

**UNIVERSIDAD LAICA VICENTE
ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**

FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS



PROYECTO

**PREVIO OBTENCION AL TÍTULO DE INGENIERO/A
COMERCIAL**

TEMA

**REORGANIZACION ADMINISTRATIVA FINANCIERA DE LA
AGENCIA DE VIAJE BESTSELLER TRAVEL AGENCY EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

**EGRESADO / A
ULVIO LEODAN MACIAS VERA
DORA MAGDALENA SABANDO MEZA**

**DIRECTORA
MAE. PATRICIA JORDAN ARMIJOS**

**GUAYAQUIL – ECUADOR
2013**

DEDICATORIA

A DIOS NUESTRO MAYOR
MAESTRO DE VIDA, A MI MADRE MI MAS GRANDE AMOR, MI PADRE
LA BASE FUNDAMENTAL DE MIS PRINCIPIOS, A MIS HERMANOS POR
LA FÉ Y EL CARIÑO BRINDADO POR VARIOS AÑOS Y QUE AÚN SE
MANTIENE, A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS POR LAS VIVENCIAS
INOLVIDABLES QUE CON ELLOS PUDE COMPARTIR

LEODAN MACIAS VERA

AGRADECIMIENTO

A DIOS POR DARME LA OPORTUNIDAD DE CULMINAR UNA ETAPA MÁS DE MI VIDA, A LA UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL POR HACER REALIDAD ESTE SUEÑO, A NUESTRA DIRECTORA DE TESIS MAE. PATRICIA JORDAN A. POR SU INVALUABLE AYUDA, A TODOS MIS MAESTROS POR SUS CONOCIMIENTOS COMPARTIDOS DURANTE TODA MI ETAPA DE ESTUDIANTE Y EN ESPECIAL A LA MSC. BLANCA LUNA, POR SUS CONSEJOS, ING. COM. SOLANGE RESABALA POR SU CONSTANTE AYUDA DESINTERESADA.

LEODAN MACIAS VERA

DEDICATORIA

DEDICO ESTA TESIS A MIS PADRES SR. LUIS SABANDO VELEZ Y SRA. SANDRA MEZA ANDRADE QUIENES VENCIENDO TODA BARRERA Y OBSTÁCULO LOGRARON AYUDARME A TERMINAR LA META DESEADA.

A MI TÍA SRA. REYNA SABANDO VELEZ QUIEN CONFÍO EN MÍ, PUSO TODO SUS ESFUERZOS Y DEDICACIÓN PARA PODER VISLUMBRAR LOS ÉXITOS DEL FUTURO.

DORA SABANDO MEZA

AGRADECIMIENTO

AGRADEZCO A DIOS MI SEÑOR, FUENTE INEFABLE DE SABIDURÍA QUIEN ME HA DADO EL CONOCIMIENTO, Y SALUD PARA PODER TERMINAR CON ÉXITO MIS ESTUDIOS.

A MIS PADRES Y HERMANOS QUIEN CON SU ESFUERZO, AMOR Y COMPRENSIÓN HAN HECHO REALIDAD ESTE LOGRO.

A MIS PROFESORES QUIENES CON SU DEDICACIÓN COLABORARON CON SUS ENSEÑANZAS.

A NUESTRA TUTORA MAE. PATRICIA JORDAN ARMIJOS POR SU AYUDA DE CULMINACION DE ESTE PROYECTO.

TAMBIÉN A MIS COMPAÑEROS, QUIENES AYUDARON EMOCIONALMENTE PARA ASÍ PODER REALIZADO AHORA UNO DE MIS MÁS GRANDES SUEÑOS.

DORA SABANDO MEZA

DECLARACION DE RESPONSABILIDAD

El siguiente proyecto de investigación con el tema:

“REORGANIZACION ADMINISTRATIVA-FINANCIERA PARA LA AGENCIA DE VIAJES BESTSELLER TRAVEL AGENCY EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”

ha sido desarrollado con base a una investigación eficaz respetando los derechos de autor de terceros conforme a las citas que se mencionan en el pie de página correspondiente, consecuentemente este trabajo es de nuestra autoría.

En virtud a esta declaración nos responsabilizamos del contenido y la veracidad y alcance del mismo.

GUAYAQUIL JUNIO 2013

AUTORES:

Ulvio Leodan Macias Vera

Dora Magdalena Sabando Meza

AUTORIZACIÓN

Autorizamos a la **UNIVERSIDAD LAICA VICENTE ROCAFUERTE DE GUAYAQUIL**, la publicación, en la biblioteca de la institución, el proyecto de investigación, **“REORGANIZACION ADMINISTRATIVA-FINANCIERA PARA LA AGENCIA DE VIAJES BESTSELLER TRAVEL AGENCY EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

Cuyo contenido ideas sugerencias son de nuestra exclusiva responsabilidad y autoría total

GUAYAQUIL JUNIO 2013

AUTORES:

Ulvio Leodan Macias Vera

Dora Magdalena Sabando Meza

RESUMEN

Toda organización sin importar su tamaño o la cantidad de áreas que tenga siempre lleva a cabo diversos procesos para lograr un eficiente desarrollo empresarial. Es por eso la realización de este proyecto de investigación que tiene como finalidad establecer procesos administrativos para cada función de la agencia de viajes Bestseller Travel Agency de la ciudad de Guayaquil.

Partiendo de esto, se procedió a realizar un manual administrativo funcional para el mejoramiento de la empresa y el posicionamiento de la misma en el mercado turístico tanto local como nacional.

El proyecto de investigación está estructurado en cuatro capítulos que hacen referencia a el inicio del turismo y como nace la idea de la creación de las agencias de viajes como intermediarias entre el turista y los diferentes sitios de recreación.

El primer capítulo detalla de forma breve una investigación preliminar tales como el diagnóstico o contexto, la definición del problema a investigar y las posibles soluciones, la Justificación de la investigación, los objetivos empleados en la misma y la intencionalidad de la investigación a desarrollarse.

Segundo capítulo se refiere al Estado del conocimiento el inicio del turismo y de las agencias de viajes en sus diversos tamaños y países, con sus conceptos básicos la importancia, clasificación de la misma las fundamentaciones teóricas, hipótesis y las variables e indicadores.

Tercer capítulo se enfoca en la aplicación de la metodología empleada tales como Universo y muestra los métodos, técnicas, procedimientos científicos e instrumentos

usados para el procesamiento de datos y resultados y por último los recursos instrumentales tales como Cronogramas y presupuestos.

Cuarto capítulo, se muestra la propuesta hecha para la ejecución de este proyecto de investigación, la realización de una manual administrativo-financiero de funciones diseñadas para la agencia de viajes Bestseller Travel Agency en la ciudad de Guayaquil, puntualizando las operaciones de cada área lo que debe realizar para mejorar su administración y llegar al éxito de la misma. Por último se detalla las conclusiones y recomendaciones y sus debidos anexos.

CAPITULO I

1. INTRODUCCIÓN	9
1.1. TEMA	11
1.2. DIAGNOSTICO / CONTEXTO	11
1.3. DEFINICION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION	12
1.4. JUSTIFICACION DEL PROYECTO DE INVESTIGACION	13
1.5. FORMULACION DEL PROBLEMA	14
1.5.1. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA	14
1.6. OBJETIVO DELPROYECTO DE INVESTIGACION	14
1.6.1. GENERAL	14
1.6.2. ESPECIFICO	14
1.7. ALCANCE DELPROYECTO DE INVESTIGACION	15
1.7.1. DELIMITACION DEL PROBLEMA	15
1.7.2. LIMITACION DEL PROBLEMA	15
1.8. INTENCIONALIDAD DE LA INVESTIGACION	16

CAPITULO II

2. CUERPO O DESARROLLO TEMATICO	17
2.1. MARCO TEORICO	18
2.1.1. ESTADO EL CIENCIA	20
2.2. ESTADO DEL ARTE	22
2.2.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL	22
2.2.2. GENERALIDADES	22
2.3. MARCO REFERNCIAL	25
2.3.1. ORIGENES DEL TURSIMO	25
2.3.2. VIAJES POR TIERRA	26
2.3.3. VIAJES POR MAR	27

2.3.4. NACIMIENTO DEL TURISMO	27
2.3.5. LA ERA DE LOS DESCUBRIMIENTO	27
2.3.6. TURISMO EN AMBITO INTERNACIONAL	28
2.3.7. EVOLUCION Y SITUACION ACTUAL DEL TURISMO	29
2.3.8. EFECTOS SOCIOECONOMICOS DEL TURISMO	30
2.3.9. HISTORIA DEL TURISMO EN ECUADOR	31
2.3.10. TURISMO COMUNITARIO	34
2.3.11. INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR	35
2.3.12. ESTRUCTURA TURISTICA	36
2.3.13. LEGISLACION TURISTICA	37
2.4. ANTECEDENTES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	38
2.4.1. HISTORIA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	38
2.4.2. CONCEPTOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	41
2.4.3. CARACTERISTICAS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	41
2.4.4. CLASIFICACION DE LAS AGENCIAS DE VIAJES	42
2.5. PAQUETES TURISTICOS LOCALES	52
2.6. PAQUETES NACIONALES	56
2.7. MARCO CONCEPTUAL	66
2.8. MARCO LEGAL	71
2.9. HIPOTESIS GENERAL	74
2.10. VARIABLES O CRITEROS DE LA IVESTIGACION	75
2.11. INDICADORES	76

CAPITULO III

3. METODOLOGIA	79
3.1. TIPO DE ESTUDIO	79
3.2. DISENO DE LA INVESTIGACION	79
3.3. POBLACION Y MUESTRA	80
3.3.1. METODOS Y TECNICAS	81
3.3.2. METODO EXPLORATIVO	82

3.3.3. METODO DESCRIPTIVO	83
3.3.4. METODO PRAGMATICO	83
3.4. INSTRUMENTOS	85
3.4.1. CUESTIONARIO	85
3.5. APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS	86
3.6. ANALISIS E INTERPRETACION DE DATOS	86
3.7. ANALISIS DE MERCADO	98
3.8. PRODUCTOS Y SERVICIOS	99
3.9. MARKETING	100

CAPITULO IV

4. PROPUESTA	104
4.1. TEMA	104
4.2. DESCRIPCION DE LA AGENCIA	105
4.2.1. UBICACIÓN SECTORIAL Y FISICA	106
4.2.2. DESCRIPCION DEL LOCAL	107
4.2.3. ORGANIGRAMA DE LA AGENCIA	108
4.3. DESARROLLO DEL MANUAL ADMINISTRATIVO	109
4.3.1. INTRODUCCION	110
4.3.2. OBJETIVOS	111
4.3.3. FINANLIDAD	112
4.3.4. IMPORTANCIA	112
4.3.5. ALCANCE	112
4.3.6. RESPONSABILIDAD	112
4.3.7. NORMAS DE OPERACIÓN	113
4.4. DEFINICIONES	113
4.4.1. MANUAL ADMINISTRATIVO DE FUNCIONES	113
4.4.2. FUNCIONES BASICAS	113
4.4.3. IDENRIFICACION DEL CARGO	114
4.5. DESCRIPCION DE FUNCIONES POR CARGO	114

4.6.	DESCRIPCION POR DEPARTAMENTOS	115
4.6.1.	DEPARTAMENTO DE GERENCIA	116
4.6.2.	DEPARTAMENTO CONTABLE	118
4.6.3.	DEPARTAMENTO FINANCIERO	121
4.6.4.	DEPARTAMENTO DE MARKETING	124
4.6.5.	DEPARTAMENTO DE VENTAS	125
4.6.6.	DEPARTAMENTO DE CONSERJES	127
4.7.	DEPARTAMENTO A LARGO PLAZO	130
4.7.1.	DEPARTAMENTO DE PROGRAMACION	130
4.7.2.	DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACION	131
4.7.3.	DEPARTAMENTO DE OPERACIONES	132
4.8.	DEPARTAMENTO AUXILIAR DE GERENCIA	133
4.9.	DEPARTAMENTO VARIOS	134
4.9.1.	INSTRUCTORES	134
4.9.2.	AUXILIAR DE MARKETING	135
4.9.3.	PROGRAMADORES DE TOURS	135
4.9.4.	PERSONAL DE VENTAS DE RESERVAS	135
4.9.5.	COORDINADORES DE TOURS	135
4.9.6.	PERSONAL DE LOGISTICA	135
4.9.7.	PERSONAL DE SISTEMA	135
4.9.8.	MENSAJERO	136
	CONCLUSIONES	143
	RECOMENDACIONES	145
	BIBLIOGRAFIA	147
	ANEXOS	150-160

1. INTRODUCCION.

Los avances tecnológicos y el desarrollo empresarial por sí solos no producen efectos positivos si la calidad administrativa de las empresas no nos permite una aplicación efectiva dentro de la misma, durante esta investigación se procederá a analizar las variables involucradas en la reorganización administrativa-financiera de la agencia de viaje Bestseller Travel Agency en la Ciudad de Guayaquil alineado estándares de calidad, buscando obtener innovadores procesos administrativos que colaboren a posicionar la empresa en el mercado local.

Ecuador desde que se inicio la venta del petróleo ha sido un país dependiente directo de las remesas que dejan los ingresos petroleros, por la estabilidad económica fuera de los ingresos que en menor cuantía dejan las exportaciones de productos tradicionales y no tradicionales.

Nuestro actual proyecto de investigación tiene como enfoque buscar métodos y estrategias el cual nos permita una mejor administración dentro de la empresa y de esa forma promover el turismo y explotar la mayor cantidad posible de sitios turísticos dentro de la región costa especialmente de la provincia del Guayas, que posee diversas atracciones naturales que al ser visitadas por turistas nacionales y extranjeros ayudara al crecimiento económico de la empresa y su posicionamiento en el mercado.

Al tomar en cuenta la posición que tiene la empresa en las ventas de sus paquetes turísticos durante su último año de operaciones en el mercado, podemos descifrar y presupuestar las ventas en cada trimestre dependiendo de los meses de mayor afluencia turística para realizar un manejo eficiente en lo administrativo y el flujo financiero existente.

Por todo lo expuesto anteriormente, este proyecto tiene como objetivo buscar, y proyectar estrategias administrativas eficaces para promocionar y posicionar la agencia de viajes en el mercado nacional, además de dar a conocer los atractivos existentes del Cantón, la provincia y del país lugares que muchas veces son poco conocidos por las personas en general, ocasionando poco crecimiento económico en cuanto al sector turístico.

Esta investigación además de presentar una herramienta de guía administrativa tiene como objeto dar a conocer a los turistas tanto nacionales como extranjeros las diferentes alternativas en actividades de turismo con las que contamos, dentro del cantón y la provincia con una sociedad dispuesta a aportar con sus diferentes actividades comerciales para brindar un servicio de calidad a sus visitantes y así contribuir con el desarrollo socioeconómico del país.

De esta forma, este trabajo de investigación se pretende proyectar por medio de la agencia de viajes un turismo diferente, basado en la calidad de servicio, satisfaciendo las necesidades e inquietudes de nuestros futuros turistas con el afán que tengan una atención de óptima calidad. Dentro de la ejecución de este proyecto se tendrán en cuenta las disposiciones, reglamentos y preceptos contenidos en la Legislación vigente, prestando especial atención al medio ambiente y su conservación.

Un problema que enfrenta la empresa en la actualidad es el escaso control administrativo- financiero en cada una de sus áreas, para defenderlo correctamente se tendrá que analizar los procesos existentes los cuales nos permitirá comentar la gestión administrativa. De igual manera se formularan los objetivos generales y los objetivos específicos la justificación argumenta el por qué de la investigación que se plantea, la intencionalidad de la misma se establecerá estrategias de mejoramiento

1.1.TEMA:

REORGANIZACION ADMINISTRATIVA - FINANCIERA DE LA AGENCIA DE VIAJE BESTSELLER TRAVEL AGENCY EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

1.2.DIAGNOSTICO

La Agencia de Viajes Bestseller Travel Agency empieza sus operaciones el 21 de abril del 2001; se constituye como CÍA, ROMOLEROUX S.A. y opera bajo esa denominación hasta el año 2005, su accionista mayoritario fue el Sr. Johnny Romoleroux quien estaba asociado con el Sr. Bolívar Sánchez. El factor económico fue el principal motivo por el cual esta empresa tuvo que cerrar sus operaciones.

En el 2003 los gobiernos de varios países, empiezan a solicitar visas a los turistas ecuatorianos, la dificultad de estos para obtenerlas debido a los fuertes requisitos solicitados reclinada en una caída en el volumen de venta de pasajes al exterior principal rubros de ingresos de Bestseller Travel Agency. Esta medida trajo como consecuencia el cierre de muchas empresas dedicadas a esta actividad.

Sin embargo se ofreció en un 10% de comisión a las agencias de viajes por boletos emitido con el termino del tiempo y vendidos directamente con las aerolíneas esta comisión fue disminuyendo hasta desaparecer.

A partir del 2005 las agencias de viajes empezaron a recibir una comisión por emisión (Fee de emisión) que actualmente es el 4% sobre boleto emitido esta comisión “controlada” por las aerolíneas; se han constituido en un freno para el crecimiento de las agencias de viajes medianas y pequeñas.

Una de las primeras en entrar en estas condiciones de las comisiones a las agencia fue Continental Airlines, las aerolíneas le cobraban a las agencias por la emisión de los ticket, provocando que los consumidores vayan directamente a las aerolíneas para evitar el pago del Fee de emisión ahora esta tasa se cobra tanto en las agencias como en las aerolíneas por todo lo expuesto, muchas agencias optaron por trabajar como personas naturales ganando comisiones bajas, la agencia Romoleroux S.A. Que cierra sus operaciones.

