenibilidad.

- **Marketing responsable:** dirigido a proporcionar el lugar mostrando realmente lo que el turista se va a encontrar:
- **Estimulo de la investigación:** para poner en práctica nuevas ideas que ayuden a hacer el sector más sostenible.
- **Que involucre a la población local:** igualmente, la comunidad local debe participar de las decisiones turísticas que se tomen en su área.

Con el desarrollo sostenible se pretende:

- Mejorar la calidad de vida y el acceso a servicios básicos, diversificar la economía, crear nuevos empleos e ingresos y fomentar a pequeñas y grandes empresas, fomentar la artesanía, mejorar la calidad de trabajo y crear espacios de creatividad.
- Fomentar tradiciones locales, proteger el patrimonio cultural y la identidad local, formar a la población, disminuir dependencias y desequilibrios (en vez de producirlos), crear posibilidades de participación en procesos de planeación, y facilitar en mejor acceso a informaciones.
- tener en cuenta los efectos ambientales y prevenirlos, internalizar los costos externos, conservar el equilibrio ecológico, y definir zonas turísticas y zonas susceptibles , conservar la estructura cultural del paisaje, utilizar los recursos de manera sostenible, integrar la calidad del ambiente en todo los procesos productivos y del sector de servicios, comercialización de productos locales, reducir el uso de agua, energía, tratar las aguas, tratar la basura, desarrollar

una infraestructura adecuada, disminuir el transporte privado, aumentar el transporte público, disminuyendo la contaminación del aire.

### **Los modelos de desarrollo turístico.**

Se entiende por Modelo Turístico a “la forma generalizada de resolver tanto el comportamiento turístico como la oferta que lo acompaña en un destino o región determinada. La presencia repetitiva de ofertas similares, así como la evidencia de comportamientos similares de numerosos turistas, induce a plantear que se está en presencia de un patrón o modelo” (Inostroza, 2008, pág. 81)

En el caso del turismo, se pueden identificar básicamente dos modelos totalmente opuestos entre sí. El primero de ellos corresponde a un modelo segregado, o más conocido como turismo de “enclaves”, derivado de otras experiencias productivas, como las maquilas, los cultivos de banano, café y cacao, asociado básicamente a un turismo masivo que encuentra su más clara expresión en el denominado “turismo de sol y playa”. En este modelo la población local se convierte en mano de obra poco calificada, con remuneraciones mínimas, ocupando los cargos de más baja jerarquía.

### **Descripción de la ciudad de Quevedo**

Quevedo, es una ciudad ecuatoriana; cabecera cantonal del Cantón Quevedo, así como la urbe más grande y poblada de la provincia de los ríos. Se localiza en el centro de la región litoral del Ecuador, en una extensa llanura, atravesada por el río Quevedo, a una altitud de 74 msnm y con un clima lluvioso tropical de 28°C en promedio.

Es la décimo segunda ciudad más poblada del país. La ciudad es el núcleo del área metropolitana de Quevedo, la cual está constituida además por ciudades y parroquias rurales cercanas, inclusive de las provincias de Guayas, Cotopaxi y Manabí. Es uno de los más importantes centros administrativos, económicos, financieros y comerciales del Ecuador. Las actividades principales son el comercio, la ganadería y la agricultura.

## **Toponimia**

El nombre de Quevedo, se debe al agrimensor Timoteo Quevedo que llegó a medir estas tierras, por petición de su propietaria Catalina Estupiñán. A partir del año 1857, en esta zona se empieza a exportar el caucho y entonces se formó una pequeña población en las tierras de Quevedo.

## **HISTORIA**

### **Cultura Milagro-Quevedo**

En los territorios de Quevedo, se asentó la cultura Milagro-Quevedo. Existió desde aproximadamente 500 d.C., hasta la llegada de la invasión española alrededor del año 1500 d.C. Esta cultura prehispánica ocupó la zona comprendida entre las estribaciones occidentales de la cordillera de los Andes y las colinas del litoral ecuatoriano. Milagro-Quevedo constituye una de las culturas precolombinas que mayores territorios ocupó, pues su expansión comprendió todo el sistema fluvial del Guayas incluyendo sus dos grandes ríos Daule y Babahoyo, y todos sus afluentes.

Se definían étnicamente como chonos, sus miembros fueron consumados orfebres que trabajaron delicadamente del oro y la plata, y llevaban para su adorno personal hasta doce aretes (seis en cada oreja), no solo en el lóbulo sino alrededor

del pabellón. Uno de los rasgos que caracterizaban a esta cultura y quizás el más destacado fue la existencia de un gran número de Tolas en casi todo el territorio que ocuparon. A menudo las Tolas se encuentran en grupos, pero las hay también aisladas. Los tamaños son variables, así como sus formas. Las más pequeñas suelen medir unos 10 metros de diámetro por apenas solo dos de altura, mientras que las más grandes pueden tener dimensiones impresionantes: más de 100 metros de longitud por unos 30 de altura y sobrepasando los 10 de altura.

### **Clima en la ciudad de Quevedo**

Es una zona climática lluviosa subtropical, su temperatura habitual es de unos 20 a 33 °C y a veces llega a los 38 °C. Las lluvias nacen mayoritariamente al este de la ciudad (en el Cantón La Mana está el epicentro principal). Con esto Quevedo tiene precipitaciones en todos los meses del año y su precipitación anual oscila entre 3.000 a 4.000 mm.

### **Ubicación geográfica de la ciudad de Quevedo**

La ciudad de y el Cantón Quevedo se encuentra ubicado en la Región Costa del Ecuador, al Norte de la Provincia de Los Ríos, limitada al Este con el Cantón Quinsaloma y Ventanas, al Sur con Mocache, al Oeste con el Empalme y al Norte con Buena Fe y Valencia (Maria Jose Araujo , 2012).

### **Turismo de Quevedo**

Quevedo tiene un profundo sentimiento artístico y cultural viva para compartir con los visitantes. En las calles se puede observar distintas manifestaciones públicas; al recordar anécdotas del vivir pasado y leyendas con costumbres que están presentes hasta en las actuales generaciones.

## **Agro turismo**

las Haciendas y fincas agrícolas que producen banano, cacao, palma africana, cítricos, ciclo corto, frutales entre otros, son frecuentemente visitados por turistas nacionales en ocasiones por turistas extranjeros que buscan conocer el proceso productivo de estos cultivos y el desarrollo del campo agrícola, las zonas de producción están ubicadas a pocos kilómetros de distancia del Centro de Quevedo.

## **Turismo Naturaleza**

Hacienda los carrillos, Hacienda el Bosque, Hacienda la Represa, Zoológico de Quevedo, Estación Experimental Pichilingue.

## **Biodiversidad de Quevedo**

### **Flora**

Cacao, café, palma africana, banano, arroz, soya, maíz, frejol, yuca y diversas frutas tropicales.

### **Fauna**

Garzas, patos cuervos con su plumaje color café oscuro, palomas tierreras, gallaretas, colibríes, pájaros carpinteros, azulejos, valdivias, pericos, pajarracos y disotedes, entre otros.

Especies bioacuáticas: En este lugar hay bocachicos, dicas, damas, barbudos, robalos, raspa balsas y tilapias. Además, se puede encontrar lagartijas, ardillas, saínos, perros de agua, armadillos, serpientes y lagartos.

## Fiestas y eventos

- **Cantonización.** 7 de Octubre - para celebrar se realizan los desfiles cívicos
- **Fiestas de Nuestra Señora de la Merced** - 4 de septiembre
- **Noche de Confraternidad Quevedeña** – 06 de octubre – se realizan los desfiles folklóricos, delegaciones de otras provincias y juegos artificiales.
- **Fiestas de Loreto** – 10 de diciembre

## Gastronomía de Quevedo

A continuación, se describen algunas de las comidas tradicionales de la ciudad:

- **Seco de gallina criolla:** Este plato tiene mucha demanda un sabor delicioso para un paladar exigente como de los turistas, se sirve acompañada de una porción de arroz, patacón y lo principal la gallina criolla.
- **Estofado de bocachico:** El pescado de agua dulce le da el sabor al estofado, los condimentos rallados, el verde acompañado de arroz y una salsa picante de ají.
- **Bollos de pescado:** La dama, chama, bagre y el bocachico, forman parte del apetitoso relleno de bollos, verde rallado, refrito y pescado se envuelven en hojas de plátano verde en ollas para coserse y dar el mejor sabor al paladar.
- **Bistec de hígado:** exquisito sabor que se sirve acompañado por patacones y arroz.



- **Chanfaina:** es uno de los platos más consumidos por las personas, arroz, tallarín y el ingrediente principal son el hígado, corazón, orejas de chancho.

## **Cultura y tradiciones en la ciudad de Quevedo**

Las festividades de Septiembre y Octubre, se presenta como una magnífica oportunidad para mostrar los mejores valores y elementos culturales, históricos y tradicionales de la ciudad, su gente noble y organizada para realizar los mejores eventos tradicionales ya que Quevedo es una potencia turística de la provincia.