En el 2005 empieza a operar utilizando las demandas como fuera esta operación el tomo con el nombre de BESTSELLER TRAVEL AGENCY como intermediario directo entre las aerolíneas y los mayoristas, reduciendo sus gastos de publicidad y dedicándose a vender sus propios programas en lo cual, BESTSELLER TRAVEL busca posicionarse en el mercado local como una agencia de viajes prestigiosa.

1.3.DEFINICION DEL PROBLEMA DE INVESTIGACION

Una de las principales causas de diversos factores de la problemática interna de la empresa son los procesos y sistematización efectivos de la misma, que tenga un registro planificado para cumplir los objetivos y metas propuestos por la empresa. La falta de control de gestión administrativa es el problema común dentro de la organización.

En la agencia Bestseller Travel Agency se refleja un problema interno en un control administrativo y financiero para posicionarla en el mercado de agencias dentro de la ciudad de Guayaquil, la misma que presta sus servicios desde 2005.

Es una empresa joven que ofrece paquetes turísticos empresariales y personales, vuelos de interés, reservaciones, etc. Todo esto se realiza sin técnicas definidas, en ocasiones se genera diversos inconvenientes y al no existir un plan administrativo tiende a retrasos en el proceso interno que afecta el desarrollo.

1.4.JUSTIFICACION DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

Las microempresas actuales se caracterizan por estar sometidas a procesos , cambios rápidos, continuos en sus estrategias competitivas, la creciente influencia social de progresos tecnológicos y el carácter abierto de las relaciones económicos-sociales, constituyen algunas de las causas que junto con sus interacciones, permiten explicar ese estado de cambio permanente en el que debemos estar inmersos.

Esta investigación nos ayudará a realizar cambios de estrategias dentro del ámbito de viajes y turismo por medio de un manual administrativo aplicando controles financieros de gestión que nos permita corregir factores críticos que deben mejorar nuestro sistema de viajes y turismo. Esta investigación dará una visión más amplia y detallada de la gestión que se lleva en las agencias de viajes, en la actualidad que nos permitirá conocer el funcionamiento interno de la misma.

Los datos antes expuestos, justifican la necesidad de desarrollar estrategias para posicionar la agencia al mercado local con la ayuda de un manual administrativo de esta manera mejorar la calidad y eficiencia en la administración de la empresa y su entorno promoviendo el turismo dentro de la provincia del Guayas, de una forma mas segura obteniendo beneficios ambas partes.

La administración eficaz y eficiente en una agencia de viajes exige como marco de referencia el conocimiento de las teorías administrativas que se proporcionan a principios para coordinar y supervisar la labor a fin de lograr los objetivos que se persiguen, la realización de esta investigación servirá, además de un manual de apoyo a la agencia también como fuente de documentación y consultas de ejecutivos de agencias de viajes ya que se establecerán planteamientos clásicos y modernos de una administración eficiente y eficaz para elaborar el manual administrativo apropiado a las características específicas de la agencia de viajes y turismo.

1.5.FORMULACION DEL PROBLEMA

¿DE QUÉ FORMA POSICIONAR LA AGENCIA DE VIAJES EN EL MERCADO NACIONAL Y PROMOVER EL TURISMO RECEPTIVO DENTRO DEL CANTÓN LA PROVINCIA Y EL PAÍS?

1.5.1. SISTEMATIZACION DEL PROBLEMA

- ¿Con que estrategias competitivas cuenta la agencia para ser posicionada y reconocida a nivel nacional?
- ¿Con que medios publicitarios puede contar la agencia para promocionar el proyecto?
- ¿Cuál es el personal disponible para el desarrollo de las actividades?
- ¿Qué impacto tendrá el proyecto en el desarrollo económico de la población?

1.6. OBJETIVOS DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

1.6.1. GENERAL:

- Reorganización administrativa-financiera, con la elaboración de un Manual de Proceso administrativos funcionales en cada área de la agencia de viajes.

1.6.2. ESPECIFICOS:

- Elaboración un manual administrativo para la reorganización de la agencia.
- Desarrollar procesos de administrativos fijados para cada una de las áreas
- Fijar los niveles de satisfacción en el proceso de la reorganización.
- Evaluar la estrategia para posicionar en el mercado de Agencias de viajes.

1.7. ALCANCE DEL PROYECTO DE INVESTIGACION

1.7.1. DELIMITACION DEL PROBLEMA

El actual proyecto de investigación busca desarrollar un manual administrativo como una herramienta de asistencia para la agencia de viajes Bestseller Travel Agency de la ciudad de Guayaquil como ayuda al proceso para el posicionamiento en el mercado y ser consolidada como una empresa reconocida a nivel nacional y promover el turismo local a turistas nacionales y extranjeros.

Al desarrollar esta investigación daremos a conocer la provincia, ciudad y sus encantos turísticos que tiene para ofrecer al turista interno y externo, este proyecto se realizó en la agencia de viajes Bestseller Travel Agency ubicada en la ciudad de Guayaquil, entre las calles José de Antepara y Clemente Ballén esquina.

1.7.2. LIMITACION DEL PROBLEMA

- Escasa contribución de personas al momento de ser encuestadas
- La verificación de los datos
- Falta de tiempo por parte de los gerentes para que nos brinden una entrevista
- Poca afluencia de turistas extranjeros para conocer sus puntos de vista
- Mínimo interés de los administrativos hacia la información requerida

1.8. INTENCIONALIDAD DE LA INVESTIGACION

Desarrollar un Manual Administrativo-financiero de funciones para posicionarse en el mercado de agencias de viajes y turismo, demostrando un avance económico-comercial en este sector y ayudar a las empresas de viaje de primer nivel a captar mercado y brindar un mejor servicio.

CAPITULO II

CUERPO O DESARROLLO TEMATICO

2. MARCO TEORICO

2.1.Estado de ciencia.

Los supuestos relacionados con este proyecto de investigación logramos relacionar lo siguiente:

Actualmente las agencias de viaje tienen un papel fundamental dentro de la industria turística, ya que permiten al cliente tener acceso a diferente información que por sí solo requerirían una gran cantidad de esfuerzo y dinero. El profesional de la agencia de viajes puede ser tanto el propietario del negocio como un empleado del mismo debidamente calificado según la legislación vigente en el país.

Se puede distinguir varios detalles dentro de un agente de viaje tales como:

2. Informar al cliente y asesorarle sobre el destino turístico de su elección.
3. Organizar y planificar todo lo referente al itinerario turístico, aspecto que incluye desde el viaje y la reserva de hoteles hasta el alquiler de vehículos en el lugar de destino y otros servicios similares.
4. Hacer de intermediario entre el cliente y las distintas empresas que ofrecen sus servicios, tales como las aerolíneas, los hoteles, etc.

De este modo, todo el trabajo que hubiera tenido que hacer el cliente por su cuenta si hubiese decidido viajar por libre es realizado por la agencia de forma profesional.

Si bien la empresa y el asesoramiento son dos funciones distintas, están relacionadas. La mayor parte de los viajeros tienen escasas nociones sobre el lugar al cual viajan, por lo que una de las funciones de las agencias de viaje antes de viajar se les proporciona toda clase de información y datos útiles al viajero, desde datos prácticos tales como el cambio de moneda, las vacunaciones hasta información y consejos sobre las costumbres locales, los lugares más apropiados para visitar, las fiestas típicas y otras de semejante índole.

Ecuador se encuentra ubicado en el noreste de América del Sur, es el segundo país más pequeño de Sudamérica con gran diversidad de recursos convirtiéndolo en un país más atractivo hacia los turistas nacionales y extranjeros, cuenta con Cuatro Regiones Naturales: Costa, Sierra, Oriente y Región Insular.

El Ecuador no sólo es rico en naturaleza también es rico en sus habitantes, pues su territorio es padre de 14 nacionalidades indígenas con costumbres, idiomas y tradiciones diferentes.

Tiene una majestuosa variedad de flora con más de 10 mil especies de plantas existentes en la Serranía ecuatoriana, además 8 200 especies vegetales de la Amazonia, de las que 2 725 pertenecen al grupo de las orquídeas y a las que se suman 600 especies nativas de la Región Insular. Así mismo Ecuador es dueño del 8% de las especies animales y 18% de las aves del planeta. Con el fin de proteger espacios naturales el Ecuador ha declarado la existencia de 10 parques nacionales, 14 reservas naturales y un refugio silvestre, todos protegidos por el estado ecuatoriano.

El turismo en Ecuador ha tenido en los últimos períodos grandes cambios debido a la reestructuración que está viviendo el Ministerio de Turismo, fruto de la creación

del Plan Nacional de Desarrollo Turístico del Ecuador (PANDEATE 2020) el mismo que plantea el reto de orientar a política sectorial con una visión al 2020.

Con el presente proyecto se busca mejorar la administración y los procesos de control financiero dentro de la empresa, de tal forma que nos basamos a las referencias dadas por **Frederick Taylor** el mismo que indica “La única manera de aumentar la productividad era elevando la eficiencia de los trabajadores”¹

Henry Fayol otro de los grandes científicos de la administración declara en sus citas bibliográficas “que al aumentar la eficiencia y competencia de la organización se obtiene el mejor rendimiento posible de sus recursos y de esa forma poder enfrentar de la mejor forma a la competencia”²

Los 14 principios generales de la administración de Henry Fayol son:

1. División del trabajo:

- Especialización de tareas y personas para aumentar la eficiencia.

2. Autoridad y responsabilidad:

- Autoridad: derecho a dar órdenes y esperar obediencia
- Responsabilidad: deber de rendir cuentas

3. Disciplina:

- Jefes: energía y justicia en órdenes sanciones, normas claras y justas.

¹ Teoría de la Administración Científica de Frederick Taylor (1856-1915)

² Enfoque clásico de la administración creada por Henry Fayol (1841-1925)

- Subordinados: obediencia y respeto por normas.

4. Unidad de mando:

- Cada empleado debe recibir órdenes de un solo jefe.

5. Unidad de dirección:

- Debe haber un jefe y un plan para cada grupo de actividades que tengan el mismo objetivo.

6. Subordinación de los intereses individuales a los generales:

- Los intereses generales deben estar por encima de los intereses particulares.

7. Remuneración del personal:

- Debe haber una satisfacción justa y garantizada para los empleados y para la organización.

8. Centralización:

- Concentración de la autoridad en la cúpula de la organización

9. Cadena escalar:

- Línea de autoridad que va del escalón más alto al más bajo. Puede saltarse si es imprescindible y existe autorización.

10. Orden:

- Haber un lugar para cada cosa y cada cosa de estar en su lugar. Orden material y humano.

11. Equidad:

- Amabilidad y justicia para conseguir lealtad del personal

12. Estabilidad del personal:

- Debe haber una razonable permanencia de una persona en su cargo.

13. Iniciativa:

- Capacidad de visualizar un plan y asegurar su éxito.

14. Espíritu de equipo:

- La armonía y la unión de personas es vital para la organización.

George R. Terry este filosofo expresa que la ideología es “la administración puede considerarse como una forma de pensamiento administrativo. Nadie puede administrar sin una filosofía de la administración”³

- Planeación
- Organización
- Ejecución
- Control y/o vigilancia

³ Conceptualización de administración científica de George R Terry (1913-1954)

2.2.ESTADO DEL ARTE

En nuestra actualidad existen grandes inversiones por parte de empresas nacionales e internacionales en aportación a la explotación turística que asciende cada vez más dentro del país como una manera de ingresos económicos teniendo en cuenta que muchos turistas se inclinan más hacia el turismo internacional con el afán de conocer un nuevo país, y no descubrir los atractivos naturales que ofrece nuestro país en su yacimientos de diferentes acontecimientos y de esta manera disfrutar lo que ofrece nuestro Ecuador.

2.2.1. ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL

La estructura de una organización es el conjunto de todas las formas en que se divide el trabajo en tareas distintas, consiguiendo luego la coordinación de las mismas. Esto es, para estructurar una empresa hay que conocer cuál es la división del trabajo que predomina y analizar cómo se lleva a cabo la coordinación del mismo.

2.2.2. GENERALIDADES

La agencia de viajes Bestseller Travel Agencia es una agencia intermediaria turística que participa de la actividad turística en calidad de mediadora entre el turista, las operadoras turísticas (restaurant, complejos turísticos, hoteles etc.)

El posicionamiento de esta agencia turística es vital para el desarrollo turístico dentro del cantón Guayas ya que nos ayuda a ser más competitivos, captar mercado no solo nacional sino también internacional y así contribuir con el desarrollo de la economía en los lugares escogido como destino turístico, generar fuentes de empleo y satisfacer las necesidades de nuestros turistas.

Por ello es indispensable tener conocimientos de cómo utilizar el poder de negociación y las habilidades para poder combinar los distintos elementos que integran unas agradables vacaciones.

La geografía de Guayaquil está caracterizada por su posición costera en la región litoral de Ecuador y su ubicación entre el río Guayas y el estero Salado. La geografía de la ciudad, con su cercanía al océano y su condición de puerto, ha contribuido como un importante factor para hacer de Guayaquil la ciudad con mayor densidad poblacional de la República de Ecuador.

La ciudad de Guayaquil está ubicada en la parte noroeste de América del Sur, con pocas elevaciones y alejada de la Cordillera de los Andes. El poco relieve de la ciudad y del cantón está formado por cerros que atraviesan la ciudad y luego se unen a un sistema montañoso menor llamado "Chongón-Colonche" al oeste de la ciudad. La red fluvial del Guayas cerca a Guayaquil por el este, mientras que es atravesada y cercada al oeste por el Estero Salado. Tiene fácil acceso al océano Pacífico por medio del Golfo de Guayaquil.

De manera oficial, la ciudad de Guayaquil está dividida en 16 parroquias urbanas, manteniendo 5 parroquias en calidad de "rurales", se divide a la ciudad en 71 sectores. Políticamente, el cantón Guayaquil administra la isla Puná a la cual la designa como parroquia rural, así como también varias otras pequeñas islas en el Golfo de Guayaquil. Adicional a estos territorios, el cantón administra una pequeña extensión entre las provincias del Guayas y de El Oro, franja territorial llamada "Tenguel" y designada como parroquia rural.⁴

El cantón y la ciudad de Guayaquil, en semejanza al resto de la provincia del Guayas, tiene un clima tropical. Al igual que la mayoría de las ciudades de la costa

⁴ Correa Bustamante, José (2002). *Todo Guayas en sus manos*. [Guayaquil](#): Editorial Justicia y Paz

del Pacífico y debido a su ubicación en plena zona ecuatorial, la ciudad tiene una temperatura cálida durante casi todo el año. Las corrientes de Humboldt y de El Niño marquen dos períodos climáticos: el primero de tipo lluvioso y el otro de tipo seco, conocidos como "invierno" y "verano" respectivamente.

El cantón Guayaquil está ubicado en la parte central de la provincia del Guayas, y limita al norte con los cantones de Lomas de Sargentillo, Nobol, Daule, y Samborondon; al sur con el Golfo de Guayaquil y la provincia de El Oro; al este con la provincia de Santa Elena y el cantón General Villamil; y al oeste con los cantones Durán, Naranjal y Balao. La isla Puná esta ubicada en el centro del Golfo de Guayaquil, al sur de las varias otras pequeñas islas. Tenguel está ubicada entre las provincias de Guayas y El Oro.

La ciudad de Guayaquil se encuentra al noreste del cantón homónimo, y sus límites naturales son: al norte el río Daule; al este el río Daule y el río Guayas; al sur por las islas formadas a partir del Estero Salado; al oeste por la cordillera Chongón-Colonche, aunque nuevos planes habitacionales están siendo construidos del otro lado de la pequeña cordillera. La mayor parte de la ciudad se sitúa entre el río Guayas y el Estero Salado.⁵

⁵ [M.I. Municipalidad de Guayaquil: www.VisitGuayaquil.com](http://www.VisitGuayaquil.com)



2.3. MARCO REFERENCIAS

2.3.1. ORIGENES DEL TURISMO

Mucho antes de que los seres humanos pudieran viajar por carreteras, navegar en barcos o remontarse a las alturas de aviones, el único medio práctico de transporte del que disponían eran sus propias piernas. Los primeros humanos eran cazadores impulsados a viajar por la necesidad de cazar para comer venados, bisontes, aves, y otros animales.

Poco después de que llegó a su fin el último periodo glacial, alrededor del año 8000 a.C...Aparecieron los primeros comerciantes, quienes usaban conchas marinas ordinarias como dinero. Los pueblos que vivían tierra adentro, lejos de la costa, apreciaban las conchas para usarlas como joyería decorativa, así surgió la primera

tendencia de la moda en el mundo. Siempre se han realizado viajes los hombres primitivos eran en su mayoría sedentarios y solo viajaban para buscar comidas o para escapar de peligros clima adverso, modificaciones de su hábitat, etc.

Los primeros antecedentes del turismo en cuanto a movimiento de masas, se sitúan en el Imperio Romano y en Grecia. Durante estas épocas nació una nueva clase social, la clase media que disponía de dinero, y que está interesada sobre todo, en buscar diversión y realizar actividades de placer por ellos se desplazan a zonas de baños termales y a lugares exóticos por toda Europa en busca de mar, de descanso, etc.

Con la llegada de la Edad Media todo esto se perdió. Así pues tras la caída del Imperio Romano de Occidente, los viajes por placer desaparecieron de esta manera⁶

2.3.2. LOS VIAJES POR TIERRA

El primer vehículo, el trineo, se originó en la helada tundra del norte de Europa alrededor del año 7000 a.C. Sobre la tierra desnuda, los hombres vestían grasa de leche delante de las cuchillas, mientras las mujeres tiraban con el trineo con ayuda de unas correas de cuero. Las bestias se usaron por primera vez para la transportación del antiguo Egipto, alrededor del año 3500 a.C. El uso de animales como medio de transporte fue, por mucho el acontecimiento más importante en la revolución de la humanidad y del mundo de los viajes.