## **Recursos culturales**

### **Museos y manifestaciones culturales**

Son parte de los recursos culturales, y determinan los bienes que han sido apreciados, elaborados y transformados por la actividad o el conocimiento humano constituyendo en el legado histórico de la vida cultural de un sitio turístico y de sus habitantes.

### **La casa de la cultura**

La antigua casa de la hacienda Playa Grande luce imponente con su típico estilo campestre. Fue declarado Patrimonio Cultural del Ecuador en 1998 por que guardaba características propias de las edificaciones de antaño y es parte de la historia de Quevedo. La vivienda fue restaurada con recursos del Fondo de Salvamento Cultural. En la restauración se respetó las características propias de la estructura que data desde mediados del siglo pasado.

“Es una reliquia histórica” opinan quienes vivieron la época del “Boom” del cacao. En aquel entonces, ese modelo de vivienda caracterizaba el estatus socioeconómico de los hacendados costeños.

Actualmente es un espacio de difusión artística y cultural a través del conocimiento y la valoración del arte, Es el museo de la ciudad que guarda los restos arqueológicos de la cultura Milagro-Quevedo del periodo de integración, piezas como aretes, narigueras y herramientas que sobresale el uso de metales en combinaciones como oro, plata, cobre; ellos habitaban en zonas pantanosas llamadas tolas. Las grandes vasijas funerarias, las hachas de piedra, los mazos tipo martillo, los copones ceremoniales y muchos otros objetos de la cultura Milagro- Quevedo.

El museo municipal de Quevedo está dedicado especialmente a esta cultura que se desarrolló entre el año 500 AC al 1500 DC. Tiene 670 piezas arqueológicas, entre las cuales hay unas pocas que pertenecen a las culturas Tolita, Machalilla y Panzaleo. (Maria Jose Araujo , 2012)

### **Iglesia San José**

Se encuentra en pleno centro de la ciudad calle 7 de octubre, la patrona de la ciudad en la Virgen de la Merced. Los murales pintados por David Moscoso junto al altar mayor de la iglesia San José, de Quevedo.

Así es la parte de la obra que deja en esa “galería pública” abierta en Quevedo, una ciudad que es punto vital del encuentro comercial de la Costa y la Sierra, es parte del camino que toman los centros productores de la Sierra para exportar sus productos desde los puertos; Quevedo queda en la mitad del camino del tránsito nacional, de la actividad agrícola, de la exuberancia comercial.

## **Parque Central**

El moderno parque central, tiene detalles arquitectónicos que realzan el paisaje urbano armonizando con las áreas verdes y una fuente de agua, allí se conjuga la obra de hormigón con la naturaleza que es otra característica de la ciudad.

## **Malecón de Quevedo**

Es el malecón Eloy Alfaro el cual fue remodelado por el cabildo en convenio con la Fundación Quevedo es Mi Ciudad. Sirve como paseo turístico teniendo como fondo el apacible río Quevedo, uno de los más largos del pacífico sur. La primera, segunda y tercera fase del malecón cuenta con locales comerciales, patios de comida, juegos infantiles, miradores, parqueo vehicular, una rotonda con una fuente de agua, el palacio de cristal y es uno de los sitios más concurridos de la urbe.

Su diseño estructural la ubica en uno de los atractivos turísticos de la provincia y la región. Otro detalle llamativo son los monumentos a los ex presidentes de la república, José María Velazco Ibarra, Eloy Alfaro y León Febres cordero.

## **Monumento del Día dela Madre**

Fue creado por el club de leones de Quevedo en el año 1965 y representa uno de los símbolos más preciados para todos en la ciudad en representación del día de las madres. Esta culturado en piedra de carrera este monumento comparte las avenidas más importantes de la ciudad de Quevedo.

## **La Pileta del Atascozo**

Es un atractivo increíble para las personas que ingresan a nuestra ciudad, fue creada en el año 2000. Una moderna pileta con juego de luces y movimientos de agua, en el centro un monumento a los Héroes del Cenepa, esto hace un bello atractivo en donde se puede tomar fotografías.

### **2.1.2. Marco referencial sobre la problemática de la investigación**

#### **2.1.2.1. Antecedente investigativos**

Quevedo en sus primeros años fue una ciudad prospera, situada en el centro de la costa ecuatoriana. Sus antepasados legaron un pueblo laborioso y pacífico. Quevedo creció junto al río y por eso poseen una gran riqueza agrícola.

En 1838 las tierras de lo que actualmente es Quevedo eran baldías y vírgenes. Don José Camilo Calixto con la finalidad de tener posición legal, pidió autorización a Zapotal para habilitarla. Posteriormente, Calixto vende gran parte de los terrenos a Catalina Estupiñán y juntos pidieron al agrimensor Timoteo Quevedo, le hagan un levantamiento topográfico y la parcelación del mismo.

Por su don de gente, los pobladores se acostumbraron a mencionar el apellido de Quevedo cuando se referían a estas montañas. A partir del año 1857, en esta zona se empieza a explotar el caucho, lo que motivo la vista de muchas personas a esta región del país, la misma que llamaban a esta pequeña población “Las tierras de Quevedo”, de ahí el nombre de esta gran ciudad.

Las ventas de las frutas se hacían en los carretones helados por un burro y por lo tanto, el vendedor no se preocupa por las llantas, repuestos, combustible, como lo hacen los comerciantes actuales. La leche llegaba desde las haciendas en lanchas siendo entregada en tarros de latón desde las cinco de la mañana al clásico grito de “lecheeee” y su presencia interrumpía el sueño de muchas personas.

El malecón Quevedeño con muelles de dura madera que presentaba un intenso movimiento de gente, carretas haladas por caballos; en el muelle las lanchas Independencia, Blanca Aurora, Rosa Elvira, hacían viajes de Quevedo a Guayaquil, toda la transportación era vía fluvial. Posteriormente, esta región fue creciendo en población y su actividad económica fue cada día más importante dentro de la provincia de los Ríos, aportando con la producción de caucho y palo de balsa (Gobierno Municipal , 2006).

En 1948, se inició el auge del banano, con esto se incrementó el desarrollo urbanístico, aparecieron las grandes empresas de fumigación aérea y la banca que apoyaba con sus créditos. Quevedo tenía un hotel de primera llamado “El Majestic” en donde se hospedaban ilustres personajes de la época.

#### **2.1.2.2. Categorías de análisis**

**Categoría de análisis:** Operadora Turística

**Definición.** - Una de las decisiones más importantes para la empresa turística es la selección del canal de distribución y los intermediarios que van a participar en este proceso. La distancia geográfica natural entre el turista potencial y el producto turístico conlleva un desajuste que necesita de un sistema de distribución con unos agentes dentro del canal que pueden coordinar la demanda final de los productos y servicios turísticos. Por otra parte, resulta muy difícil dar cobertura al amplio mercado potencial donde las propias características del producto turístico hacen que

el consumidor requiera un elevado volumen de información para concretar la demanda. (Empresarial, 2014)

### **2.1.3. Postura teórica**

Las operadoras turísticas son aquellas agentes que diseñan sus propios productos que luego vende al por menor a los consumidores directamente a las agencias de viajes. La operadora es la que elabora, organiza, opera y vende, ya sea directamente al usuario o a través de los otros dos tipos de agencias de viajes (mayoristas e internacionales), toda clase de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio nacional, para ser vendidos al interior o fuera del país (Gómez Martín & López palomeque , 2002, pág. 52).

Según la Organización Mundial del Turismo el turismo (OMT, 2011) los operadores de mercado son aquellas empresas y organismos que participan en la actividad turística, generalmente en la calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turismo, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) asumiendo las funciones de distribución y comunicación. Los recursos naturales, culturales o históricos del destino en venta pueden ser únicos y maravillosos, pero si la gente que es la cara del turismo sostenible, no presenta un rostro amable, dispuesto a ayudar y capacitado, los visitantes no volverán (Organización Mundial del Turismo [OMT], 2011).

La empresa debe informar e interactuar con la comunidad en donde opera. La participación de la comunidad es fundamental en el proceso de gestión en razón de que toda inversión privada puede encontrar en su vecindario el apoyo para mejorar su negocio si logra comprometerse, haciendo que la comunidad mejore su calidad de vida al brindar alternativas de desarrollo comunal dentro de los hoteles. Por ejemplo: dejar espacios de exhibición permanente para la comunidad y que los visitantes puedan comprar sin intermediación artesanías u otros productos locales. (Quesada Castro, 2011, págs. 142-143)

Varios enfoques han dado lugar a multitud de trabajos sobre el “Etnoturismo”, el desarrollo local y el turismo, el turismo y el desarrollo local sostenible, etc. Aunque las aportaciones de este tipo de enfoques son valiosas, suelen encontrarse con una limitación importante, y es que acaban tratando de muchas cuestiones que sólo tangencialmente tienen que ver con la relación entre turismo y desarrollo (Turégano, 2010, pág. 68).

## **2.2. HIPÓTESIS**

### **2.2.1. Hipótesis general**

La creación de una operadora turística mejoraría el desarrollo socioeconómico en la Ciudad de Quevedo.

### **2.2.2. Subhipotesis o derivados**

- La información actualizada de los lugares potencialmente turísticos de la ciudad de Quevedo ayuda a conocer y mejorar el estado de preservación y conservación en los que se encuentran cada uno de estos.
- La calidad del servicio en la atención al cliente y en los productos turísticos incide en la eficiencia de la administración de costos de una operadora turística.
- Difusión turística de los recursos naturales y culturales de la ciudad de Quevedo contribuirá al progreso de la industria del turismo en la zona.

### **2.2.3. Variables**

#### **Variable independiente**

Operadora turística

#### **Variable dependiente**

Desarrollo socioeconómico



## CAPÍTULO III

### RESULTADOS DE LA INVESTIGACIÓN

#### 3.1. Resultados obtenidos de la investigación

##### 3.1.1. Pruebas estadísticas aplicadas

#### Encuesta aplicada a los ciudadanos

##### 1. ¿Sabe usted que productos y servicios ofrece una operadora turística?

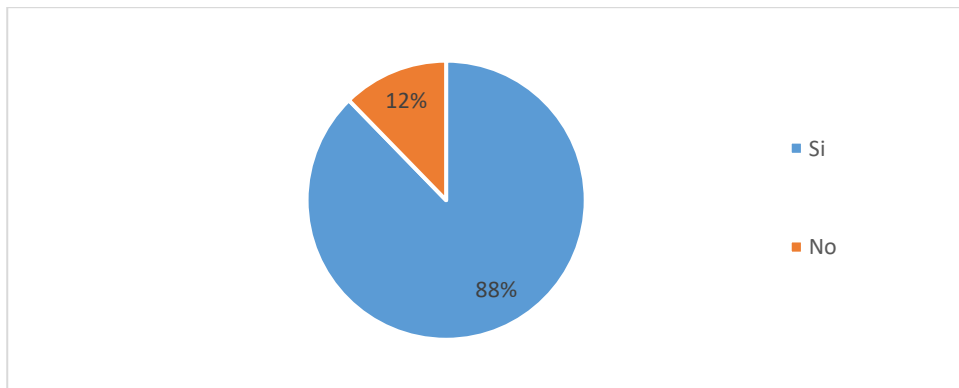
**Cuadro 1.** Productos y servicios que ofrece una operadora turística

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	350	88%
No	49	12%
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ciudad de Quevedo

Elaborado: Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Grafico 1.** Productos y servicios que ofrece una operadora turística



Fuente: Ciudad de Quevedo

Elaborado: Francisca Jesus Cedeño Pincay

#### Análisis e interpretación

Del 100% de la investigación realizada a las personas en la ciudad de Quevedo se evidencio que el 88% de ellos si saben que productos y servicios ofrece una operadora turística, mientras que el 12% no saben lo que es.

## 2. ¿En el caso de responder afirmativamente mencione su nombre?

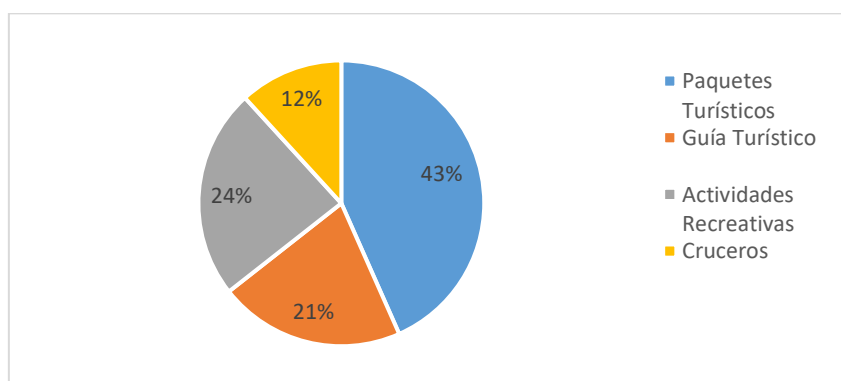
**Cuadro 2.** Mencione su nombre

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Paquetes turísticos</b>	173	43%
<b>Guía turístico</b>	84	21%
<b>Actividades recreativas</b>	95	24%
<b>Cruceros</b>	47	12%
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Grafico 2.** Mencione su nombre



**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

### **Análisis e interpretación**

Del 100% de la investigación a las personas de la ciudad se evidencia que el 43% de las que saben que una operadora turística ofrece paquete turístico, el 21% considera que ofrece servicios de guía turístico mientras que el 24% obstaron que ofrecen actividades recreativas y por último el 12% decidieron por los cruceros.

### 3. ¿Considera usted si es importante la creación de una operadora turística?

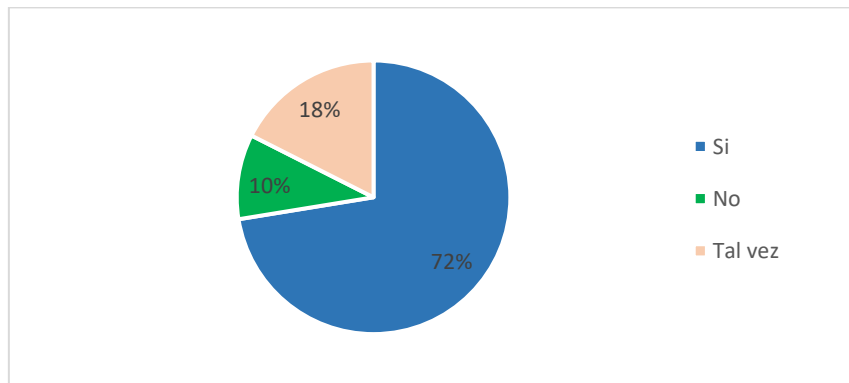
**Cuadro 3.** Es importante la creación de una operadora turística

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Si	289	72%
No	40	10%
Tal vez	70	18%
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Grafico 3.** Es importante la creación de una operadora turística



**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

#### **Análisis e interpretación**

En relación al resultado obtenido en base a esta pregunta nos señala que el 72% de las personas de la ciudad de Quevedo están de acuerdo con la creación de una operadora turística; el 18% no saben si es beneficioso y el 10% no está de acuerdo. Estos resultados demuestran la aprobación de la creación de la microempresa.

**4. ¿Piensa que es necesario involucrar el sector público y privado para crear una operadora turística?**

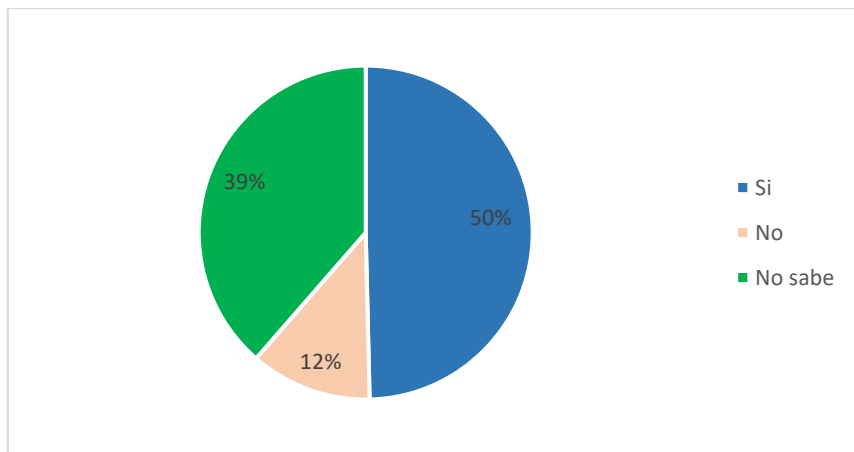
**Cuadro 4.** Involucrar el sector público y privado para crear una operadora turística.

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	198	50%
<b>No</b>	47	12%
<b>No sabe</b>	154	39%
<b>Total</b>	399	100%

**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Grafico 4.** Involucrar el sector público y privado para crear una operadora turística



**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Análisis e interpretación**

Del total de la encuesta el 50% de las personas encuestadas consideran que es importante involucrar el sector público y privado para la creación de una operadora turística; el 39% desconoce del tema y el 12% opinan que no es factible incluir a las mismas.

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

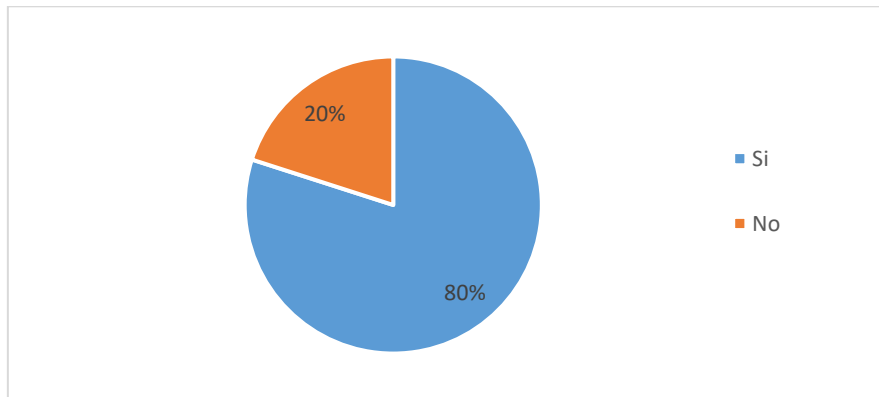
**Cuadro 5.** Personal especializado la empresa ofrecerá productos y servicios de calidad.