⁶ Introducción a los viajes y turismo.
Dennis L. Foster
Editorial Mc. Graw Hill
tomo 1. Pag 66 – 70

2.3.3. LOS VIAJES POR MAR

Las embarcaciones se pusieron de moda por primera vez alrededor del año 6000 a.C. En la antigüedad, en el río Nilo hacía toda clase de barcazas y lanchas impulsadas por remos, muchas de ellas con intrincadas inscripciones decorativas.

Las velas de lino no se usaron sino hasta casi 3 mil años después. Los fenicios fueron los primeros marinos mercantes quienes construyeron una gran flota para llevar a sus emprendedores comerciantes a través del mediterráneo.

Alrededor del año 2000 a.C. los polinesios de las islas Samoa navegaron en canoas equipadas con flotadoras laterales hasta las islas Marquesas, usando el sol, las estrellas las corrientes y los patrones de vuelo de aves para surcar el pacífico.

2.3.4. EL NACIMIENTO DEL TURISMO

El comercio y el turismo no fueron las únicas razones que impulsaron al hombre a recorrer el globo. En el año 164 a.C... El historiador filón describió las siete maravillas del mundo. Las pirámides de Egipto, el faro de Alejandría , los jardines colgantes de Babilonia, el coloso de Rodas, el templo de Zeus júpiter, el templo de Artemisa Diana y la tumba de Mausolo en Halicarnaso.

2.3.5. LA ERA DE LOS DESCUBRIMIENTOS

Después de Marco Polo, las tribus dispersas del mundo tenían tres motivos para viajar, comerciar, entablar guerras y mezclarse con muchos pueblos. Decidido a encontrar otra ruta de llegar a oriente, Cristóbal Colon, un navegante italiano, admirador de Marcos Polo convenció a la corona española de que financiara un breve viaje para llegar a Japón. En el año de 1492 después de 70 días en el mar, a pesar del buen tiempo y de una navegación sin tropiezos, la inquietud tripulación empezó a amotinarse.

Hasta el día de su muerte Cristóbal Colón creyó que había llegado a las indias y jamás sospechó que había descubierto un nuevo continente. La siguiente fase importante de las exploraciones ocurrió en el siglo XVIII, cuando James Cook navegó el océano Pacífico de Polo a Polo. A los 51 años de edad, Cook fue atacado por los nativos de Hawai. Quienes le dieron muerte y desmembraron su cadáver después hirvieron sus huesos con reverencia sus huesos, pues creyeron que era un dios.

2.3.6. EL TURISMO EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

El turismo ha sido uno de los fenómenos económicos y sociales más importante del siglo veinte. De ser una actividad que, a comienzos de este siglo, sólo disfrutaba un reducido grupo de personas relativamente acomodadas, se convirtió en los años 70 en un fenómeno de masas de los países más desarrollados se ha hecho accesible actualmente, a grupos más amplios de gente en la mayor parte de los países.

El turismo se ha convertido en el principal sector de actividad económica o, al menos, en la principal fuente de divisas y en la mayoría de países es un importante factor de generación de empleo.⁷

Otras de las características del desarrollo del turismo, además de su gran crecimiento global, es su continua expansión geográfica y la diversificación de los destinos turístico. Entre las tendencias, clave del desarrollo cualitativo del turismo están la mayor división del mercado, el desarrollo de nuevas formas de turismo, especialmente las relacionadas con la naturaleza, la vida salvaje, las zonas rurales y la cultura, y la introducción de nuevos programas en los tradicionales viajes organizados.

Las motivaciones y la conducta de los consumidores se caracterizan cada vez más por una mayor selectividad al elegir el destino, una mayor atención a la experiencia

⁷ Técnico en hotelería y turismo
tomo 1, edición 2003, pág. 243- 244

turística y a su calidad y a una mayor sensibilidad por el medio ambiente, la cultura tradicional y la población local.

2.3.7. EVOLUCION Y SITUACION ACTUAL DEL TURISMO

A la hora de hablar de turismo, y antes de concretar una definición aproximada de este término, nos será útil primero conocer su raíz etimológica. Encontramos que las raíces tour y turn proceden del latín ya sea del sustantivo tornus turno o del verbo tornare girar cuyo significado resultaría ser viaje circular. Cualquiera que sea el origen de las palabras turismo y turistas el hecho es que finalmente fueron tomadas del francés tour para ser utilizadas en otros idiomas con ciertas modificación.

Ya en el año de 1811 el The Shorter Oxford English Dictionary cita los términos tourist turista y tourism turismo con las acepciones siguientes.⁸

Turista. Persona que hace una o más excursiones, especialmente alguien que hace esto por afán de recreación. Alguien que hace esto placer, ocio o cultura, visitando varios lugares por sus objetivos de interés, paisaje, cultura, descanso, etc.

Turismo. La teoría y práctica de viajar, motivado principalmente por afán de placer. En el año de 1911, el especialista austriaco en economía, Herman Schullern en su libro Turismo y economía nacional. Turismo es el concepto que comprende todos aquellos procesos, especialmente los de índole económica, que se manifiesta en la influencia, permanencia y regreso del turismo hacia, en, y fuera de un determinado municipio, estado o país.

Para Bormann en su obra Die Lehre Von Fremdencerkehr, del año 1930 el concepto de turismo es el conjunto de viajes cuyo objetivo principal es el placer o los motivos

⁸ Técnico en hotelería y turismo
tomo 1, edición 2003, pág. 215- 217

comerciales, profesionales u otros análogos y durante los cuales la ausencia de la residencia habitual es de carácter temporal.

En el año 1937, la Sociedad de las Naciones, bajo un criterio estadístico define el término de la siguiente manera Turismo es el conjunto de las relaciones y fenómenos producidos por el desplazamiento y permanencia de personas fuera de su lugar de domicilio, en tanto dicho desplazamiento y permanencia no estén motivados por una actividad lucrativas.

2.3.8. EFECTOS SOCIOECONOMICOS DEL TURISMO

Entre los efectos principales que esta actividad ha generado en el entramado socioeconómico mundial en la actualidad podemos destacar.

Aparición de las llamadas ciudades turística. Uno de los impactos más significativos del desarrollo lo constituye el crecimiento de ciertas localidades. Para aquellas que tienen como base la actividad turística, ese crecimiento es particularmente importante en cuanto su población, y la cultura asociada a sus inmigrantes, conforman parte del acervo de recursos turísticos de una localidad. No se pueden desvincular los recursos naturales, de los recursos que se asocian a la población.

En términos generales, el modelo de desarrollo turístico vigente durante más de veinticinco años en el mundo, ha considerado que es necesario planearlo con el desarrollo de la población, cuando cada vez parece más claro, que lo que se requiere es plantear el desarrollo adecuado de las localidades con el apoyo de la actividad turística.

El turismo, como desplazamiento, es tan antiguo como el hombre y nace con el mismo. Durante toda la historia de la humanidad, las personas han viajado por razones económicas, políticas, sociales y culturales.

2.3.9. HISTORIA DEL TURISMO EN ECUADOR

El turismo en Ecuador inicia su desarrollo moderno en los años 50 del siglo XX, por lo que en las tres últimas décadas empieza a consolidarse como actividad económica y socio-cultural de mucha importancia, hoy en día el turismo en Ecuador representa la tercera actividad importante de ingresos luego del petróleo y el banano.

Hay que señalar que el turismo bajo ciertas modalidades de operación tiene condiciones excepcionales para proyectar su desarrollo, al ser Ecuador considerado como uno de los 12 países mega diversos del mundo poseedor de unos de las mayores diversidades de ecosistemas y culturas vivas en un territorio relativamente pequeño, con muy buenas condiciones de conectividad interna y ubicado estratégicamente.

De hecho muchos especialistas afirman que Ecuador es el país más biodiverso por km² del mismo que el 11% de la biodiversidad del planeta está en el país (Ecuador), por ejemplo en la comunidad de Mindo al noroccidente de Pichincha en sus 27 mil hectáreas tiene 450 especies de aves esto es mayor de lo que tiene EE UU y Europa juntos, los especialistas en observación de aves han identificado a Ecuador dos de los diez sitios con mayor variedad de especies de avifauna en el mundo especialmente en Podocarpus y Mindo según las estadísticas del Ministerio de Turismo (MINTUR)

El turismo por otra parte en una economía ecuatoriana considerada como una actividad generadora de empleo y de redistribución de la riqueza integradora y complementaria con múltiples actividades, por ejemplo por cada puesto de empleo que se genera por parte de la actividad turística se desarrolla de entre tres y seis trabajadores directa o indirectamente donde el desarrollo del sector tradicional del turismo integrado por los servicios como hotelería, restaurantes y otras operadoras turísticas, transportes comercial y turístico, infraestructura, además de las

comunidades indígenas y rurales que se genera lentamente y se considera como turismo comunitario.

El territorio ecuatoriano ubicado particularmente en Latinoamérica atravesado por la línea Equinoccial que limita con países hermanos tales como Colombia y Perú, dividido entre cuatro regiones que son: Costa, Sierra, Oriente e Insular. Desintegrado en 26 provincias. Ecuador el segundo país más pequeño en Sudamérica con una dimensión territorial aproximada de (275.574 Km²), pero con diversas riquezas naturales y turísticos que son un atractivo para turistas nacionales y extranjeros, cuenta con miles de especies de fauna, flora, cuenta con alrededor de 1640 clases de pájaros.

Las especies de mariposas bordean las 4.500, los reptiles 345, los anfibios 358 y los mamíferos 258, entre otras. Ecuador está considerado dentro de los 17 países donde está agrupada la mayor biodiversidad del planeta, siendo además el mayor país con biodiversidad por km² del mundo. La mayor parte de su fauna y flora vive en 26 áreas protegidas por el Estado. Así mismo, ofrece atractivos históricos como Quito, u otras ciudades del país, así como en lo gastronómicos y una variedad de culturas y tradiciones ancestrales.⁹

Ecuador es bordeado por la cordillera de los Andes, con 70 volcanes, siendo el más alto el Chimborazo, con 6310msnm. Al oeste de los Andes se presentan el Golfo de Guayaquil y una llanura boscosa; y al este, la amazonia. Es el país con la más alta concentración de ríos por kilómetro cuadrado en el mundo. En el territorio ecuatoriano, que incluye las islas insular Galápagos a 1000 km al oeste de la costa, se encuentra la biodiversidad más densa del planeta.

⁹ http://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_en_Ecuador

Nombre:	República del Ecuador
División Administrativa:	24 PROVINCIAS
Superficie:	275.574 Km2 aproximadamente
Capital:	Quito
Idiomas:	Español (Oficial) Quechua (Nativo Indígena)
Religión:	Laica (Católica 95% libertad de credo)
Forma de Gobierno:	Republicana
Población:	14'000.000 Aproximadamente
Unidad Monetaria:	Dólar

Nuestro país es una nación multiétnica y puericultura. Su población sobrepasa los 14 millones de habitantes. De ella, más de 5 millones y medio viven en la Sierra. En la Costa del Pacífico la cifra se acerca a los 6 millones y medio. En la Amazonía hay más de 600.000 habitantes, y en Galápagos cerca de 17.000.

Habría que considerar la diversidad étnica y regional de Ecuador para analizar su cultura. Étnicamente en la actualidad conviven 13 nacionalidades indígenas que tienen sus propias costumbres e idioma.¹⁰

¹⁰ http://es.wikipedia.org/wiki/Cultura_de_Ecuador

ETNIAS DE LA AMAZONIA	ETNIAS DE LA COSTA
Quichua	Awa
Huaorani	Chachis
Achuar	Cayapas
Shuar	Tsachilas
Cofan	Huancavilcas
Siona-secoya	
Shiwiar	
Zaparos	

En los pueblos está marcado por la presencia de Mestizos, indígenas, Afro ecuatorianos, y Blancos desarrollando entre estas comunidades el turismo comunitarios con cada una de las tradiciones de cada cultura.

2.3.10. TURISMO COMUNITARIO

Turismo comunitario es toda actividad turística solidaria que permite la participación activa de las comunidades desde una perspectiva intercultural, manejo adecuado del patrimonio cultural y valoración del mismo, basados en los principios de equidad en la distribución de los beneficios locales ¹¹

A partir de los años 80 paralelamente la industria turística se empieza a desarrollar un sector creciente e importante para los no menos de 100 comunidades indígenas y campesinas con unas 3000 familias aproximadamente que son beneficiadas directa e indirectamente. La Ecotourism Society señalaba que las comunidades indígenas del Ecuador están manejando productos Ecoturismo que en ningún otro país del mundo existen, siendo así el Ecuador un País pionero en el ecoturismo comunitario

¹¹ Turismo Comunitario en Ecuador
Tomo 1, año 2007, edición ABYA- yala, Quito Ecuador

El turismo comunitario se está constituyendo como una oferta construida, gestionada y controlada por las mismas comunidades indígenas teniendo como principal beneficio la distribución mutua para cada beneficiario. De esta forma las comunidades indígenas profundizan factores claves a la resistencia a la presencia de empresas madereras, petroleras, y de otras actividades productivas que afectan seriamente al medio ambiente al tejido social y a las condiciones de vida de los pueblos indígenas

Hoy en día el turismo comunitario parece ir en ascendencia en su mercado local con una visión que ratifica una racionalidad a la manera económica rentable e integral la representación actual es importante ya que 3 de sus 4 regiones geográficas del país da un conjunto de servicios a las visitas de los turistas con más de 32000 turistas al año con un promedio de gastos de 35 dólares americanos por día, el turismo comunitario para el 2011 se captó el 3.67% de ingresos del país, se apunta un nicho de mercado pues se recibe un creciente número de turistas principalmente de América del Norte, Europa y partes Occidentales

2.3.11. INGRESO DE EXTRANJEROS AL ECUADOR.- Durante el mes de enero del 2013 llegaron al país un total de 130.842 extranjeros. Comparado con el año anterior existe un aumento de visitantes ya que en enero del 2012 ingresaron un total de 127.119 visitantes.¹²

¹² <http://www.optur.org/estadisticas-turismo.html>



2.3.12. INFRAESTRUCTURA TURISTICA

El turismo dentro del territorio ecuatoriano va encaminado al desarrollo, tanto así que se está logrando establecer tecnología de punta en los diferentes prestadores de servicios tales como intermediarios cuyas principal actividad es la oferta de paquetes turísticos pasajes etc., con el fin de satisfacer las necesidades de los usuarios que ha generado cambios muy importantes dentro del ámbito turístico. Al realizar una investigación donde se detalla los atractivos que tiene el país se considera potenciar la virtud de estos pueblos indígenas y puntos exactos de afluencia turística, todo aquello seguido por una apertura de desarrollo turístico con el fin de recibir y explotar la potencia turística que mantiene nuestro país por dar a conocer cada rincón de nuestra patria y ser aprovechado a su máximo dando mejoras a un buen servicio.

El ministerio de turismo junto con la Organización mundial del turismo (O.M.T) a elaborado un plan nacional de competitividad turística donde se establecen reformas indispensables para el desarrollo turístico en la región y el país, además el gobierno actual en sus leyes declara como política prioritaria de estado el desarrollo del turismo en el país, para así este se convierta en el generador de ingresos más importante de divisas en la economía nacional.

2.3.13. LEGISLACION TURISTICA

El Ecuador ha realizado ciertos cambios en la legislación nacional uno de ellos es el Plan Nacional de Competitividad Turística del Ecuador, las diferentes mejoras que se está dando en los modelos de cambios para implementar estructuras de gestión turística en la ciudad.¹³

Dentro del Plan Nacional de Competitividad Turística del Ecuador se está estableciendo la ciudad en CLUSTER que no es otra cosa que el conjunto de lugares o sitios con las mismas características de competitividad y ofertas turísticas para el mejoramiento de cada una de ellas, se maneja dependiendo de las ofertas turísticas que existen en cada zona por ejemplo: la zona costera sus atractivos principales son las diversas playas con similitudes en cada una al realizar un clúster se asemeja a todo los sitios naturales por visitar se unen dichos lugares por tener referencia cada una ya sea en playa, artesanías, su gastronomía, su fiestas típicas, etc.

En las partes de la sierra de igual manera sus ilustraciones se realizaran por sectores donde ofrecen diversas costumbres, tales como artesanías el idioma, gastronomía y más. En la amazonia por lo general se realiza el turismo de naturaleza o turismo rural donde ofrece al turista caminatas en la selva amazónica y sus alrededores su gente y dar a conocer la mega diversidad de animales que posee sus selvas tropicales, por ultimo se cuenta con el clúster insular reconocido como patrimonio natural de la humanidad donde posee diferentes tipos de animales marinos, de esta forma se divide los clster por zonas o regiones ya esta sea para el turismo receptivo como el local se distribuye en las siguientes partes:

- Guayas, Manabí, Esmeraldas, península, como micro clúster litoral
- Los Andes centro y norte del país, con clúster en Quito
- Cuenca, Loja, con micro clúster con núcleo en Loja
- Amazonia, Puyo, Yasuni, Cuyabeno con núcleo en Tena
- Galápagos con núcleo en Santa Cruz y San Cristóbal

¹³ <http://jorgepaguay.wordpress.com/>

A partir del Plan Nacional de Competitividad Turística donde establece condiciones a cumplir con el fin de que el país se desarrolle como un destino más competitivo y de esta manera el país se establezca como destino turístico e incremente la entrada de divisas al país.

El ministerio de turismo está implementando un sistema de reforma a la legislación vinculada con la actividad turística donde se plantea un sistema de información turística eficiente y de calidad para posicionar la imagen de Ecuador en el ámbito nacional e internacional.

2.4. ANTECEDENTES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES EN SU TRAYECTORIA TURISTICA.

2.4.1. Historia de las agencias de viajes.

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.