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	319	80%
<b>No</b>	80	20%
<b>Total</b>	399	100%

**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Grafico 5.** Personal especializado la empresa ofrecerá productos y servicios de calidad.



**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Análisis e interpretación**

Ante la pregunta realizada en la encuesta el 80% de las personas consideran importante que la operadora turística cuente con un personal especializado para ofrecer productos y servicios de calidad, en cambio el 20% opina que no es necesario emplear personal especializado. Señalando de esta manera que un personal especializado dentro de la operadora turística es parte esencial de la misma.

**6. ¿Conoce usted cuáles son los principales destinos y atractivos turísticos de la ciudad?**

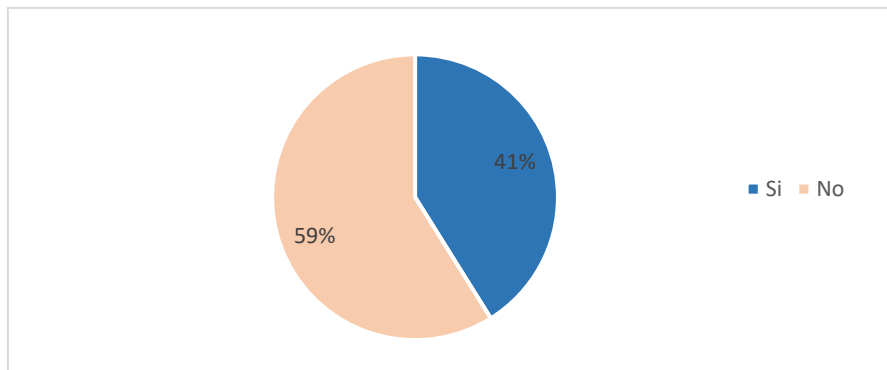
**Cuadro 6.** Conoce cuáles son los principales destinos y atractivos turísticos

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	164	41%
<b>No</b>	235	59%
<b>Total</b>	399	100%

**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Gráfico 6.** Conoce cuáles son los principales destinos y atractivos turísticos



**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Análisis e interpretación**

De los resultados obtenidos el 41% de las personas encuestadas manifiestas que conocen varios lugares y destinos turísticos mientras que un 59% aseguran no conocer todo los lugares y destinos a visitar en la ciudad.

**7. ¿Cree usted que la operadora turística contribuirá a potenciar los atractivos y destinos turísticos de la ciudad?**

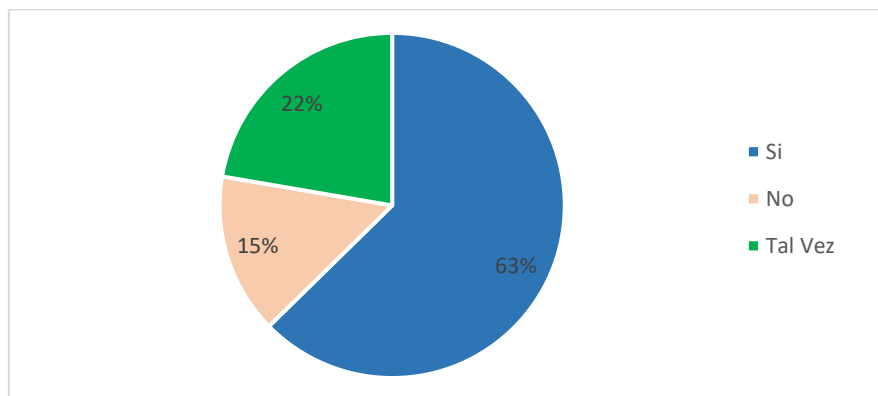
**Cuadro 7.** La operadora turística contribuirá a potenciar los atractivos y destinos turísticos.

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Si</b>	250	63%
<b>No</b>	60	15%
<b>Tal Vez</b>	89	22%
<b>Total</b>	399	100%

**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Grafico 7.** La operadora turística contribuirá a potenciar los atractivos y destinos turísticos.



**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Análisis e interpretación**

Ante la pregunta de la encuesta, nos indica que el 63% de las personas encuestadas consideran que la operadora turística resultara muy beneficiosa para la población y los distintos sectores turísticos y contribuirá al desarrollo de los mismos, el 22% creen que tal vez será beneficiosa y solamente el 30% señala que no.

**8. ¿De acuerdo al grado de importancia (Donde 5 es la máxima calificación y 1 la mínima), califique los destinos y atractivos turísticos que la operadora debería potenciar?**

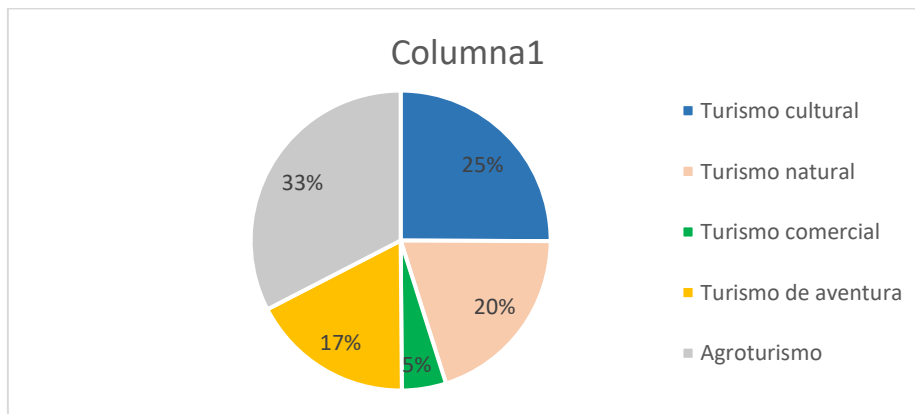
**Cuadro 8.** Destinos y atractivos turísticos que la operadora debería potenciar

Alternativa	Frecuencia	Porcentaje
Turismo Cultural	100	25%
Turismo Natural	80	20%
Turismo comercial	19	5%
Turismo de aventura	70	18%
Agroturismo	130	33%
<b>Total</b>	<b>399</b>	<b>100%</b>

**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Grafico 8.** Destinos y atractivos turísticos que la operadora debería potenciar



**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Análisis e interpretación**

Ante la pregunta realizada en la encuesta las personas consideran que la operadora turística debe potenciar como destino y atractivo turístico; el **33%** al Agroturismo, el **25%** al turismo cultural, **20%** al turismo natural, el **18%** al turismo de aventura y el **5%** al turismo comercial siendo así un impacto positivo para la ciudad.



**9. ¿Con la creación y la implementación de la operadora turística, en que magnitud la visitaría?**

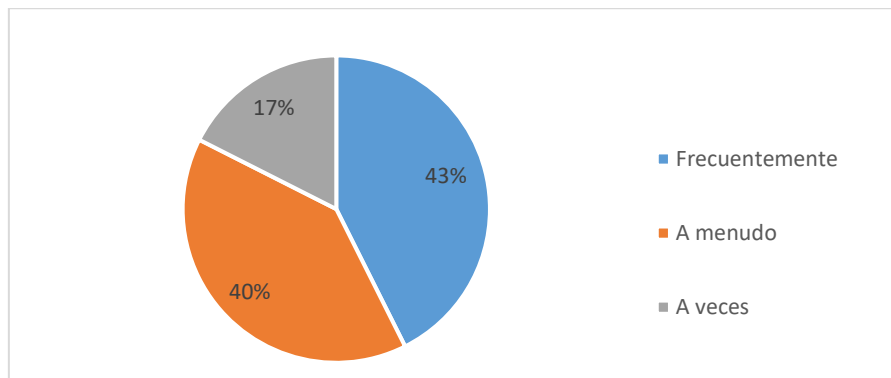
**Cuadro 9.** La operadora turística, en que magnitud la visitaría

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Frecuentemente</b>	170	43%
<b>A menudo</b>	159	40%
<b>A veces</b>	70	17%
<b>Total</b>	399	100%

**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Gráfico 9.** La operadora turística, en que magnitud la visitaría



**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Análisis e interpretación**

Según los datos obtenidos en esta pregunta, la población del cantón señala que los productos y servicios que brindara la operadora turística, el 43% de la población visitaría frecuentemente, el 40% de las personas lo visitarían a menudo; el 17% que lo visitarían a veces, esto nos da a entender que existiría una demanda por parte de la sociedad en visitar la operadora.

**10. ¿A través de qué medios considera usted que se debe promocionar la operadora turística?**

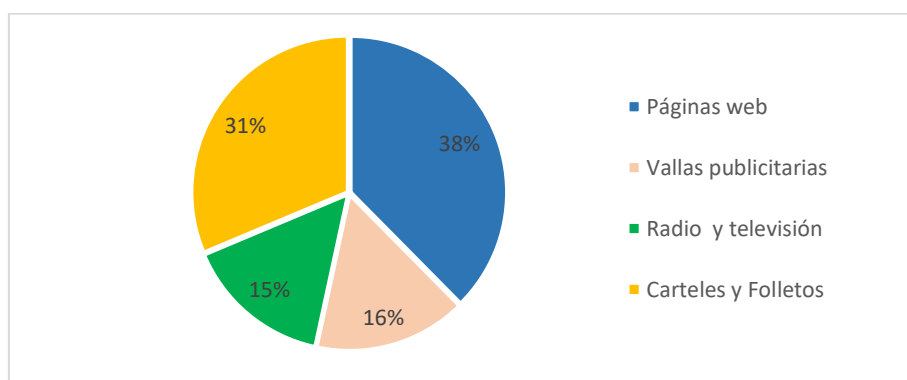
**Cuadro 10.** Medios que se debe promocionar la operadora turística

<b>Alternativa</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentaje</b>
<b>Páginas web</b>	150	38%
<b>Vallas publicitarias</b>	63	16%
<b>Radio y televisión</b>	61	15%
<b>Carteles y Folletos</b>	125	31%
<b>Total</b>	399	100%

**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Grafico 10.** Medios que se debe promocionar la operadora turística



**Fuente:** Ciudad de Quevedo

**Elaborado:** Francisca Jesus Cedeño Pincay

**Análisis e interpretación**

Del total de los encuestados con respecto a esta pregunta se demuestra en el gráfico que el 38% de los encuestados, opinan que el medio por el cual se debe promocionar a la operadora turística es mediante las páginas web, un 31% opina que, por medio de carteles y folletos, un 16% por radio y televisión y un 15% sugiere las vallas publicitarias, teniendo como resultado que a través de estos medios se puede promocionar a la operadora turística.

## Método de Comprobación

### Descripción

Con el objetivo de comprobar la hipótesis establecida en la presente investigación se empleó la prueba estadística del Chi Cuadrado el cual es un método útil para comprobar hipótesis relacionadas la permite calcular el tamaño de la muestra.

**Tabla de Distribución Chi Cuadrado**

V/p	0,001	0,0025	0,005	0,01	0,025	0,05	0,1
1	10,8274	9,1404	7,8794	6,6349	5,0239	3,8415	2,7055
2	13,815	11,9827	10,5965	9,2104	7,3778	5,9915	4,6052
3	16,266	14,3202	12,8381	11,3449	9,3484	7,8147	6,2514
4	18,4662	16,4238	14,8602	13,2767	11,1433	9,4877	7,7794
5	20,5147	18,3854	16,7496	15,0863	12,8325	11,0705	9,2363
6	22,4575	20,2491	18,5475	16,8119	14,4494	12,5916	10,6446
7	24,3213	22,0402	20,2777	18,4753	16,0128	14,0671	12,017
8	26,1239	23,7742	21,9549	20,0902	17,5345	15,5073	13,3616
9	27,8767	25,4625	23,5893	21,666	19,0228	16,919	14,6837
10	29,5879	27,1119	25,1881	23,2093	20,4832	18,307	15,9872

**Pregunta 3.** ¿Considera usted si es importante la creación de una operadora turística?

**Pregunta 7.** ¿Cree usted que la operadora turística contribuirá a potenciar los atractivos y destinos turísticos de la ciudad?

**RESPUESTAS FRECUENCIA OBTENIDA**

		SI	NO	TAL VEZ	TOTAL
<b>PREGUNTAS DE ENCUESTA</b>	<b>Nº: 3</b>	289	40	70	399
	<b>Nº: 7</b>	250	60	89	399
	<b>TOTAL</b>	<b>539</b>	<b>100</b>	<b>159</b>	<b>798</b>
		67,54%	12,53%	19,92%	

### RESPUESTAS FRECUENCIA ESPERADA

		SI	NO	TAL VEZ	TOTAL
<b>PREGUNTAS DE ENCUESTA</b>	<b>Nº: 3</b>	269,50	50,00	79,50	399
	<b>Nº: 7</b>	269,50	50,00	79,50	399
	<b>TOTAL</b>	<b>539</b>	<b>100</b>	<b>159</b>	<b>798</b>

### CHI CUADRADO

		SI	NO	TAL VEZ	TOTAL
<b>PREGUNTAS DE ENCUESTA</b>	<b>Nº: 3</b>	1,41	2,00	1,14	4,55
	<b>Nº: 7</b>	1,41	2,00	1,14	4,55
	<b>TOTAL</b>	<b>2,82</b>	<b>4,00</b>	<b>2,27</b>	<b>9,0923</b>

**CHI CUADRADO CALCULADO**                      **9,0923**

**CHI CUADRADO DE LA TABLA**                      **5,9915**

**Se ACEPTA la Hipótesis Planteada:**

¿La creación de una operadora turística mejorará el desarrollo socioeconómico en la Ciudad de Quevedo??

**CÁLCULO DEL CHI CUADRADO**

**INVESTIGACIÓN QUE REALIZA** = CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA Y EL DESARROLLO SOCIOECONÓMICO EN LA CIUDAD DE QUEVEDO, AÑO 2019

**MARGEN DE ERROR:** = 0,05

**PREGUNTA DE HIPÒTESIS** = ¿La creación de una operadora turística mejorará el desarrollo socioeconómico en la Ciudad de Quevedo?

H0 = Hipòtesis Nula.

H1 = Hipòtesis Alternativa.

**Nº de Filas** = 2

**Nº de Columnas** = 3

**Fe** = Frecuencia Teórica Esperada

**Fo** = Frecuencia Obtenida

**V** = Grado de libertad.

**V** = (Nº de Filas - 1) \* (Nº de Columnas - 1)

**V** = 1 \* 2

**Grado de Libertad V** = 2

**Chi cuadrado** =  $\chi^2$

$$\chi^2 = \sum \frac{(f - ft)^2}{ft}$$

**FÒRMULA CHI  
CUADRADO** =

## **3.2. Conclusiones específicas y generales**

### **3.2.1. Especificas**

Al haber culminado el trabajo de investigación mediante las encuestas realizadas en los diferentes lugares en la ciudad de Quevedo tales como: hoteles, hostales, restaurantes, centros comerciales, GAD Municipal, entre otros sitios dentro de la ciudad me permite compartir las siguientes conclusiones.

- Se notó la necesidad de una operadora turística que ofrezca diferentes alternativas de acceso a los destinos y atractivos turísticos que se ofrecen en la ciudad, por lo que sería factible que exista este tipo de negocio ya que el turismo se lo realiza y se lo practica a diario.
- la población de la ciudad de Quevedo tiene conocimiento sobre una operadora turística por lo que consideran que resultará beneficiosa para la población y los distintos sectores turísticos y contribuirá al desarrollo del mismo.
- Tras el estudio se busca que el uso de la operadora turística no sea solo para proporcionar información sino para ofrecer servicios al turista de forma que se pueda ser un punto importante de contacto y sierra de ventas.

### **3.2.2. General**

Mediante el análisis de los resultados de encuestas se detectó la importancia de crear una operadora turística para mejorar la calidad de vida de la población de la ciudad de Quevedo. Con la ayuda de tecnologías se puede al tener una página web propia se puede realizar negocios fácilmente fuera del horario de atención que la operadora maneje dentro de las oficinas.

## **3.3. Recomendaciones específicas y generales**

### **3.3.1. Especificas**

- De acuerdo al estudio de factibilidad la creación de la Operadora Turística es aceptable en cuanto a utilidades económicas e impactos favorables a la comunidad se refiere, adicionalmente generara desarrollo turístico en el sector.

- Desarrollar y capacitar a la población a ser más amigables con los turistas para mostrar plenamente la cultura.
- Explotar los conocimientos culturales y gastronómicos en el sector junto con la competitividad en los precios, por lo que recomienda realizar convenios con entidades relacionadas en el entorno los cuales nos proporcionan sus servicios.

### **3.3.2. General**

Tener información actualizada de los lugares potencialmente turísticos del cantón Quevedo, nos ayuda a conocer y mejorar el estado de preservación y conservación en el que se encuentra cada uno de los atractivos.

## **Capitulo IV**

### **PROPUESTA DE APLICACIÓN**

#### **4.1. Propuesta de aplicación de resultados**

##### **4.1.1. Alternativa obtenida**



Luego del estudio realizado en el presente informe se determina que es muy importante crear una operadora turística en el cantón Quevedo. Gracias al análisis desplegado en los resultados se pudo constatar el grado de factibilidad de impulsar nuevos mecanismos que ayuden al desarrollo socioeconómico mediante el implemento y potencializar el turismo.

Esta investigación tiene como finalidad incentivar a que se pueda incorporar y crear una operadora turística para el desarrollo socioeconómico en la ciudad de Quevedo.

#### **4.1.2. Alcance de la alternativa**

El presente trabajo, propone la creación de una operadora turística en la ciudad de Quevedo; debido a que existen muchas necesidades en el cantón. La empresa no solo generaría fuentes de trabajo sino que también ayudaría a potenciar turísticamente el lugar y darlo a conocer, de esta manera contribuirá al desarrollo socioeconómico del cantón.