Comienza con las características de lo que hoy conocemos como un tours y desde un principio su principal preocupación fue elaborar tours de acuerdo con el interés y la conveniencia del turista, lo que seguramente contribuyo 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 el residía preparo para los participantes lo que llamo el “handbook of The trip” que constituye el primer itinerario de viajes descriptivo para clientes.¹⁴

A fin de que los trabajadores pobres viajaran, Cook llevo 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 efectúa el primer tours con empleo de guías. Llevando a 350 personas en un viaje a través de Escocia. En 1850 Thomas Bennett 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 Galway. 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 concurrieron 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 “Boucher” 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.

¹⁴ <http://www.arqhys.com/viajesagencias-historia.html>

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. Con el correr del tiempo el número de agencias de viajes fue aumentando y con ello fueron 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 vasta experiencia en otros campos de los negocios y contaban además con el dominio de las modernas técnicas del marketing.

2.4.2. CONCEPTOS DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Una agencia de viajes es una empresa turística dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes: como por ejemplo: transportistas (aerolíneas, cruceros), servicio de alojamiento (hoteles).¹⁵

¹⁵ www.Wikipedia.com

Una agencia de viajes es una sociedad mercantil que se dedica de manera habitual y profesional a asesorar, vender y 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 turísticos.¹⁶

Las agencias de viajes son empresas especializadas dedicadas a la organización y planeación de viajes, además están definidas como intermediarias entre los clientes directos y los prestadores de servicios turísticos. (Personal)

2.4.3. CARACTERÍSTICAS DE LA AGENCIA DE VIAJE

La mayoría de las agencias de viajes no sólo venden billetes de avión; sus servicios varían y muchas de ellas venden más paquetes de cruceros que billetes de avión, así como servicios relacionados con hoteles y trenes. Además también llevan a cabo alquiler de coches para sus clientes y muchas de ellas se concentran en la organización de viajes para grupos a diferentes destinos.

Para ello, trabajan con aerolíneas regulares, aunque en muchas ocasiones lo hacen con compañías de vuelos chárter. Muchas agencias de viajes representan en exclusiva a un pequeño grupo de proveedores: líneas aéreas, cruceros y empresas de alquiler de coches, por lo que, a menudo, los logos de estas empresas se muestran en las vidrieras de las oficinas de la agencia. Algunas agencias de viajes brindan un servicio de casa de cambio.

¹⁶ <http://html.rincondelvago.com/agencias-de-viajes.html>

2.4.4. CLASIFICACION DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

- **Mayoristas**
- **Internacional**
- **Minoristas e operadoras**
- **Dual**

2.4.4.1. MAYORISTAS: son las que organizan, elaboran y ofrecen toda clase de servicios y viajes combinados para su venta a los minoristas. Las mayoristas no pueden ofrecerlos directamente al consumidor, por lo tanto son los minoristas quienes las ofrecen.

2.4.4.2. INTERNACIONALES.- son las que comercializan viajes internacionales proyectando ventas a los usuarios, toda clase de servicios tanto local como internacionalmente estas empresas operadoras turísticas no pueden vender productos que se desarrollen en el exterior dentro del territorio nacional.

2.4.4.3. MINORISTA E OPERADORAS: éstas comercializan el producto de los mayoristas vendiéndolo directamente al usuario. Así también proyectan, elaboran, organizan o venden al turista toda clase de servicios y viajes combinados a través de otras agencias ofreciendo todo tipo de servicios y paquetes turísticos dentro del territorio ecuatoriano para ser vendido dentro o fuera del país.

Al pasar los días el sector turístico ha empezado a evolucionar en la provincia del guayas y el país, es por ello que estos establecimientos han ido creciendo durante los últimos años, ofreciendo al turista nacional y extranjero una gama de actividades y sectores turísticos, entre ellos podemos mencionar:

- Tours de aventura
- Tour medicinal
- Tour modernos de spa
- Tour de montañas
- Tour de ciclismo
- Tour de museos
- Tour ecológicos

Es así que en la ciudad de Guayaquil contamos con aproximadamente 356 agencias de viajes entre mayoristas, medianas y pequeñas.

2.4.5. FUNCIONES DE LAS AGENCIA DE VIAJES

Las funciones que una empresa intermediaria entre consumidor y producto en este caso las agencias de viajes es informar o detallar al viajero sobre los diversos destinos y rutas turísticas que se ofrecen, además los servicios que obtendrá dentro del paquete turístico así como quien se los proveerá y los viajes existentes.

Se le debe ayudar al cliente en la selección del viaje más adecuado de acuerdo a sus necesidades específicas. Para cumplir con esta primera función es necesario tener amplias fuentes de información; para lo cual es necesario contar con varios sistemas:

- Sistemas computarizados de reservas (SCR)
- Sistemas globales de reservas (SGR).

Disponer de conexiones vía Internet, esto para estar en contacto con sus clientes, así como para sus relaciones con los proveedores de servicios turísticos. Tener una base de mapas, manuales técnicos, guías y bibliotecas especializadas. La agencia debe contar con información exclusiva y personalizada y guardar datos sobre los clientes.

Es esencial la adecuada comunicación de la agencia con el viajero, así sabrá con mayor exactitud las necesidades y expectativas que el cliente ha puesto en el viaje. La agencia debe contar con gente profesional y experta en destinos y viajes.

2.4.6. ACTIVIDADES DE LAS AGENCIAS

- Organizaciones y operaciones en ventas de los servicios turísticos
- Ventas de servicios turísticos a nivel nacional e internacional ya sea directa o indirectamente con operadores de otros servicios (hoteles, restaurant, casa comercial, balnearios, etc.)
- Ventas de boletos aéreos así como de cualquier otro tipo de servicio
- Alquiler o prestación de un buen servicios de equipos destinados para diferentes actividades

2.4.7. OBLIGACIONES DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

Las agencias de viajes de cualquier tipo están obligadas a:

- A la obtención y el registro de una licencia o permiso de funcionamiento anual que es obtenida en las instalaciones del ministerio de turismo, cumpliendo con los requisitos de ley pertinentes por la ley de turismo.
- Las operadoras turísticas o las agencias de viajes deben contratar los servicios de profesionales en la actividad, a los capacitados que gocen de una licencia de ejercicio profesional que es otorgado por el ministerio de turismo.
- Cada operadora o agencia turística está obligada a contratar los servicios de un guía profesional por cada 15 personas a cargo de ellos.

2.4.8. IMPORTANCIA DE LAS AGENCIAS DE VIAJES

La agencia de viajes son organizaciones que sirven como intermediarias entre los usuarios y las empresas turísticas nacionales y extranjeras. Que por varios años se la considera mercados de enlaces, la importancia que tienen estas empresas es la comercialización en la oferta turística ya sea local o internacionalmente, es necesario señalar que las agencia de viajes generan un alto volumen de venta y juegan un papel importante papel de promoción profesional turístico mundial.

Con relación a lo que se está detallando se puede exponer que las agencias de viajes ocupan un sitio estratégico en el desarrollo y explotación del sector, esto se deriva de la comercialización de los paquetes que ofrecen las organizaciones existente, por lo tanto es importante señalar que al desempeñar una labor adecuadamente donde debe existir un reconocimiento por las operaciones que hayan surgidos a través de las agencias de viajes.¹⁷

2.4.8.1. La venta de servicios de las agencias de viajes comprende:

- Dar información de horarios y tarifas
- Hacer las reservaciones en diferentes operadoras asociadas
- Recibir pagos por conceptos de viaje
- Hacer los debidos arreglos para la entrega de boletos u otros documentos indispensable para el viaje
- Ayudar a los clientes con otros tipos de gestiones relacionadas con el viajes

¹⁷ <http://ecuador.patobot.com/?m=periodico-expreso-guayaquil-ecuador&s=1&id=165>

- Disponer lo relativa la expedición de boletos u otros documentos de viajes
- Expedir boletos y documentos de viajes

2.4.8.2. Ventas de espacios aéreos

El acto de registrar una venta de reservación de la línea aérea se conoce como venta de espacio aéreo, muy independiente del espacio que se vende por la internet, o teléfono para esto se debe proporcionar la siguiente información:

- El numero y el nombre de las personas que van a viajar
- Origen, destino y cualquier escala que deseen hacer
- La fecha de salida y retorno
- La clase de servicio preferida o el intervalo de tarifas
- Los números de teléfonos tanto de domicilio como del trabajo
- Forma de pago a realizar el boleto, (cheque, efectivo, tarjeta de crédito)

2.4.9. RESEÑA HISTORICA DE LAS OPERADORAS

2.4.9.1. HOTEL

- **Tradicional**

Es descendiente de los grandes hoteles de la edad de oro el Wardorf Astoria en Nueva York, el Palace en San Francisco, y la plaza hotel en Chicago. Además de contar con habitaciones cómodas con baño privado, ofrecen servicio de alimentos y bebidas en el mismo establecimiento y cuenta con un numeroso personal para dar servicio.

Para satisfacer las necesidades de las personas que viajan por placer, los hoteles adoptan una gran variedad de servicios atractivos, como albercas, canchas de tenis y campos de golf, instalaciones para hacer ejercicio y club de salud, creando así un nuevo tipo de establecimiento que ofrece alojamiento el resort.

2.4.10. LA EVOLUCION DEL HOTEL RESORT

Los hoteles resort han sufrido incontables cambios con el fin de satisfacer los gustos cambiantes de quienes viajan por placer. El resort se ha convertido en el sitio ideal para olvidarse de las distracciones de la ciudad y concentrarse en los negocios en un ambiente cómodo y relajado.

2.4.11. MOTELES ECONOMICOS

Ofrece a sus huéspedes un alojamiento modesto pero higiénico, a precios bajos como 26 dólares por noche. Para mantener esos precios, los moteles económicos reducen al mínimo los costos de bienes raíces y construcción. Emplean materiales prefabricados y eliminan los vestíbulos de recepción y, en ocasiones, las albercas, los costos de operación se mantienen bajos eliminando el servicio de alimentos y bebidas y empleando poco personal.

Es importante tener en cuenta que la calidad y el nivel de servicio que brinde el hotel puede variar dependiendo el país en donde usted esta ubicado, esta variación la encontramos en el tamaño de las habitaciones, el de la televisión, el del cuarto de baño, la piscina, etc. El hotel se conoce también como una empresa tradicional y como una industria hotelera, ya que la gestión se fundamenta en el coste de producción y en la buena distribución de sus recursos, así como también en sus diferentes tarifas que cambiará dependiendo la temporada. En un cuarto de hotel los elementos primordiales son la cama, el lavamanos, el armario, la mesa pequeña con

su silla y el cuarto de baño, pero en algunos hoteles se incluyen también el teléfono, una televisión, conexión inalámbrica a Internet, mini-bares, etc. Dependiendo a la instalación y al lugar en que se encuentre ubicado el hotel estos pueden ser:

- **Hoteles urbanos o de ciudad:** estos están ubicados en los centros históricos de las ciudades, al igual que en los negocios y en las zonas comerciales. Estos se orientan tanto al turismo como al alojamiento en los desplazamientos de negocios.
- **Hoteles de aeropuerto:** estos están ubicados cerca de los aeropuertos. Sus clientes son por lo general pasajeros de tránsito y tripulaciones de líneas aéreas. Una característica de este tipo de hotel es que sus estancias por lo general son muy reducidas.
- **Hoteles de playa:** como su nombre lo indica se encuentran cerca de las playas. Su clientela por lo general son turistas dirigidos por tour, sus estancias son de varios días.
- **Hoteles de naturaleza:** están ubicados cerca de las reservas científicas, de las áreas protegidas y de los parques naturales, sus estancias al igual que los hoteles de playa son de varios días.
- **Hoteles de apartamento o aparta-hotel:** por sus estructuras estos hoteles disponen de una buena instalación para la conservación y consumo de alimentos dentro del alojamiento.
- **Albergues turísticos:** este aloja a sus clientes durante estancias cortas, son económicos y generalmente se suele compartir las camas, la sala, la cocina y el baño.

- **Hoteles familiares:** estos son pequeños y están gestionados por familias para personas que proporcionan servicios de alojamiento y restauración.
- **Hoteles de posada:** estas son muy antiguas, su clientela son viajeros que prestan servicios de alojamiento y restauración.
- **Hoteles monumentos:** estos están ubicados en lugares de interés cultural.
- **Hoteles balnearios:** en este sus hospedajes están dentro de balnearios.
- **Moteles:** están cerca de las carreteras, tienen sus propios garajes y su estancia es corta.
- **Hoteles club:** este tipo de hotel encontramos clubes nocturnos donde se baila y se bebe.
- **Hotel de paso:** estos hoteles son usados principalmente para encuentros sexuales, se renta los cuartos por varias horas en donde cada hora tiene un precio en específico.
- **Hoteles casino:** sus instalaciones se caracterizan por la oferta del juego.
- **Hoteles gastronómicos:** aquí ofrecen oferta gastronómica exclusiva.
- **Hoteles deportivos:** estos hoteles se orientan a la práctica de determinados deportes.
- **Hoteles de montaña:** está ubicado en la montaña.
- **Hoteles de temporada:** estos desarrollan su actividad solamente durante parte del año.

- **Hoteles rústicos:** estos están situados en terrenos rurales o rústicos.
- **Hoteles boutique:** estos ofrecen unos servicios excepcionales de alojamiento y de instalación. Son ampliamente más pequeños que los hoteles convencionales, tienen de 3 a 100 habitaciones. Las mayorías de estos hoteles poseen instalaciones para cenas, bares y salas que suelen estar abiertos al público en general.

2.4.12. ALIANZAS ENTRE CRUCEROS Y LAS AGENCIAS DE VIAJES

Un crucero es una excursión especializada, en el cual generalmente implica una combinación de componentes de viajes: travesía por alta mar, servicios de alimentos y bebidas, diversiones y actividades, todo está incluido en un pasaje fijo muchos paquetes turístico de viajes en crucero están incluido los pasajes de avión hacia y desde el punto de partida y, en algunos casos alojamiento previo al zarpaje.

La industria de los cruceros está reglamentada de forma informal por su propio cuerpo administrativo, la Asociación Internacional de Líneas de Cruceros (CLIA Crease Lines International Association), la misma que debe aprobar la designación de cualquier agencia de viajes que desee vender sus reservaciones a nombre de cualquiera de sus líneas de cruceros asociadas.¹⁸

¹⁸ Agencias de viajes. Regulaciones y relaciones
Esteban Ríos Ballesteros
Tomo 1.2007, Quito Ecuador

2.4.13. RENTA DE AUTOMOVILES Y SU RELACION CON LAS AGENCIAS DE VIAJES

Las empresas arrendadoras de automóviles pagan comisiones del 10% a cualquier agencia de viajes que haya sido debidamente autorizada para vender boletos de aerolíneas, las cadenas arrendadoras de automóviles se encuentran representadas en los sistemas de reservación por computadoras que operan las líneas aéreas, algunas de las compañías ofrecen bonificaciones especiales por reservar automóviles a través de la web.

2.5. PAQUETES TURÍSTICOS QUE OFRECE A NIVEL LOCAL LA AGENCIA DE VIAJES:

La agencia de viajes Bestseller Travel Agency entre sus ofertas de viajes turísticos que desempeña para hacer conocer los atractivos turísticos de la ciudad y sus alrededores ofrecen los siguientes:

RECORRIDO HISTORIA (6 HORAS)

CERRÓ SANTA ANA

- Calle Numa Pompilio
- Cruz de Santiago
- Callejón del Tesoro
- Faro
- Capilla Santa Ana
- 1. Patio de Comidas Malecón 2000 (Lunch)
- 2. Mercado Artesanal (artesanías)
- 3. Iglesia de la Merced y Plaza Pedro Carbo
- 4. Iglesia San Francisco
- 5. Plaza Rocafuerte
- 6. Parque Centenario

Incluye.- transportación terrestre, reseña histórica sobre las llegadas de los piratas, Dinámica de Integración, breve historia de Guayaquil independiente, Lunch.

RECORRIDO CULTURA Y NATURALEZA (4:30 HORAS)

MALECÓN 2000

- Jardines del Malecón
- Plaza Precolombina
- Hemiciclo de la Rotonda
- Torre Morisca
- Obelisco de la Aurora Gloriosa
- CC Bahía Malecón
- Plaza Olmedo
- Palacio de Cristal
- Parque Seminario
- Catedral
- Mercado Artesanal (Compra)

Incluye.- Dinámica de Integración, breve historia sobre el Guayaquil antiguo, Relato de los principales hitos históricos de cada lugar visitado, Lunch, Transporte, Guías.

RECORRIDO SOL, PLAYA Y CULTURA (2 DÍAS)

- 1. Santa Elena**
 - Museo Amantes de Sumpa

- 2. Valdivia**
 - Museo Valdivia
 - Acuario Valdivia

- 3. Chanduy**
 - Museo Real Alto

4. Salinas (playas)

- Malecón
- Chipipe

5. Manglar alto

- Dos Mangas

6. Montañita

- Surf

Incluye.- transportes, Entrada a museos, Lunch, Almuerzo, Cena, Desayuno, Alojamiento, Guías, Integración (Hotel o Discoteca)

TOUR AVENTURA (1 DÍA)

1. Posorja

- Avistamiento de Delfines

2. Puerto. Hondo

- Recorrido por Manglar
- Observación de Aves
- Pesca
- Paseo en canoa

3. Cerro Blanco

- Recorrido Sendero
- Camping (Opcional)

4. Baños de San Vicente

- Piscinas de aguas termales

Incluye.- Transportes, Lunch, Entradas a diferentes sitios de recreación, Alquiler de carpas, Paseo en canoa, Almuerzos, Guías.

TOUR NATURAL (1 DÍA)

1. Jardín Botánico
2. Zoo Pantanal
3. Parque Histórico
4. Manglares de Churute

Incluye.- Entradas a todos los lugares, Almuerzo, Guía, Transporte.

TOUR EDUCATIVO (3 HORAS)

1. Museo de los Bomberos
2. Museo Nahúm Isaías
3. Museo Municipal
4. Biblioteca municipal

Incluye.- Dinámicas de Integración, Guías, Entradas a Museos, Transporte.

Tour Arte Religioso (3 Horas)

1. Catedral
2. Iglesia San Francisco
3. Iglesia la Merced
4. Iglesia Santo Domingo
5. Cementerio General

Incluye.- Dinámicas de Integración, Guías Especializados, Transporte.

Tour históricos (5 Horas)

1. Parque Histórico
2. Malecón 2000

Incluye.- Dinámica de Integración, reseña histórica de Guayaquil, Entrada Parque histórico, Lunch, Guías.

2.6. PAQUETES NACIONALES A OFRECER

SANTA CRUZ AL MAXIMO

FERIADO DE MAYO

24 al 26
2 noches

23 al 26
3 noches

PROGRAMA INCLUYE:

- Boleto aéreo
- Transporte terrestre y marítimo
- Alojamiento en Santa Cruz
- Desayunos, almuerzos y cenas
- Excursiones
- Guías autorizados por Parque Nacional Galápagos.
- Despacho en aeropuerto
- Equipos de snorkeling
- Kit de viaje SUMMER VACATIONS



NO INCLUYE

- Tarjeta de Turismo INGALA
- Entrada al Parque Nacional Galápagos
- 8% de Fee de servicios mayorista (no aplica en pagos en efectivo)
- Aquello no detallado en programa

PRECIO POR PERSONA EN DÓLARES EN BASE A DBL/TPL

PROGRAMAS / HOTELES	CIUDAD DE ORIGEN	TEMPORADA BAJA			
		4 días / 3 noches		3 días / 2 noches	
		ADULTO	NINO (2 -11)	ADULTO	NINO (2 -11)
PROGRAMA ECONOMICO PELICAN BAY / LOBO DE MAR	NACIONAL (Guayaquil)	\$579	\$499	\$479	\$399
	NACIONAL (Quito)	\$639	\$559	\$539	\$459
	EXTRANJERO (Guayaquil)	\$799	\$689	\$699	\$589
	EXTRANJERO (Quito)	\$849	\$729	\$749	\$629
PROGRAMA PRIMERA INTERIOR ISLA SOL VISTA INTERIOR / VILLA LAGUNA	NACIONAL (Guayaquil)	\$989	\$909	\$889	\$809
	NACIONAL (Quito)	\$1,049	\$969	\$949	\$869
	EXTRANJERO (Guayaquil)	\$1,209	\$1,099	\$1,109	\$999
	EXTRANJERO (Quito)	\$1,259	\$1,139	\$1,159	\$1,039
PROGRAMA PRIMERA AL MAR SOL Y MAR	NACIONAL (Guayaquil)	\$1,109	\$1,029	\$1,009	\$929
	NACIONAL (Quito)	\$1,169	\$1,089	\$1,069	\$989
	EXTRANJERO (Guayaquil)	\$1,329	\$1,219	\$1,229	\$1,119
	EXTRANJERO (Quito)	\$1,379	\$1,259	\$1,279	\$1,159

***Tarifas hay que incrementarle Q Combustible \$100**

OPCIONALES:

FULL DAY A FLOREANA: \$70

FULL DAY A ISABELA: \$80 (No incluye Tasa de uso de Muelle: \$10 nacionales y \$20 extranjeros)

ITINERARIO: SANTA CRUZ (1 ISLA / 3 NOCHES):

DIA 1:

- Recepción en aeropuerto de Baltra. Visita a la **Parte Alta** (Rancho Primicias, Túnel de Lava).

DIA 2:

- Visita a la Estación Charles Darwin. Por la tarde **Visita a las Grietas** (canal de agua de mar, cristalina, formando una piscina natural).
- City tour

DIA 3:

- Visita a la **Playa tortuga Bay** (paradisiaca Playa de arena blanca, en donde se puede apreciar iguanas marinas, tortugas marinas y aves endémicas).

DIA 4:

- Traslado al aeropuerto con visita a los Cráteres Gemelos.

Programa de 2 noches no incluye visita Parte Alta de Santa Cruz.

POLITICAS DE CANCELACION:

- LUEGO DE 1ER ABONO A 30DIAS ANTES DEL VIAJE PENALIDAD \$100 DEPOSITO NO REEMBOLSABLE
- 11 A 29 DIAS ANTES DEL VIAJE PENALIDAD DEL 30% DEL PROGRAMA
- 7 A 10 DIAS ANTES DEL VIAJE PENALIDAD DEL 50% DEL PROGRAMA
- 4 A 6 DIAS ANTES DEL VIAJE PENALIDAD DEL 75% DEL PROGRAMA
- DENTRO DE LAS 72 HORAS AL VIAJE PENALIDAD DEL 100% DEL PROGRAMA

PARA GRUPOS: CANCELACION MENOS DE 30 DIAS ANTES DEL VIAJE, PENALIDAD DEL 100% DEL PROGRAMA

POLITICAS DE PAGOS:

- a) Pasajeros individuales deben estar pagados al 100% 20 días antes del viaje
- b) Grupos de Pasajeros deben estar pagados al 100% 30 días antes del viaje



Hotel Lobo de Mar



Hotel Villa Laguna

DISFRUTA DE CUENCA Y SUS AGUAS TERMALES



PAQUETE INCLUYE

- Transporte turístico durante el recorrido
- Desayunos diarios
- Hospedaje en hostería Agapantos por 3 días y 2 noches
- Spa explicado en el paquete
- Uso de las instalaciones como piscinas de aguas termales y jacuzzi
- Paseos diarios programados

NO INCLUYE

Almuerzos, cenas, entradas a ningún sitio, lo no especificado en el programa.

DIA 1

- 3:00 a.m. salida hacia baños
- 7:00 a.m. arribo a la hostería y acomodación en la hostería en cabañas familiares
- 8:00 a.m. desayuno
- 9:00 a.m. nos realizaremos baños de cajón ideal para desintoxicar nuestro organismo, luego mascarilla de arcilla para limpiar las impurezas de nuestro rostro
- 12:30 a.m. almuerzo

- 2:00 p.m. Tarde para disfrutar de las aguas termales de la hostería
- 7:00 p.m. cena y descanso

DIA 2

- 8:00 a.m. desayuno
- 9:00 a.m. salida a realizar un city tour por Cuenca en un carro de 2 pisos. Conoceremos: los principales parques, ríos, y el centro histórico de Cuenca hasta llegar al mirador del Turi.
- 12:00 a.m. salida hacia Guacaleo para el almuerzo de hornado y para conocer este hermoso lugar
- 3:00 p.m. salida hacia Chordeleg para realizar compras de artesanías elaboradas en oro a precios muy económicos
- 5:00 p.m. regreso a la hostería
- 7:00 p.m. cena

DIA 3

- 8:00 a.m. desayuno
- 9:00 a.m. salida hacia las ruinas de Ingapirca para recorrer este importante lugar
- 1:30 p.m. almuerzo en el trayecto del camino
- 3:00 p.m. regreso a Guayaquil y fin de servicios

VALOR DEL PAQUETE POR PERSONA

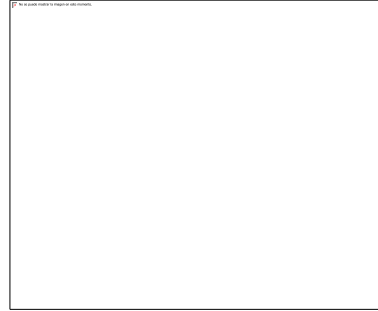
\$ 195,00

AMBATO BAÑOS

Itinerario Carnaval de Ambato

Fiestas de las Flores y las Frutas (3Días-2Noches)

Punto de encuentro: sábado 29-Abril-13
(23h55)

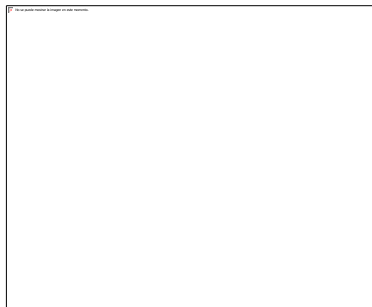


Primer día

- Desayuno
- City tour por la ciudad de Ambato
- Almuerzo
- Traslado a Quisapincha y tiempo para compra de artesanías de cuero
- Traslado al hotel en Baños y distribución de habitaciones
- Cena

Segundo día

- Desayuno
- Recorrido por la ruta de las cascadas
- Manto de la novia, san Pedro, Agoyan, hasta llegar al pailón
- Del diablo para apreciar esta preciosa cascada
- Cruce en tarabita en la cascada de san Pedro
- Almuerzo de trucha que cada uno pescará
- Arribo a la casa del árbol y la cueva de los murciélagos
- Cena



Tercer día

- Desayuno
- Visita al encañonado de san Martín donde podrán
- Realizar deportes extremos como el canopy
- Almuerzo
- Salida hacia pelileo para realizar compras de jeans
- Regreso a Guayaquil

Costo: \$ 225,00

Incluye:

- **Transporte** turístico durante todo el recorrido
- **Hospedaje** habitaciones con baño privado, agua caliente, tv cable.
- **Alimentación** desayunos, almuerzos y cenas (desde el desayuno del primer día hasta el desayuno del ultimo día)
- **Traslados en Tarabita**
- **Paseos diarios programados**
- **No incluye: ningún deporte extremo**

ADEMÁS DE LOS PAQUETES DETALLADOS POR EL MOMENTO TAMBIÉN SE CONSTRUYEN PAQUETES A DEMÁS PROVINCIAS DEL PAÍS DISTRIBUIDAS EN SUS CUATROS REGIONES

REGIONES DEL ECUADOR			
<u>SIERRA - ANDINA</u>	<u>ORIENTE - AMAZÓNICA</u>	<u>COSTA - LITORAL</u>	<u>INSULAR - GALÁPAGOS</u>
			
<p>Esta región posee grandes montañas, volcanes y valles. Una vez que estas en la Región Andina el frío de sus nevados se hace sentir. Visita sus refugios y disfruta de la Nieve en la Mitad del Mundo.</p>	<p>El Oriente ecuatoriano es encantador por sus selvas amazónicas, ideal para hacer turismo de aventura, sus ríos, cuevas, cascadas hacen que visitar la amazonía ecuatoriana sea algo inolvidable.</p>	<p>La costa se caracteriza por su clima cálido, Sus playas son su mayor atractivo turístico, pero también cuenta con encantos como sus piscinas de aguas termales, zonas para practicar deportes extremos.</p>	<p>La Región insular tiene como encanto sus 13 islas principales en las que se observan diversidad de especies compartiendo el mismo lugar con los turistas. Ideal para el buceo y el turismo ecológico.</p>

REGIONES DEL ECUADOR Y SUS PROVINCIAS						
SIERRA - ANDINA		ORIENTE - AMAZÓNICA		COSTA - LITORAL		INSULAR GALAPAGOS
Provincia	Capital	Provincia	Capital	Provincia	Capital	PROVINCIA
Carchi	Tulcán	Sucumbíos	Nueva Loja	Esmeraldas	Esmeraldas	Galápagos
Imbabura	Ibarra	Napo	Tena	Manabí	Portoviejo	CAPITAL
Pichincha	Quito	Pastaza	Puyo	Guayas	Guayaquil	Puerto Baquerizo Moreno
Cotopaxi	Latacunga	Orellana	Francisco de Orellana	Los Ríos	Babahoyo	
Tungurahua	Ambato	Morona Santiago	Macas	El Oro	Machala	
Bolívar	Guaranda	Zamora Chinchipe	Zamora	Santa Elena	Santa Elena	
Chimborazo	Riobamba					
Cañar	Azoguez					
Azuay	Cuenca					
Loja	Loja					
Sto. Domingo de los Tsachilas	Santo Domingo					

2.7. MARCO CONCEPTUAL

En este marco conceptual que se expone a continuación detalla breves conceptos básicos del presente trabajo de investigación, con autores de diversas áreas relacionadas al tema que hacen referencia a la bibliografía de expertos científicos. A continuación citamos algunas definiciones académicas que se han hecho sobre el turismo:

TURISMO.-

Según la **Organización Mundial del Turismo (OMT)** consiste en aquellas actividades que las personas realizan mientras están de viaje en entornos donde no es habitual que se encuentren, cuyos fines son el ocio, los negocios u otros y duran períodos inferiores a un año.

TURISMO SUSTENTABLE.-

El turismo sustentable es un turismo definido como un modelo de desarrollo económico diseñado para proveer mayor calidad de experiencia para el visitante, mantener la calidad del medio ambiente –natural y cultural- del que depende la población local y los turistas, obtener mayores niveles de rentabilidad económica de la actividad turística para los residentes locales.

TURISMO COMUNITARIO.-

El turismo comunitario constituye un componente de la calidad de vida y un elemento de la ordenación del territorio, una alternativa aunque estacional, a la vida urbana, un contrapeso ecológico ante las insatisfacciones de la vida de las ciudades, un redescubrimiento de los valores y formas de vida del medio comunitario y un aspecto de la nueva comunicación entre el hombre y su entorno natural y socio cultural.

El turismo comunitario es una nueva forma de relación entre comunidad y visitantes desde una perspectiva intercultural, en el contexto de viaje organizado, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo de los recursos naturales, valoración de los patrimonios, de los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos.

TURISMO DE AVENTURA.-

El turismo de aventura es otra de las modalidades del turismo alternativo, y sin duda alguna una de las formas que mayores expectativas genera a su alrededor, quizá por

el término mismo que evoca, o bien por un cierto misticismo y tabúes que se han generado en su entorno. La problemática comienza desde su propio nombre, algunos lo llaman turismo deportivo, otros más turismo de aventuras, otros tantos turismo de adrenalina o bien turismo de reto, y si bien su denominación es lo de menos, los conceptos si llegan a ser determinantes.

ATRACTIVO TURISTICO.-

Son el conjunto de lugares, bienes costumbres y acontecimientos que por sus características, propias o de ubicación en un contexto, atraen el interés del visitante.

RECURSO TURÍSTICO.-

Son sitios naturales y manifestaciones culturales que merezcan ser visitadas o admiradas por los visitantes. Son el fundamento para el desarrollo posterior de la atracción y son la materia prima de futuras atracciones.

VISITANTE.-

Es la persona que viaja por un periodo no superior a 12 meses a un país diferente en el que tiene su residencia habitual y cuyo motivo personal de visita no es de ejercer una actividad lucrativa en el país visitado.

ECOTURISMO.-

Es aquel tipo de turismo que reconoce su potencial contribución al alivio de la pobreza y a la protección del medio ambiente en ecosistemas frágiles y amenazados. El Ecoturismo es una forma especial de viaje basado en la naturaleza, implicando un viaje responsable hacia áreas naturales que conservan el medio ambiente y sustentan el bienestar de las comunidades.

AGROTURISMO.-

Es un modelo de turismo específicamente diseñado para turistas interesados en la diversidad de plantas cultivadas y en las prácticas culturales asociadas al cultivo,

incluyendo las tradiciones culinarias. Puede ser considerado como una subcategoriza dentro del Turismo sostenible.

MINTUR (Ministerio de Turismo).-

Ministerio de Turismo fomenta la actividad turística buscando consolidar al Ecuador como líder en el desarrollo turístico sostenible en la región.

DEMANDA TURÍSTICA.-

Es el conjunto de turistas que individual o colectivamente viajan motivados por el deseo de satisfacer sus múltiples necesidades.

OFERTA TURÍSTICA.-

Está integrada por todos los bienes, recursos naturales y servicios que se hallan disponibles en el mercado turístico y que se han difundido como oferta.

NATURALEZA.-

La naturaleza o natura, en su sentido más amplio, es equivalente al mundo natural, universo físico, mundo material o universo material. El término "naturaleza" hace referencia a los fenómenos del mundo físico, y también a la vida en general. Por lo general no incluye los objetos artificiales ni la intervención humana, a menos que se la califique de manera que haga referencia a ello, por ejemplo con expresiones como "naturaleza humana" o "la totalidad de la naturaleza". La naturaleza también se encuentra diferenciada de lo sobrenatural.

AGENCIAS DE VIAJES.-

Empresa turística dedicada a la intermediación, organización y realización de proyectos, planes e itinerarios, elaboración y venta de productos turísticos entre sus clientes y determinados proveedores de viajes.

TIPOS DE AGENCIAS.-

Una agencia de viajes puede consolidarse como un único centro de operaciones o, por el contrario, como una cadena de locales repartidos por una zona determinada.

AEROLÍNEA.-

Organización que se encarga a la trasportación de pasajeros o carga u otros.

AUTORIDAD.-

Poder que ejerce una persona sobre un grupo sobre otras u varias a quien somete un mandato

ESTRUCTURA.-

Conjunto organizada de las partes de un todo orientada a una finalidad funcional o practica.

GERENTE.-

Persona que dirige y se responsabiliza por las gestiones de la empresa

MERCADO.-

Conjunto de consumidores que demandan bienes y servicios al conjunto de productores que ofrecen.

ESTRATEGIAS.-

Son gestiones que se llevan a cabo con el fin de alcanzar los objetivos trazados, son acciones que al momento de formularlas, requieren de cierto análisis; y que al momento de ejecutarlas, requieren de cierto esfuerzo.

OFERTAS.-

Cantidad de bienes y servicios que los productores ofrecen a diferentes precios y condiciones dadas en un determinado tiempo.

ASECUT

(Asociación Ecuatoriana de Agencias de Viajes, Operadores de Turismo)

PLANDETUR.-

(Plan Nacional de Desarrollo Turístico del Ecuador.)

OMT.-

(Organización Mundial del Turismo)

OPTUR.-

(Asociación Nacional de Operadores de turismo receptivo del Ecuador)

RECORD.-

Es un carácter designado por la empresa turística o aerolínea para identificar una reserva de un pasajero.