La operadora turística brindara oportunidades de empleos especialmente a los habitantes locales que estén dentro del perfil del cargo y serán ubicados en las diferentes áreas: ya sea administrativa, financiera, promoción y ventas, contribuyendo de esta manera en el progreso turístico del cantón.

La propuesta de este proyecto es satisfacer las necesidades e inquietudes de los turistas. Con la creación de la operadora turística incrementara la demanda turística a nivel nacional. La operadora brindara todo tipo de información necesaria a los turistas.

#### **4.1.3. Aspectos básicos de la alternativa**

#### **4.1.3.1. Antecedentes**

Las operadoras turísticas legalmente son agente de viajes mayoristas, cuya actividad principal es crear paquetes turísticos para ofrecérselos a las agencias minoristas que posteriormente se lo venderán a los consumidores, estos mismos paquetes también se los pueden vender directamente a los clientes. Existen otros tipos de servicios que también ofrecen las operadoras turísticas como son:

- Reservaciones de alojamientos
- Alquiler de autos con o sin chofer
- Reservar y compra de entradas para diferentes espectáculos artísticos y culturales
- Contratar servicios de guías de turismo que manejan distintos idiomas.

La operadora brinda seguridad y calidad en los servicios turísticos con guías especializados que acompañan a los turistas durante sus viajes mostrando los atractivos del lugar para aquellos que gozan de la naturaleza además como expresa imparten toda la información turística necesaria para satisfacer las expectativas de los clientes.

#### **4.1.3.2. Justificación**

Es necesario analizar la finalidad principal de la actividad turística, para que se constituya en la base de nuestro propósito. Es así que dicha finalidad habla de proporcionar una infraestructura para la Operadora Turística, brindando los medios y finalidades para satisfacer a los clientes. Por medio de esta actividad se generan nuevas expectativas de conocimientos e interés, además de fomentar la integración de los ciudadanos y constituir de esta manera al desarrollo socioeconómico de los mismos.

Con la investigación realizada, se evidencia el escaso trabajo de promoción y oferta turística que presentan las agencias de viajes en la ciudad. El potencial turístico local es poco utilizado, razón por la cual se propone la creación de una operadora turística en la ciudad de Quevedo, encaminada a brindar servicios de calidad y una atención de primera.

## **4.2. Objetivos**

### **4.2.1. General**

Ser una empresa productiva, competitiva y generadora de empleo con un gran estándar en el mercado, ofreciendo productos y servicios de calidad.

### **4.2.2. Específicos**

- Crear una operadora turística
- Aplicar habilidades y destrezas para dirigir adecuadamente la empresa
- Obtener rentabilidad económica
- Crear paquetes turísticos que brinden a los turistas un sano esparcimiento y conocimiento sobre los lugares turísticos del cantón
- Mantenerse vigente en el mercado
- Contribuir al desarrollo local turístico
- Generar fuentes de trabajo

### **4.3. Estructura general de la propuesta**

#### **4.3.1. Título**

Creación de una operadora turística para el desarrollo socioeconómico en la ciudad de Quevedo.

#### **4.3.2. Componentes**

## **Segmentación del mercado**

La empresa está dirigida a la población del Cantón de Quevedo, y la segmentación está compuesta por características demográficas, pictográficas, sociografías y geográficas. Por lo general nuestros clientes serán todas las personas de las instituciones públicas y privadas.

## **Composición del mercado**

Corresponde de las siguientes características:

### **Demografía**

Comprende de las personas desde los 15 años en adelante, mediante lo cual pueden adquirir todos los productos y servicios de calidad que la empresa ofrece.

### **Geográfica**

Cantón de Quevedo, provincia de los Ríos, Ecuador.

### **Psicografía**

Se tiene en consideración las diferentes necesidades y expectativas de los clientes, el propósito de la empresa es satisfacer a los turistas.

### **Sociografía**

El principal objetivo está dirigido a los turistas locales, nacionales e extranjeros.

### **Productos y servicios**

Venta de paquetes turísticos, ventas de servicios turísticos individuales y servicios de guianza.

### **Características de la empresa.** La empresa contará:

- Guía turístico
- Mapa turístico
- Trípticos
- Folletos
- Furgoneta

### **Actividades**

La operadora realizará diferentes actividades turísticas, las cuales se desarrollarán con empresas tanto públicas como privadas, contando con diferentes recursos especializados y a su vez brindando productos y servicios de calidad como paquetes turísticos con diferentes costos, servicios de guía especializado, servicio directo e indirecto para los turistas y a su vez empleando una sostenibilidad. La empresa aportará al aprovechamiento de todos los recursos para el cantón productivo y turístico.

### **Políticas de la empresa**

- El horario de atención será de lunes a sábado de 8:00 a 12:00 – 14:00 a 18:00
- El personal contratado deberá tener una experiencia en el área requerida
- El personal recibirá capacitaciones constantemente por parte de la empresa
- La remuneración del personal será cancelada mensualmente
- El personal debe ser participativo en las actividades de la empresa
- La atención es de calidad y por orden de llegada

### **Alianzas estratégicas**

Este modelo está orientado a conjuntar los esfuerzos de ambas partes con un objetivo en común de satisfacer de manera eficiente las necesidades del mercado. El modelo de estrategia que se propone tiene como objetivo fundamental hacer que las

empresas participen en la contribución de progreso turístico y del desarrollo socioeconómico del cantón.

### **Beneficios para la operadora turística**

- Acceso a los diferentes atractivos turísticos
- Rentabilidad al negocio
- Precios accesibles
- Calidad de servicio
- Seguridad
- Mejoramiento a la productividad y competitividad
- Atractivos turísticos en buen estado de preservación y conservación

### **Beneficios para las empresas asociadas**

- Comisiones
- Promoción directa e indirecta de los atractivos
- Capacitación por parte de la operadora para unificar la calidad de servicios
- Mejoramiento de productividad y competitividad de la misma

### **Publicidad**

La publicidad se realizara en diferente medios de comunicación tales como: tv, radio, volantes, trípticos y redes sociales.

### **Itinerario operativo y descriptivo**

Los paquetes que se muestran a continuación son paquetes modelos, cuando la empresa comience su funcionamiento y según vaya ganando experiencia sobre la expectativa de los clientes.

<b>Itinerario Operativo</b>	
<b>Hora</b>	<b>Actividad</b>

<b>Día 1</b>	
14:00	Recorrido turístico – Cabecera cantonal de Quevedo
19:00	Cena
20:00	Eventos Culturales
22:00	Alojamiento – descanso
<b>Día 2</b>	
7:00	Desayuno
8:00	Visita al zoológico de Quevedo
12:30	Almuerzo Típico
14:00	Bosque de Bambú de Quevedo
19:00	Cena
22:00	Descanso
<b>Día 3</b>	
7:00	Desayuno
8:00	Recorrido Agro-turístico
18:00	Retorno al lugar de hospedaje
20:00	Cena
<p><b>Descripción del paquete:</b> Es un paquete destinado a todo grupo de personas que les gusten la cultura, y tranquilidad que les brindara la el turismo en la ciudad. La cual se encuentra llena de historia, costumbres y tradiciones. Además cuenta con recursos paisajísticos si es que busca el contacto natural de la zona.</p>	

### **Parque central**





**Imagen 1**

El parque central cuenta con detalles arquitectónicos, mediante lo cual realza el paisaje urbano. Cuenta con áreas verdes y una fuente de agua, es una obra hecha de hormigón la cual se caracteriza por su naturaleza.

### **Puente de Quevedo**



**Imagen 2**

### **Palacio de cristal**



**Imagen 3**

### **Malecón de Quevedo**



**Imagen 4**

Se muestran los elementos culturales, históricos y tradicionales del Cantón Quevedo. Están ubicados en el centro de la ciudad, las festividades se realizan desde septiembre a octubre de cada año.