MANUAL ADMINISTRATIVO.-

Documento que contiene la descripción de actividades que se deben seguir en una organización

MANUAL DE PROCESOS.-

Es una herramienta de gran ayuda para la evaluación de los procesos en su estructura

OBJETIVOS.-

Este identifica la finalidad a la misma que esta dirigida los recursos para el cumplimiento de los propósitos

PROVEEDORES.-

Empresas internas o externas que nos entregan sus servicios o productos

SERVICIO.-

Conjunto de actividades que busca satisfacer las necesidades de un cliente

2.8. MARCO LEGAL

Un importante aspecto a conocer dentro del manejo y desarrollo de las Agencias de Viajes, es su marco legal. Este se conforma en base a una serie de instrumentos legislativos relacionados con su apertura, derechos, obligaciones y actividades.

Para la realización del siguiente trabajo de investigación se deberá cumplir con los siguientes artículos 83, 84 y 89 del reglamento de actividades turísticas del Ecuador. Además esta asemejada con la Ley de la Cámara de Comercio de Guayaquil, Ley de Turismo Nacional y el Ministerio de Turismo (MINTUR)

2.8.1. LEY NACIONAL DEL TURISMO

Art. 1. Tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, desarrollo y la regulación del sector turístico, las potestades del estado y las obligaciones y derechos de los prestadores de servicios y los usuarios.

Art. 2. Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de las personas hacia lugares distintos al de su residencia habitual sin ánimos de radicalizarse en ellos.

Art. 3. Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a) La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b) La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;

- c) El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos y básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d) La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e) La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

2.8.2. Ley Federal de Turismo

Esta ley entro en vigencia a partir de 1979. Que es de interés para las Agencias de Viajes: de la regulación y operación de los servicios turísticos; Cap. I de los prestadores de servicios turísticos.

Art. 69. Deberán solicitar su registro ante la Secretaría de Turismo al inicio de sus operaciones, las personas físicas o morales que se dediquen a la prestación de los siguientes servicios turísticos.

- Agencias, sus agencias y operadores de viajes; en los servicios a que se refieren los incisos.
- El permiso de operación respectivo.

Art. 70. Los prestadores de servicios que requieran obtener permiso de operación, deberán satisfacer los requisitos que establezca la Secretaría de Turismo, de acuerdo a los reglamentos

Art, 71. Los prestadores de servicios turísticos deberán obtener autorización de la Secretaría de Turismo de sus precios y tarifas, acompañando a su solicitud los documentos que señalen los reglamentos respectivos.

Art, 73. La Secretaría de Turismo fijará y en su caso modificará las categorías de

los prestadores de servicios turísticos, de acuerdo a la naturaleza y calidad de los recursos materiales empleados, tipo y número de servicios, estado de sus instalaciones y ubicación. La secretaría determinará los medios de identificación de cada categoría y los requisitos que deberán satisfacer, en los términos del reglamento.

2.8.3. RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)

Para el posicionamiento y acreditación de la agencia de viajes se tornara por medio de la legislación turística del Ecuador asemejadas a la ISO 26000

ISO 26000.- proporciona orientación sobre los Principios y Materias Fundamentales de Responsabilidad Social que ayudan a integrar un comportamiento socialmente responsable en cualquier organización del sector privado, público y sin fines de lucro, independientemente si son grandes, medianas o pequeñas y operan en países desarrollados o en países en desarrollo

2.8.4. PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR

Colaboradores

Garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de formas

Objetivo 6

Garantizar la estabilidad, protección, promoción y dignificación de las y los trabajadores, sin excepciones, para consolidar sus derechos sociales y económicos como fundamento de nuestra sociedad.

Comunidad

Mejorar la calidad de vida de la población

Objetivo 3:

Buscar condiciones para la vida satisfactoria y saludable de todas las personas, familias y colectividades respetando su diversidad. Fortalecer la capacidad pública y social para lograr una atención equilibrada, sustentable y creativa de las necesidades de ciudadanas y ciudadanos

2.9. HIPÓTESIS GENERAL

- Desarrollar funciones específica para cada área y establecer estrategias competitivas para posicionar la agencia en el mercado y promover el turismo local, de esta forma aumentar el número de visitas de turistas a la agencia y mejorar el desarrollo socioeconómico

2.10. HIPÓTESIS PARTICULARES

- Si delego funciones a cada área desarrollare mejoras en la administración brindando un servicio de calidad.
- Sí se promueve el turismo local surgen nuevas fuentes empleo dando mejoras al cantón y lugares visitados.
- Sí se promueven la cultura y atractivos que posee el Cantón será un lugar más conocido a nivel nacional.
- Manteniendo diálogos con las autoridades se conseguirá mayor motivación turística en la provincia.

2.10.1. VARIABLES

CAUSAS	EFFECTOS
Implementar el manual administrativo para el buen funcionamiento de la agencia	Incrementa la productividad
Desarrollar estrategias para promover el turismo	Aumento el número de clientes
Genera fuentes de empleo	Mejora la calidad de vida empresa – comunidad
Alianzas estratégicas con otras operadoras (restaurant, hoteles, renta autos, etc.)	Servicios de optima calidad para el turista

2.10.1.1. VARIABLES INDEPENDIENTES

- Aplicación de un Manual administrativo-financiero de funcional para la agencia Bestseller Travel Agency de la ciudad de Guayaquil.

2.10.1.2. INDICADORES

- Antecedentes de la agencia de viajes Bestseller Travel Agency
- Planes de control administrativos para la agencia
- Control de los recursos
- Inversiones
- Capacitaciones

2.10.1.3. TECNICAS

- Observación
- encuesta

2.10.1.4. INSTRUMENTOS

- cámara fotográfica
- grabadora
- filmadora
- Pendrive
- Internet
- cuestionarios

2.10.1.5. VARIABLES DEPENDIENTES

- Un desarrollo potencial del turismo y su incremento en la agencia Bestseller Travel Agency de la ciudad de Guayaquil.
- Aplicación del manual administrativo-financiero funcional para llegar los objetivos establecidos
- Evaluar las aplicaciones propuestas y verificar resultados

2.10.1.6. INDICADORES

Tipos de servicio que ofrece la agencia de viaje

- Productos turísticos
- Legislación actual del turismo
- Profesionales dentro del área turística
- Promociones turísticas (paquetes promocionales)

2.10.1.7. TECNICAS

- Observación directa
- Encuestas
- Muestreo probabilístico

2.10.1.8. INSTRUMENTOS

- Formato de encuestas
- Hojas a4
- Pendrive
- Internet
- libros

Sobre estas anticipaciones hipotéticas está orientado este proyecto de investigación para implementar un manual administrativo-financiero funcional turístico para mejorar el desenvolvimiento y posicionamiento en el mercado local la agencia Bestseller Travel Agency de la ciudad de Guayaquil.

CAPITULO III

3. METODOLOGIA

3.1.TIPO DE ESTUDIO

Este proyecto de investigación tiene como intención ser aplicada, según los objetivos trazados a través de un manual administrativo-financiero funcional especializado en agencias de viajes con el fin de dar un mejor entorno laboral a cada trabajador detallando las funciones de cada uno y el perfil adecuado para el área de trabajo, además buscar nuevas estrategias para posicionarla agencia en un mercado competitivo y ser reconocida dentro del mercado nacional.

3.2.DISEÑO DE LA INVESTIGACION

Los antecedentes seleccionados en esta investigación se realiza con enfoques descriptivos, por su estructura será experimentada en el campo laboral desde una perspectiva cuantitativa, por medio de encuestas y diferentes procedimientos de datos recopilados para extraer una información primaria y eficaz.

3.3.POBLACION Y MUESTRA

Este proyecto tiene como finalidad implementar y ejecutar un manual administrativo-financiero de funciones que además de programar las funciones de cada departamento también se quiere promover el turismo a nivel local y nacional y así incentivar el desarrollo socio-económico. Previo a la realización de las encuestas de mercado, se deberá seleccionar el tamaño de la muestra adecuado por lo que utilizaremos la siguiente ecuación¹⁹

¹⁹ “Elementos de Muestreo” de Scheaffer, Mundanal y Ott, versión en español de la 3era edición, capítulo 3

PROCESAMIENTO DE LA FORMULA Y SUS DATOS

$$n = \frac{N\sigma^2Z^2}{(N-1)e^2 + \sigma^2Z^2}$$

Dónde:

n = el tamaño de la muestra

N = tamaño de la población.

$\sigma = 0,5$

Z = 1,96 (como más usual)

e = 0,09

DATOS

VARIABLES	UNITARIO	AL CUADRADO
N	300	1
O	0.5	0.25
Z	1.96	3.84
E	0.09	0.0081
n	¿?	

PROCESO

$$n = \frac{300(0.25)(3.84)}{(300-1)(0.0081) + (0.25)(3.84)}$$

$$n = 288 / 3.3819$$

$$n = 85$$

De esta forma aplicando la ecuación para sacar el total a encuestar nos da como resultado total de 85 personas a encuestar, al justificar nuestras encuestas se tomo en consideración la base de datos de la agencia por lo que tomamos solo el 10% de la población para realizar un proceso más directo y realizar las encuesta tanto a los usuarios como a los empleados de la empresa antes mencionada.

En las encuestas que respecta al personal que labora dentro de la empresa se tomo el total de la población dando como resultado a encuestar a diez personas entre administrativos, personal de ventas y servicio.

Estas encuestas están dirigidas al sector turístico con la finalidad de obtener información sobre diferentes actividades que se va a desarrollar de acuerdo a la perspectiva de nuestra propuesta y tienen por objetivo darnos datos reales y de mucha ayuda para la realización del mismo.

3.3.1. Métodos y Técnicas para el desarrollo de la investigación

El método constituye una relación entre los hechos y practicas usadas por el investigador para encontrar afirmaciones científicas. En la presente trabajo de investigación podemos aclarar al método como una secuencia a seguir para recabar información y así obtener datos que vayamos a emplear para el cumplimiento de los objetivos propuestos, y la comprobación de las ideas a defender o anticipaciones hipotéticas y dar respuesta al problema planteado.

3.3.2. Método exploratorio

Este método nos permitirá conocer la situación actual de la agencia de la misma forma de conocer la necesidad de implementar un manual administrativo especializado en agencias de viajes para conocer sus ventajas y desventajas de la misma.

3.3.3. Método descriptivo

Permite recopilar la mayor cantidad de datos posibles sobre la operación eficaz de una agencia de viajes por medio de las encuestas y entrevistas, y de esta forma poder ampliar el control financiero por medio de una guía administrativa generando menos gastos en la parte operativa de la empresa,

3.3.4. Método Pragmático

El método pragmático nos conduce a la obtención de resultados prácticos y útiles que son:

- La reducción de gastos administrativo en la agencia de viajes
- Riguroso control financiero para ampliación de capital.
- Incremento económico en la agencia por la venta de servicios.

3.3.5. Instrumentos y Técnicas de investigación

Dentro de las técnicas aplicadas tenemos:

- Las encuestas
- Las entrevistas
- Investigación de mercado
- La observación

3.3.6. Técnica de la Encuesta

La encuesta, esta técnica es de recolección de información de manera escrita es usada a menudo por la mayoría de los investigadores, que consiste en elaborar un cuestionario con preguntas de tal forma que nos da a conocer las opiniones, críticas y sugerencias de las personas que componen la muestra de la población. La encuesta se les aplico a las personas que acudieron a solicitar los servicios de la agencia y al personal interno de la agencia en mención, a los turistas y su entorno.

3.3.7. Técnica de la Entrevista

La entrevista es otra técnica eficaz muy empleada por los investigadores la misma que tiene como objetivo recabar información de manera directa y oral, esta requiere de entrevista a operadores turístico con experiencia en el área, guías turísticos profesionales y gerentes de otras agencias de viajes la información de cada una de estas partes nos ayudara a obtener datos notables sobre la historia de la provincia del Guayas y el país, además conocer las necesidades que se presentan en ella, para que sean analizados y presentados de tal forma, que permitan un mejor estudio y comprensión de la misma.

La entrevista se aplicó a la gerente de la agencia de viajes Bestseller Travel agency con el fin de tener más conocimiento del funcionamiento de la misma y sus servicios prestados a la comunidad. Se entrevistó a las siguientes personas: Lcda. Nancy el Sr encargado de las áreas de finanzas y ventas de la agencia.

Entrevista a informantes claves.

3.3.8. Investigación de mercado

El objetivo de una investigación de mercado es para medir el nivel de aceptación que tiene la agencia en la venta de los paquetes turísticos y la atención brindada a cada uno de sus clientes ya sean nacionales o extranjeros y conocer las necesidades de cada uno de ellos

3.3.9. Técnicas de Observación

La observación es un componente fundamental dentro del proceso de investigación el mismo que nos permitirá obtener datos de una manera directa, con la mayor cantidad de antecedentes que obtengamos los transformamos en información y posteriormente a un análisis.

3.3.10. Observación Indirecta

Este tipo de observación la realizamos mediante la recolección de datos de fuentes secundarias como son los libros, internet, periódicos, trípticos, folletos, enciclopedias, revistas, estadísticas, etc. para luego proceder a realizar un análisis.

3.4. INSTRUMENTOS

3.4.1. EL CUESTIONARIO

Entre los instrumentos que utilizamos en la investigación tomamos en cuenta los siguientes:

- Hojas (A4)
- Plumas
- Cámara fotográfica
- Grabadora
- Transporte
- Cuestionario
- Fichas de campo
- Fichas de resumen
- Fichas bibliográficas
- Carpeta

3.5. APLICACIÓN DE LOS INSTRUMENTOS

3.5.1. PROCESAMIENTO DE DATOS Y RESULTADOS

Los datos obtenidos en la investigación realizada en el presente proyecto de investigación será establecida y detallada dependiendo su importancia, de esta forma será más fácil el acceso para la elaboración del informe. Con lo que determinaran las técnicas de investigación tales como: (las encuestas, entrevistas y

observaciones científicas), toda esta información obtenida serán tabuladas y llevadas a tablas, cuadros estadísticos, que de tal modo se pueden formar confrontaciones sobre el estudio a realizar y dar procedimiento al problema planteado.

3.5.2. RESULTADOS ESPERADOS

Al exponer el siguiente proyecto de investigación se provee relacionar y concretar convenios con otros operadores turísticos, ya sean aerolíneas, hoteles, alquiler de vehículos, distintos lugares de destino y otros servicios similares. Con la finalidad de acaparar mercado en la provincia del Guayas ya sean turistas nacionales o extranjeros.

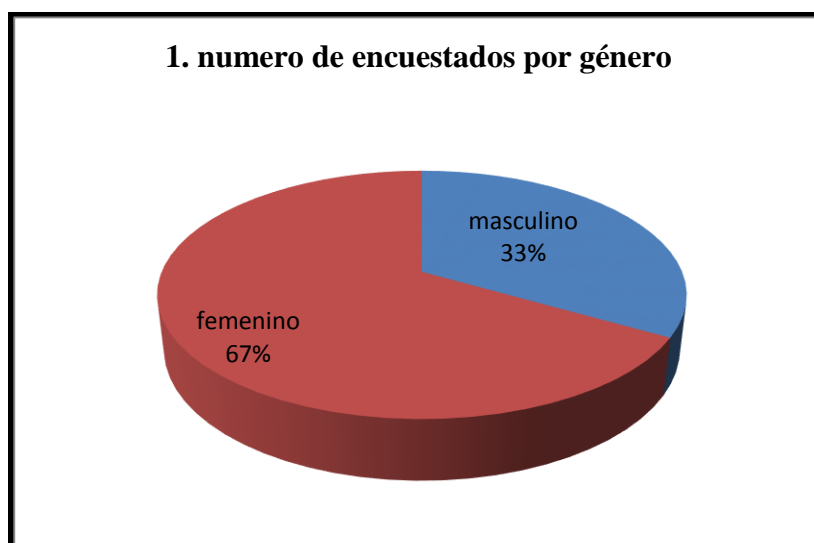
Con una mejor administración y las estrategias aplicadas en acaparar mercado esperamos tener un impacto socio-económico positivo y de esta forma incrementar el numero de clientes, promoviendo el progreso del sector turístico en la provincia y contribuyendo con el desarrollo del país con mayores ingreso de divisas impartiendo una actividad turística responsable.

Se espera un desarrollo paulatino dentro del país ofreciendo nuestro servicio como intermediarios entre operadores de servicios y turistas el mismo que generará una estable cartera de clientes de diversas ciudades, provincias y por que no de otros países, de esta manera el proyecto será viable y por ende rentable el mismo que nos garantizara el éxito.

En un determinado periodo de tiempo se pretende conseguir que nuevos inversionistas se involucren en el desarrollo de esta actividad dando como resultado beneficioso al país y la provincia del Guayas, se buscara lograr que se desarrollen otras actividades relacionadas con el Turismo.

3.6.ANALISIS E INTERPRETACION DE LOS RESULTADOS

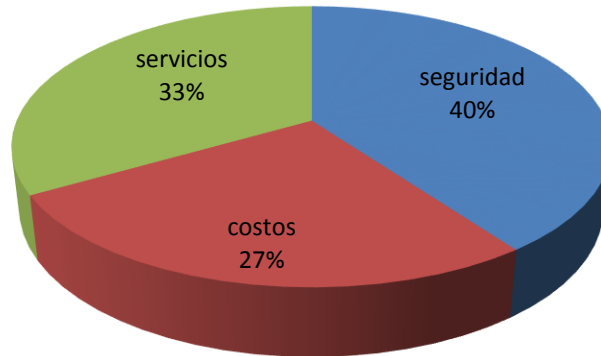
En la presente investigación se determinan las siguientes preguntas con los respectivos resultados de la encuesta realizada a trabajadores y usuarios de la agencia, teniendo en cuenta una población de 300 personas y una muestra representativa de 30 (10%) de esta forma determinar el potencial de la agencia.



ENCUESTADOS	Nro.	%
MASCULINO	10	33
FEMENINO	20	67
TOTAL	30	100

De las 30 personas que conforman la muestra, 20 son del sexo femenino con una representación del 67% y 10 del sexo masculino que representan el 33%. Mediante estos resultados se pueden establecer estrategias para incrementar clientes de ambos sexos, Además existe la posibilidad de crear paquetes turísticos y promociones solo para mujeres.

2. ¿Que considera más importante al momento de seleccionar una agencia de viajes?

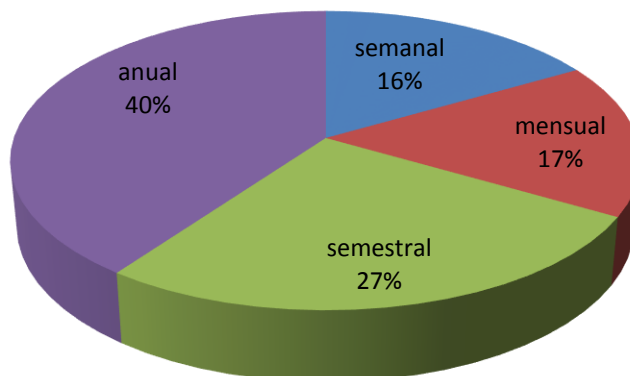


ENCUESTADOS	Nro.	%
Seguridad	12	40
Costos	8	27
Servicios	10	33
TOTAL	30	100

Con relación a lo que prefieren los clientes a la hora de viajar ellos respondieron de la siguiente manera:

De las 30 personas encuestadas 12 de ellas representan el 40%, que consideran como prioridad más importante la seguridad al momento de elegir la agencia de viaje, con respecto a los costos 8 de ellos con representación del 27 % lo consideran por los valores ofrecidos, y 10 de ellos con una muestra representativa del 33% que se inclinan por los servicios prestados. Considerando estos resultados la agencia de viajes puede establecer estrategias para enfrentar a sus posibles competidores

3. ¿con que frecuencia usted realiza sus viajes?

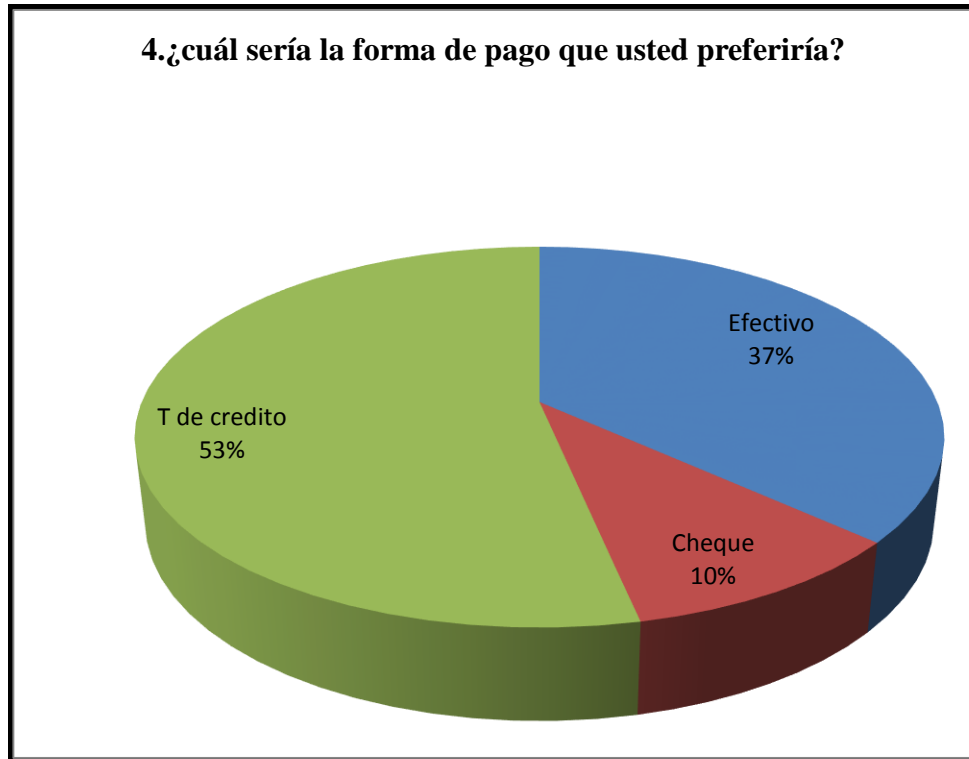


ENCUESTADOS	Nro.	%
Semanal	5	16
Mensual	5	17
Semestral	8	27
Anual	12	40
TOTAL	30	100

Las reiteradas ocasiones de viajes que los clientes encuestados realizan se determinan de la siguiente forma:

Con respecto a las 30 personas encuestadas 5 de ellas utilizan el servicio de la agencia semanalmente por motivo laborales, con una representación del 16%, tomando en cuenta que los viajes realizados mensualmente tienen una misma tendencia del 17% realizados a 5 encuestados más, conjuntamente 8 de los encuestados lo hacen semestral por salud con un porcentaje del 27%, y 12 respondieron que lo realizan anualmente por vacaciones que nos representa el 40%

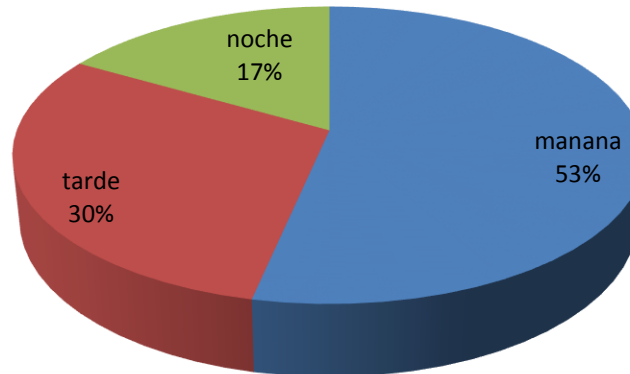
4.¿cuál sería la forma de pago que usted preferiría?



ENCUESTADOS	Nro.	%
Efectivo	11	37
Cheques	3	10
T de Crédito	16	53
TOTAL	30	100

Al realizar la encuesta de las 30 personas se pudo constatar que 16 de ellas representan un 53% prefieren hacer su compra por medio de tarjetas de crédito, mientras que 11 personas lo realiza mediante efectivo con un 37% y las 3 restantes que es el 10% lo hace a través de cheques de esta manera pudimos observar la preferencia de cada uno de los encuestados. No todos realizan la misma forma de pago, por lo general usamos el dinero plástico (tarjeta) es un modo mas seguro de realizar pagos y evitar cargar dinero en efectivo.

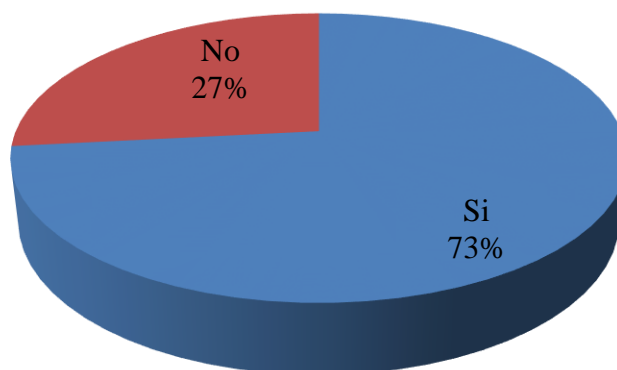
5.¿El horario conveniente para viajar según su criterio es?



ENCUESTADOS	Nro.	%
Mañana	16	53
Tarde	9	30
Noche	5	17
TOTAL	30	100

Al momento de adquirir los paquetes turísticos o pasajes aéreos se pudo constatar que de las 30 personas encuestadas 16 de ellas prefieren realizar sus viajes en la mañana el cual nos equivale a un 53%, posteriormente un total de 9 personas lo efectúan en la tarde por motivos laborales, que nos da el 30% y mientras tanto 5 de ellas que representan el 17%, hacen sus viajes en la noches por cuestiones personales. Cada persona tiene un punto de vista diferente en el momento de realizar sus viajes mucho de ellos viajan en las mañana ya que aprovechan para observar el lugar por donde van otros aprovechan la tarde y otros la noche que les permite descansar mientras viajan.

6.¿Cree usted que un viaje es motivo de distracción?

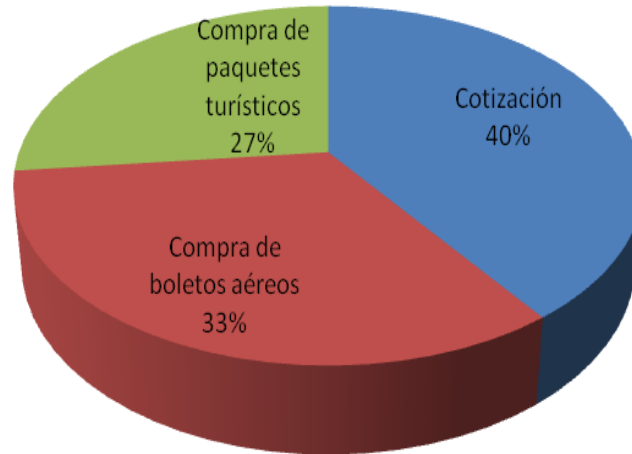


ENCUESTADOS	Nro.	%
Si	22	73
No	8	27
TOTAL	30	100

De las 30 personas encuestadas 22 de ellas respondieron que Si el cual nos da un porcentaje del 73% y las 8 restantes sus respuestas fueron No que equivalen un 27% respectivamente.

Para nuestro proyecto es muy necesario la opinión del usuario ya que de esta forma vamos a tener en cuentas los motivos en particular de sus viajes por ejemplo si hay personas que son atraídas por viajes cerca lejos u otros o simplemente lo realizan por obligación.

7.¿El motivo de su visita a una agencia de viaje es?

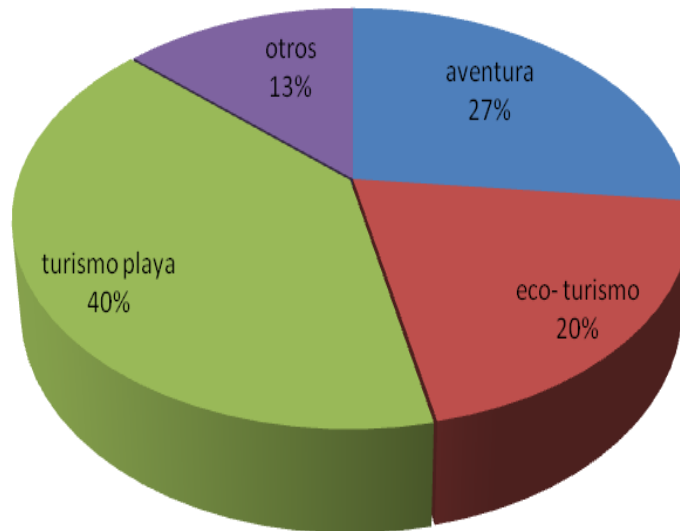


ENCUESTADOS	Nro.	%
Cotizaciones	12	40
Compra de boletos aereos	10	33
Compra de paquetes turisticos	8	27
TOTAL	30	100

Efectuadas las encuestas a las 30 personas los resultados obtenidos son los siguientes:

12 de ellos visitan por cotizacion dandonos como resultado un 40%, en los cuales 10 lo realizan por compra de boletos que nos reflejan un 33% y mientras que las 8 siguiente lo adquieren por paquetes turisticos que nos equivalen a un 27% al tratar la informacion obtenida podemos destacar que en su mayoria los usuarios primero visitan las agencia buscando ofertas y descuentos por lo general la gran demanda depende de los altos o bajos costos.

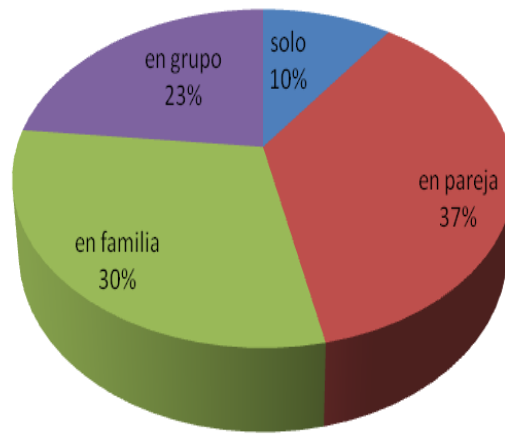
8.¿Que tipo de turismo realiza usted?



ENCUESTADOS	Nro.	%
Aventura	8	27
Eco-turismo	6	20
Turismo de playa	12	40
Otros	4	13
TOTAL	30	100

Efectuamos la siguiente encuesta a 30 personas en las cuales nos respondieron de esta forma: 8 personas realizan el viaje por aventura que nos da un porcentaje del 27%, de la misma manera 6 de ellas lo hacen por ecoturismo que representan el 20%, por lo tanto 12 lo prefieren por turismo playa el cual nos da un 40%, y los 4 restantes se refirieron por varios motivos dandonos un promedio del 13%. Al igual que las preguntas anteriores podemos destacar una base de datos con datos relevantes que nos dan la pauta para socializar el tipo de turismo que realizan las personas.

9.¿cuando viaja lo hace?

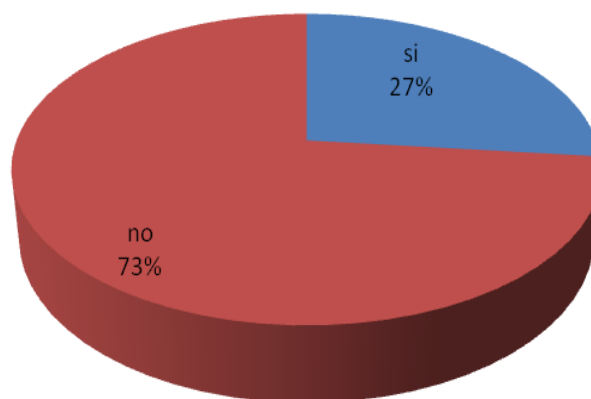


ENCUESTADOS	Nro.	%
Pareja	11	37
Familia	9	30
Grupos	7	23
Solos	3	10
TOTAL	30	100

Se determinó que de las 30 personas encuestadas 11 de ellas realizan sus viajes en parejas con un porcentaje del 37%, siguiendo con dicha encuesta 9 lo prefieren hacer en familia teniendo como promedio el 30%, por lo tanto las 7 siguientes lo efectúan en grupo que nos refleja una participación del 23%, y para finalizar las 3 últimas personas gustaron por viajar solo con un total del 10%.

De esta manera determinamos estrategias para tener en cuenta cuantas personas realizan viajes y de que forma lo realizan y mostrar alternativas de paquetes y boletos.

10.¿Ha contratado los servicios de una operadora turistica?



ENCUESTADOS	Nro.	%
Si	8	27
No	22	73
TOTAL	30	100

En esta encuesta realizada a 30 personas obtuvimos los siguientes resultados se determinó que 22 personas optaron por no utilizar el servicio mediante una operadora turística con un porcentaje del 73%, y las 8 minorías eligieron por si recurrir a la misma obteniendo el total del 27% . el resultado se da por que las operadoras turísticas tienen un impuesto que pagan por brindar servicios a extranjero a diferencia de las agencias de viajes que trabajan directamente con las empresas grande tanto aéreas como de servicio de hospedaje, alimenticias y otras.

3.7.ANALISIS DE MERCADO

La forma en que los mercados internacionales como nacionales perciben los productos y servicios ofertados por el país, carecen de un enfoque sistémico y a la vez amigable para el turista. Esto disminuye el atractivo de varios de ellos ante mercados internacionales y afecta directamente a la industria turística.

El siguiente problema se encuentra también en el Plan de Marketing, se debe mejorar el actual posicionamiento del país como destino turístico. Existen buenos ejemplos dentro de la región, como las ciudades más grandes del país posicionamiento diferenciador, recogiendo ámbitos de su cultura, recursos y personas.

3.7.1. PERFIL DEL CLIENTE

Existen dos edades para los turistas, por lo que generalmente suelen viajar y comprar paquetes turísticos, las edades están comprendidas entre 20 a 30 que por lo general viajan a sitios de recreación como la playa y lugares con diversiones nocturnas, las personas que alcanzan una edad promedio entre 35 a 60 años viajan por temporadas primordiales, los mismo que se informan de su viaje por diferentes medios, valoran los paquetes promocionales y son los principales consumidores en alquiler de casas, hoteles y rentar autos.

3.7.2. ANÁLISIS INTERNO Y EXTERNO.

Un breve análisis como punto de partida desde lo externo, analizando barreras de entrada, la competencia existente y regulaciones que varían por parte del gobierno, posteriormente abarca lo interno, donde se evaluarán las fortalezas y debilidades.

La principal barrera que se detalla de entrada radica en la manera como actualmente los turistas organizan su viaje. La información que se ofrece las agencias motiva su viaje, es mayoritariamente dada por recomendaciones de familiares o amigos, lo que puede ser producto de la escasa información disponible sobre los lugares a

visitar, como destino turístico, pero nos muestra los esfuerzos que deben hacerse para cambiar este modelo de organizar viajes.

En cuanto a la competencia, existen varias agencias que en base a su tamaño son más atractivas y relevantes con relación a las existentes en el mercado sus marcas asociadas presentan información sobre hoteles y atracciones y operan en los en los grandes mercados del país.