### **Zoológico de Quevedo**



**Imagen 5**

Ubicado en la parte oeste de la ciudad. Cuenta con 8 hectáreas cuya explotación está centrada en el campo de madera con una gran diversidad de recursos faunísticos los cuales tienen vía de extensión. Cuenta con un clima tropical oscila entre los 22°C y 33°

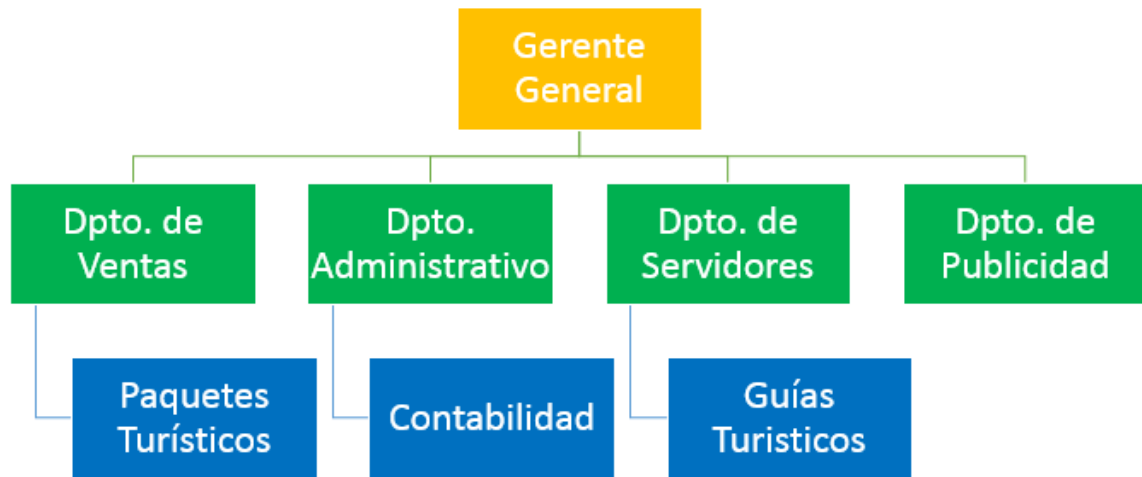
### **Parque de Bambú**



**Imagen 6**

### **Figura 1. Marco administrativo**





**Autora:** Francisca Cedeño Pincay

### **Descripción del organigrama**

La operadora va a estar diseñada con las siguientes áreas que a continuación se detallan:

#### **Gerente:**

El gerente de la operadora se ocupa principalmente, de gestionar las actividades económicas, administrativas, de personal y recursos tecnológicos actuando empresarialmente para la satisfacción del cliente, el crecimiento y la sustentabilidad del negocio.

#### **El gerente de la operadora debe:**

- Representar a la organización en eventos de la comunidad.
- Establecer y mantener red de contactos con asociaciones de presentadores de servicios turísticos, instituciones públicas y privadas.
- conducir reuniones y conferencias de la empresa.
- trabajar en conjunto con empresas del sector turístico

#### **Definir estrategias de desarrollo**

- Establecer objetivos y metas.

- Definir necesidades y gestionar prioridades de movilización de recursos.
- Planificar y desarrollar nuevos servicios y productos turísticos.
- Establecer cronogramas, plazos y presupuestos.
- Mantener información sobre nuevas tecnologías y cambio de mercados.

### **Administrar el negocio**

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

### **Realizar actividades de mercadeo**

- Realizar investigaciones de mercado para determinar productos turísticos y servicios
- Desarrollar programas de comercialización
- Ejecutar campañas promocionales
- Establecer acuerdos y alianzas comerciales
- Identificar mercados objetivos
- Realizar marketing mix

### **Supervisar la operación de sistemas y equipos**

- Asegurar el mantenimiento de los equipos y el entrenamiento adecuado del personal involucrado.
- Verificar la implementación y el uso de sistemas informáticos de turismo, computadora, fax, teléfonos, fotocopiadoras, calculadoras, entre otros.

## **Supervisar la presentación del personal**

- Analizar los reportes de investigación de satisfacción de los clientes, sugerencias y reclamos de los servicios otorgados y aplicar las acciones correctivas necesarias
- Cumplir y hacer cumplir los cuidados de higiene y apariencia personal, asegurar la satisfacción del cliente
- Mantener contacto con el cliente
- Supervisar el servicio de atención al cliente
- Establecer políticas de seguridad y privacidad
- Mejorar la eficiencia de los servicios que eleven la calidad de los productos turísticos ofertados al cliente y la imagen de la empresa
- Orientar la atención personalizada en la selección del servicio turístico solicitado por el cliente
- Verificar el cumplimiento de contratos, servicios ofertados y el mantenimiento de la documentación necesaria.

## **Liderar el equipo**

- Organizar el equipo necesario para la realización del servicio turístico
- Supervisar y orientar el trabajo de todos los miembros del equipo
- Transmitir la información y entrenamiento necesario para el desarrollo de las actividades
- Incentivar la cooperación de sus empleados
- Desarrollar acciones motivadoras y crear estímulos laborales
- Promover un buen ambiente de trabajo
- Estimular el trabajo en equipo
- Conciliar intereses profesionales
- Definir funciones de cada empleado

## **Competencia**

Para alcanzar los resultados esperados debe ser competente con base en los siguientes conocimientos, habilidades y actitudes.

## **Conocimientos**

- Herramientas básicas de planificación, control y método de optimización de resultados
- Administración especializada en productos turísticos
- Técnicas básicas de definición de calidad, costos, precios de productos, servicios y políticas comerciales.
- Procesos y procedimientos básicos administrativos, contables, comerciales, financieros y pólizas de seguros utilizadas en el turismo.
- Técnicas básicas de negociación y administración de contratos
- Características y conocimientos de productos, servicios comerciales y de los destinos vendidos
- Vocabulario técnico del turismo
- Informática y sistemas específicos de agencias operadoras
- Aspectos legales básicos pertinentes a la administración de operadoras
- Ley de turismo y reglamento general de actividades turísticos
- Aspectos laborales de empleados fijos y ocasionales de la empresa
- Técnicas básicas de liderazgo, ventas, negociación y gestión del personal
- Planificación de paquetes turísticos
- Comercialización turística por internet

## **Habilidades**

- Comunicación oral y escrita clara, articulada y expresiva con empleo de gramática y vocabulario adecuados
- Planificación de corto, mediano y largo plazo
- Análisis y juzgamiento con base en datos
- Raciocinio numérico aplicado a negocios
- Toma de decisiones en situaciones críticas
- Raciocinio lógico y verbal
- Capacidad para solucionar conflictos
- Capacidad para elaborar ideas

- Relacionarse públicamente con clientes potenciales y reales
- Análisis del comportamiento humano e interrelación del lenguaje corporal en particular gestual.

### **Actitudes**

- Previsor. Planificador, programa con antelación, disfruta fijando objetivos, proyecta tendencias y planea proyectos
- Equilibrado emocionalmente. No transparentan emociones, reservados en sus sentimientos, controla exposiciones temperamentales.
- Persuasivo. Buen vendedor de ideas a los demás, cambia las opiniones de otros, negociador.
- Innovador. Con nuevas ideas, con imaginación, plantea sugerencias, aporta soluciones.
- Razonador con datos. Le gusta trabajar con datos, se basa y actúa sobre hechos, goza midiendo y evaluando.
- Optimista. Feliz, animado, no cae en depresiones ni desánimos a pesar de los fracasos, ve el lado positivo o bueno de los casos.

## **DEPARTAMENTO DE VENTAS**

Las funciones del departamento de ventas han asumido al vendedor como pieza clave en cualquier empresa al conocer sus funciones perfectamente las cuales son:

### **Establecer los objetivos**

Crear objetivos realistas y orientados al crecimiento, así como las ganancias de cada vendedor y el enfoque que deben tender. Como una forma de motivar a tu equipo para que consiga sus objetivos puedes entregarle bonos y comisiones, ya que este tipo de remuneraciones impulsa a los empleados a alcanzar más rápido sus expectativas. Además si dispone de una herramienta especializada, será mucho más sencillo crear y compartir las metas.



## **Planificar las estrategias**

Conoce a detalle los valores del producto o servicio, fija el precio y la forma de distribución para que el equipo de venta sea eficaz. Los vendedores saben a fondo la preferencia de los clientes y sus necesidades así que son una valiosa fuente de información. Una de las estrategias más usadas a sugerir lanzamientos, así que establece las que motiven mejor el crecimiento de tu compañía.

## **Atender a los clientes**

Recopila la información acerca de la atención que se brinda ya que ahí se ubicaran los logros y los retos del área de ventas de otros departamentos que interactúen con el usuario. Cuida que los vendedores atiendan perfectamente a los clientes al dejar una buena impresión en cada una de las interacciones. También recuerda que sus características más importantes son la paciencia, la perseverancia y la capacidad para crear vínculos significativos con su contraparte, por medio de la empatía y la comunicación efectiva.

## **Promover a la empresa**

Trabaja codo acodo con el departamento de marketing en tanto que no hay una mejor promoción que la que llega a los clientes potenciales de manera voluntaria y valiosa. Adicionalmente emplea técnicas de relaciones públicas que representa a la empresa en el sector, ya sea en encuentros profesionales o conferencias congresos e inducciones.

## **Funciones de un vendedor**

- Investigar al consumidor
- Conocer el producto y servicio
- Conocer al mercado y la competencia

- Establecer conexiones
- Promover la retención de los clientes
- Captar nuevos clientes
- Retroalimentar la empresa
- Colaborar con otros equipos

## **DEPARTAMENTO DE ADMINISTRACIÓN**

Tiene la responsabilidad de asegurar las actividades administrativas dentro de una organización funciones eficientemente, proporcionando estructuras y procesos a otros empleados, a través de la organización. Estas actividades pueden abarcar desde la responsabilidad de la gestión de recursos humanos, presupuestos y registros hasta la contabilidad.

### **Las habilidades básicas que suelen necesitar son:**

- Formación en gestión de nóminas para garantizar que todos los empleados reciben su nómina a tiempo
- Tener buenas habilidades de comunicación para coordinarse y colaborar con otros empleados
- La capacidad de adaptarse a entornos cambiantes y nuevas tecnologías que podrían implementarse
- Tener iniciativa y proponer cambios para mejorar
- Ser capaz de trabajar bajo presión cuando surgen tareas de vital importancia para la empresa

## **DISTRIBUCIÓN POR ÁREAS**

### **Área del Gerente general**

La oficina del gerente general va a estar ubicada al lado derecho, donde va a estar dirigiendo y supervisando las reuniones o situaciones que se puedan presentar en la

operadora turística ya que el gerente tiene que ser líder y tomar decisiones correctas para el bienestar de la operadora.

### **Área de publicidad**

El departamento de publicidad se encarga de canalizar y controlar todas las actividades que se ofertan en la operadora turística, la función principal de esta área es promover las ventas y dar a conocer el producto, la marca, el slogan que se promueven en la empresa.

### **Área de recepción y sala de espera**

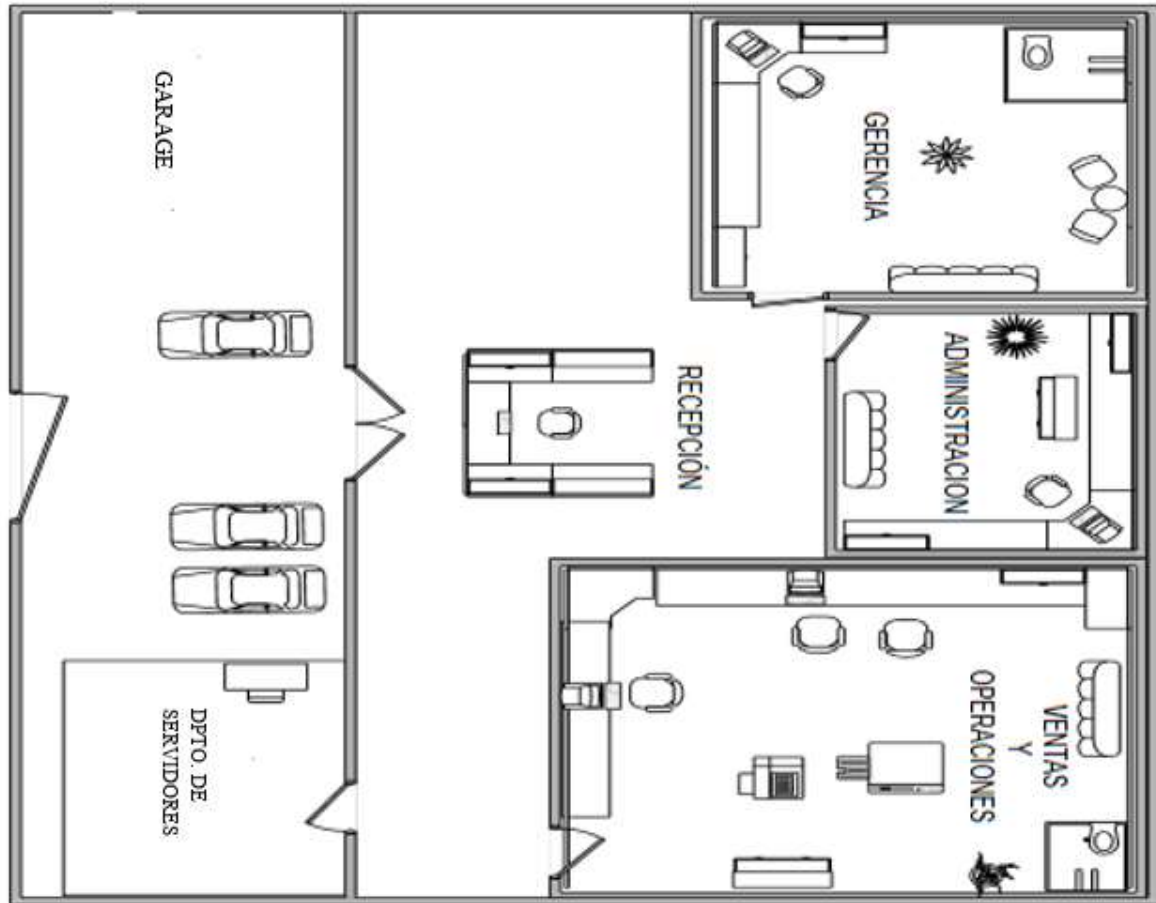
Esta área es importante ya que el cliente es la primera impresión que se lleva a la hora de visitar la operadora turística para adquirir los servicios que está ofertando la empresa, la principal función del área consiste en dar todo tipo de información acerca de lo que ofrece y oferta la operadora en el mercado actual. La sala de espera y la recepción tiene la misma ubicación se considera un lugar estratégico para promocionar la imagen y los servicios que oferta la empresa turística.

### **Distribución de la planta**

La distribución física de la infraestructura del proyecto es una de las estrategias que promueve la eficiencia de la operación del proyecto a largo plazo. Una buena distribución tiene como propósito satisfacer a menor costo los requisitos de calidad del medio ambiente, diseño del producto, capacidad de cada sección de planta, características de equipo que se va a instalar.

Se arrendara un inmueble el mismo que será remodelado y acondicionado para dotarlo de mayor funcionalidad. La distribución de la costara de las siguientes características.

### **Figura 2. Distribución por planta**



**Autora:** Francisca Cedeño Pincay

### **Requerimientos técnicos**

### **Mano de obra**

Los recursos acorde para obtener el producto terminado son: mano de obra indirecta como se indicó la elaboración del producto estará a cargo de terceras personas, adicional se requiere contratar el siguiente personal administrativo que son: un gerente, una secretaria contadora, un vendedor, un publicista y un conserje. Con este personal se puede poner en marcha la operadora turística y lograr su desarrollo.

### **Materiales y suministros**

Para la promoción y comercialización de los paquetes turísticos de las diferentes rutas, intervienen suministros y materiales que son recursos directos e indirectos de la promoción, en este proyecto se encuentran almacenamientos y materiales de la oficina, a los que se agregan otros insumos y servicios básicos como energía eléctrica, teléfono, internet, agua, transporte, entre otros.

### **Edificios y construcciones**

Se arrendará un inmueble el mismo que será remodelado y acondicionado.

- Herramientas menores
- Equipos de cómputo
- Muebles y enceres de administración
- Equipos de oficina
- Talento humano de administración y ventas

Se ha realizado la descripción de los componentes más relevantes del estudio técnico.

#### **4.4. Resultados esperados de la alternativa**

Una vez culminada la investigación se establece que la elaboración de la propuesta realizada es viable ya que esta nos permite contribuir con el desarrollo socioeconómico de la ciudad, y así dar a conocer el lugar como destino turístico logrando así una mayor llegada de visitantes. Mejorar la calidad de servicios que prestan las empresas en general a la ciudadanía, facilitando la difusión de información para que el turista sea atendido de manera cordial.

Teniendo así un mayor compromiso con las autoridades en el sector turístico siendo uno de los más importantes en la economía tanto local, nacional y regional.

## Bibliografía

- Miguel Angel Acerenza. (2006). *Conceptualización, origen y evolución del turismo*. Mexico: Trillas. Obtenido de <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/11/Conceptualizaci%C3%B3n-origen-y-evoluci%C3%B3n-del-turismo-de-Miguel-Acerenza-PDF.pdf>
- Empresarial, D. (13 de 04 de 2014). *Wolters Kluwer*. Obtenido de <http://diccionarioempresarial.wolterskluwer.es/Content/Documento.aspx>
- Gobierno Municipal . (05 de 03 de 2006). *La Hora*. Obtenido de Noticias los Ríos: <https://lahora.com.ec/noticia/401623/home>
- Gómez Martín, B., & López palomeque , F. (2002). *Regionalización turística del mundo*. España: Edicions Univers. Barcelona.
- Inostroza, G. (2008). Gestión Turística. *Revistas Electronicas UACH*, 79-80. Obtenido de <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/>
- Maria Jose Araujo . (31 de Octubre de 2012). *Turismo en la Ciudad de Quevedo* . Obtenido de Quevedo Ciudad del Río: <http://quevedo.gob.ec/quevedo-en-la-historia/>
- Maria Peñafiel. (04 de 2018). *UNIVERSIDAD CENTRAL DEL ECUADOR*. Obtenido de REPOSITORIO DIGITAL: <http://200.12.169.19/simple-search?filterquery=TURISMO&filtername=subject&filtertype>equals>
- OMT. (2011). *Introducción al Turismo*.
- Oyarzún, E., & Szmulewicz, P. (enero de 2016). *Fortalecimiento de los Destinos Turísticos*. Obtenido de <http://revistas.uach.cl/pdf/gestur/n4/art07.pdf>
- Quesada Castro, R. (2011). *GESTIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS SOSTENIBLES*. San Jose, Costa Rica: EUNED (Editorial Universidad Estatal A Distancia).
- Sancho, A. (20 de 07 de 2017). *Turismo*. Obtenido de CEUPE: <https://www.ceupe.com/turistico/OMT.html>
- Turégano, M. Á. (2010). DESARROLLO TURÍSTICO Y DESARROLLO SOCIO-ECONÓMICO: UN ENFOQUE DESDE EL NIVEL REGIONAL. *REVISTA BRASILEIRA DE DOCENCIA* , 68.