3.8.PRODUCTOS Y SERVICIOS

3.8.1. Descripción del servicio.

Dentro de los servicios que ofrece la agencia de viajes destacamos todo tipo de paquetes que tiene a disposición se dan en dos casos para vacaciones escolares de la costa y la temporada de vacaciones de la sierra el motivo es poder brindar información a los turistas en sus áreas de interés a diferentes lugares, materializar el viaje del turista, una vez tomada una decisión.

A continuación haremos una breve descripción de cada uno de los servicios que forman nuestra oferta.

3.8.2. Ofertas de la temporada.

Se mantendrán actualizadas y disponibles para todos los visitantes a la página web, todas aquellas ofertas que nuestros proveedores tengan. En una segunda fase, pensamos hacerla llegar automáticamente, vía mail, a todos aquellos clientes que estén suscritos a nuestra base de datos.

3.8.3. Hoteles y paquetes turísticos.

El posicionamiento que se desea consolidar, es el de ser considerados como expertos en turismo. Este servicio será uno de los medios que se pretende hacer uso para lograr este fin, aquí se darán recomendaciones prácticas para los viajeros. Se abordarán temas de seguridad país, salud, religiones, etc.

Se podrá reservar vuelos, hoteles, autos y casas indirecta y directamente aun que es importante mencionar que aunque la industria aeronáutica, de renta de auto y ciertas cadenas hoteleras poseen sistemas de reservas, nuestro aporte será de apoyo a estos y directamente para hoteles y casas que no tienen sistemas de reserva en línea.

3.8.4. Seguros para turistas.

Como parte de una nueva tendencia en el turismo, nuestra agencia de viajes desea incrementar entre sus usuarios ofrecer seguros para viajeros. De esta forma los turistas se sentirán más seguros en el momento de adquirir un boleto o paquete turístico

3.9.MARKETING

Son dos formas en la que la empresa planea generar ingresos.

El primero es a través de comisiones de transacciones realizadas entre el turista y los ofertantes de servicios.

La segunda forma es por medio de tarifas negociadas directamente con el cliente por el servicio.

3.9.1. Asociaciones

Las asociaciones cumplirán con dos objetivos primordiales: difusión del posicionamiento de la empresa y promoción de los distintos servicios que ofrece.

Siendo más específico, se pretende lograr alianzas con clientes propios y ofertantes de servicios como son hoteles, restaurantes, centros comerciales, complejos turísticos y otros para dar una promoción cruzada.

Además, con instituciones publico-privadas relacionadas al turismo, como la Cámara de Turismo del Ecuador y la Asociación Nacional de Operadores de Turismo Receptivo Ecuador.

3.9.2. de venta.

Los procesos de ventas a efectuarse se empezaran por medio del contacto con el cliente. El departamento de venta serán los encargados directos de mantener la agenda ligada al cumplimiento de metas. Ahora se desea mantener una estrecha coherencia entre el posicionamiento deseado, el cual consiste en ser considerados como una empresa generadora de servicios y paquetes turísticos innovadores.

3.9.3. Promoción

Como se menciona anteriormente todas las actividades se dirigen a distinguirse mediante los servicios que la empresa brindara y las alianzas con instituciones público o privadas. Estas instituciones son las que deciden en buena manera, la gestión, planes y estrategia del turismo, de ahí que esta agencia sea la primera recomendación para la consolidación del posicionamiento.

Además existe el beneficio adicional que el MINTUR participa en ferias internacionales del turismo y organiza la participación de empresas, haciendo llamados los miembros de estas organizaciones.

3.9.4. Estrategias Competitivas

En las estrategias competitivas a desarrollarse se enlazan directamente los objetivos principales de marketing que se buscaran mantener la estabilidad de la agencia.

La empresa a un largo plazo estará dirigida a la participación de mercado, la satisfacción del cliente, resultados en ventas y en rentabilidad. Para la competencia actual, se les abordara mediante una estrategia de diferenciación, desarrollando paquetes turístico o demás servicios a ofrecer innovadores que estén adecuados a las necesidades de los mercados y segmentos preferidos, el resultado esperado se verá reflejado en el volumen de ventas.

Con respecto a nuevos competidores, se tiene contemplado ir potenciando la adquisición de plataformas tecnológicas que contribuyan al análisis del comportamiento del consumidor y a la mejora de la experiencia del turista. En forma paralela, se potenciara la fidelizacion de los clientes.

En el siguiente recuadro se detalla la forma de operación de la agencia de viajes donde los turistas de por si llegan al país por recomendaciones realizadas por personas que estuvieron haciendo diversos tipos de turismo en nuestro país, la forma en que se propone operar a la agencia de viajes Bestseller Travel Agency es de la siguiente forma.

El cliente llega a tomar información en diversas manera una de ellas es por medio de la web donde la agencia de viajes tiene su propia página o las diversas redes sociales, además de las alianzas con operadoras de otros servicios o por la

información que obtengan por la cámara de turismo de Guayaquil también por las Asociación nacional de Operadores de Turismo Receptivo del Ecuador.

Donde el turista llega a las instalaciones de la agencia de viajes el personal encargado de ventas le indica los diversos paquetes turísticos que ofrecen la empresa y los lugares a visitar las diferentes rutas turísticas que ofrece el cantón la provincia

CAPITULO IV

4. PROPUESTA

TEMA:

DESARROLLO Y APLICACIÓN DE UN MANUAL ADMINISTRATIVO-FINANCIERO DE FUNCIONES PARA LA AGENCIA DE VIAJES PARA EL MEJOR DESEMPLAMIENTO DE LA ADMINISTRACION DE LA EMPRESA

4.1.GENERALIDADES DE LA AGENCIA

Esta agencia de viajes está conformada por un núcleo familiar por lo que el propietario o consejo administrativo se vuelve el eje principal de la empresa por tal razón la junta de accionistas está atendida por una misma familia, que será encargado de muchas funciones de la organización entre ellas las tomas de decisiones que encaminen a la agencia al éxito.

En el consejo administrativo es donde gira toda la administración de la empresa detrás de este grupo de administradores están los operadores que ejecutan eliminan o modifican las ideas que hayan surgido dentro del proceso administrativo es por aquello que son responsable directo del éxito o fracaso que surja dentro de la agencia.

4.2.DESCRIPCION DE LA EMPRESA

La agencia de viajes Bestseller Travel Agency de la ciudad de Guayaquil al igual que varias agencia en la ciudad y el país han sufrido de diversos estragos en procesos administrativos y financieros, La Agencia de Viajes Bestseller Travel Agency empieza sus operaciones el 21 de abril del 2001; se constituye como CIA, ROMOLEROUX S.A. y opera bajo esa denominación hasta el año 2005, su accionista mayoritario fue el Sr. Johnny Romoleroux quien estaba asociado con el Sr. Bolívar Sánchez. El factor económico fue el principal motivo por el cual esta empresa tuvo que cerrar sus operaciones.

En el 2003 los gobiernos de varios países, empiezan a solicitar visas a los turistas ecuatorianos, la dificultad de estos para obtenerlas debido a los fuertes requisitos solicitados reclinada en una caída en el volumen de venta de pasajes al exterior principal rubros de ingresos de Bestseller Travel Agency. Esta medida trajo como consecuencia el cierre de muchas empresas dedicadas a esta actividad.

Sin embargo se ofreció en un 10% de comisión a las agencias de viajes por boletos emitido con el termino del tiempo y vendidos directamente con las aerolíneas esta comisión fue disminuyendo hasta desaparecer. A partir del 2005 las agencias de viajes empezaron a recibir una comisión por emisión (Fee de emisión) que actualmente es el 4% sobre boleto emitido esta comisión “controlada” por las aerolíneas; se han constituido en un freno para el crecimiento de las agencias de viajes medianas y pequeñas.

Una de las primeras en entrar en estas condiciones de las comisiones a las agencia fue Continental Airlines, las aerolíneas le cobraban a las agencias por la emisión de los ticket, provocando que los consumidores vayan directamente a las aerolíneas para evitar el pago del Fee de emisión ahora esta tasa se cobra tanto en las agencias como en las aerolíneas por todo lo expuesto, muchas agencias optaron por trabajar como personas naturales ganando comisiones bajas, la agencia Romoleroux S.A. Que cierra sus operaciones.

En el 2005 empieza a operar utilizando las demandas como fuera esta operación el tomo con el nombre de BESTSELLER TRAVEL AGENCY como intermediario directo entre las aerolíneas y los mayoristas, reduciendo sus gastos de publicidad y dedicándose a vender sus propios programas en lo cual, BESTSELLER TRAVEL busca posicionarse en el mercado local como una agencia de viajes prestigiosa.

Todas estas características nos hicieron ver la falta enlace existente y a su vez nos permitió diseñar un modelo de plan por medio de un manual que nos permita conglomerar toda la oferta turística , de tal manera que permita al turista extranjero y nacional poder disfrutar al máximo su estadía en nuestra ciudad

y país. La idea es desarrollar por medio de internet, un canal de comunicación directo entre turista y los ofertantes.

Dentro de nuestros servicios propuestos se encuentran: Reservas de vuelos, hoteles, autos y casas. Diseño de paquetes turísticos a su medida. Alquiler de casas en la playa, Paquetes de Surf, Pesca, Playa, Observación de aves, Fauna, Vida Nocturna y mucho mas... Ofertas de la temporada.

Misión.

Brindar al turista la oportunidad de contar con servicios que le permitan disfrutar de las maravillas que ofrece el país de acuerdo a sus gustos y contar con información oportuna que le permita divertirse al máximo su viaje.

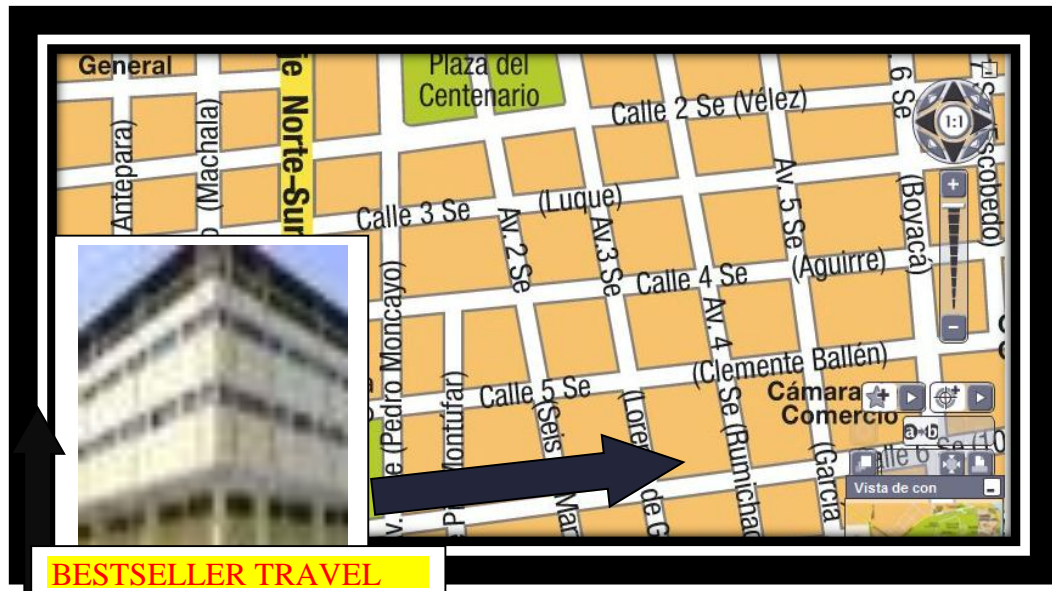
Visión.

Ser la plataforma por excelencia de los turistas para planear sus viajes a toda ruta seleccionada.

4.2.1. UBICACIÓN SECTORIAL Y FISICA

La propuesta se aplicara en base a los resultados de la investigación realizada a la agencia de viajes Bestseller Travel Agency ubicada en país Ecuador, Provincia del Guayas, ciudad Guayaquil, parroquia Pedro Carbo En las calles entre Clemente Ballén 1420 y José de Antepara. Teléf.: 2328392 celulares: 0996873549 e - mail. bestragye@yahoo.com





4.2.2. DESCRIPCION DEL LOCAL

La comunidad presenta las siguientes características

En lo que respecta a la institución podemos destacar que dentro de la agencia de viajes laboran alrededor de diez personas



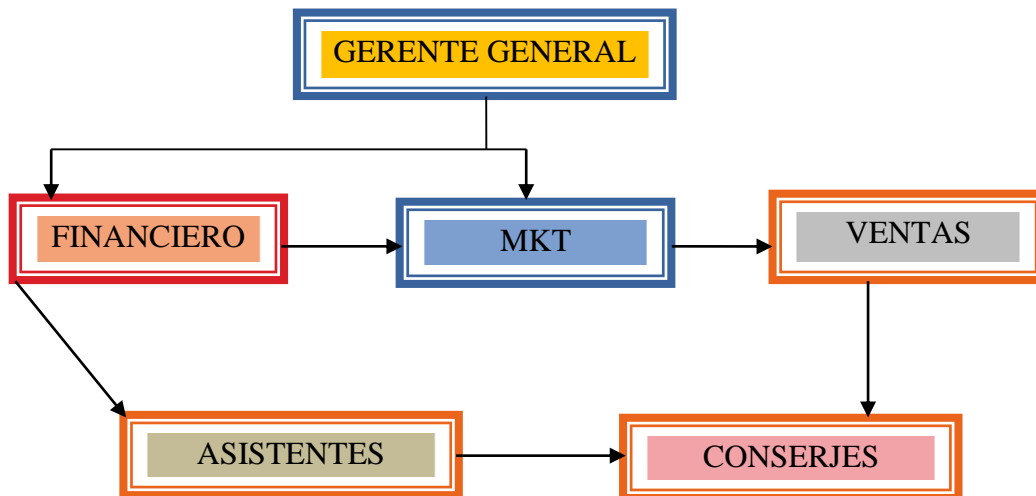
Las personas que se van a beneficiar por la propuestas desarrollada en esta investigación es la agencia de viajes y sus colaboradores dentro de la misma ya que

contaran con una herramienta de ayuda para ofrecer un servicio de optima calidad para los usuarios, satisfacer sus necesidades y tener en cuenta sus inquietudes.



La propuesta se ejecutara en un local cuya infraestructura está hecha por ladrillos y cemento funciona en la planta baja del edificio del instituto superior Suarez, el tipo de institución existente es de carácter privada. Se dedica a la venta de paquetes turísticos además de boletos aéreos es una empresa con fines de lucro con base a la jurisdicción nacional y las leyes turísticas.

4.2.3. ORGANIGRAMA DE LA AGENCIA DE VIAJE



4.3.MANUAL ADMINISTRATIVO DESARROLLADO PARA LA AGENCIA DE VIAJES BESTSELLER TRAVEL AGENCY EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL

4.3.1. INTRODUCCION

En toda actividad productiva la administración es el eje principal dentro de la empresa para el desarrollo adecuado de la misma, El desarrollo de este manual administrativo y financiero se elaboro como una herramienta de ayuda para mejorar el desenvolvimiento operativo y administrativo en la agencia de viajes Bestseller Travel Agency en la ciudad de Guayaquil así es como nace la idea de crear este manual para ser posicionada en el mercado entre las demás agencias existente en la ciudad. Resumiendo los principales elementos en su potencial y beneficio que serán directamente para la agencia de viajes antes nombrada, en manera de captar la atención del turista de forma coordinada, brindando un servicio de calidad y de esta forma darse a conocer a nivel local.

Cabe señalar que existen varias agencias de viajes y operadoras turísticas que desconocen el valor de la administración dentro de la empresa, realizan trabajo y operan sin llevar a cabo un control y plan estratégico donde pueda poner en un estándar de calidad los servicios vendido de la agencia, no cuentan con una visión ni misión, objetivos únicamente se basan en la experiencia diaria es de tal forma que el manual ayudara a la empresa con el fin de mejorar la productividad, frente a la competitividad que existe en la actualidad.

El desarrollo de este manual busca concientizar al núcleo laboral la aceptación de las técnicas, herramientas, procesos y estrategias que conlleva cada organización utilizados por los administradores para mejorar las funciones y actividades dentro del campo turístico.

El presente manual desarrollado contiene información de cómo aplicar la administración dentro de la empresa para alcanzar los objetivos propuestos y ser productiva potenciando las fases más importantes dentro de la administración.

- PLANIFICACION
- ORGANIZACIÓN
- DIRECCION
- CONTROL

Considerando elementos muy importante en la actualidad y esencial en las agencias de viajes, basándose en la calidad de servicios que el manual ofrecerá el control de las operaciones, al aplicar el manual va a reducir o incrementar nuevas actividades que lleven al mejoramiento de administración a la agencia de viajes Bestseller Travel Agency.

4.3.2. OBJETIVOS

- Promover mejoras a la agencia por medio de una manual administrativo
- Implementar el manual como herramienta de ayuda dentro del campo turístico
- Ayudar a la agencia Bestseller Travel Agency para alcanzar la calidad operacional y posicionarla en el mercado
- Aplicar mecanismos de administración para cada departamento
- Mantener la estabilidad en lo posible la agencia de viajes
- Aplicación de las estrategias establecidas que sirvan para el éxito de la agencia
- Evaluar los reportes de unidades administrativas
- Tomar decisiones a tiempo
- Colocar en puntos estratégicos a personal capacitado

4.3.3. FINALIDAD

El desarrollo de este manual administrativo tiene como finalidad la presentación de una herramienta o guía administrativa cuyo mecanismo está compuesto de mecanismo de ayuda para las personas que laboran dentro de la agencia de viajes con el fin mejorar la productividad y el proceso administrativo de la misma ha sido realizado con el fin de brindar:

- Conocimiento sobre los mecanismo de administrativos de una agencia de viajes
- Aplicación de normativas para el cumplimiento de actividades encomendadas al personal
- Evaluar los sistemas de control en áreas de actividad

4.3.4. IMPORTANCIA

El manual de administración desarrollado para la agencia de viajes Bestseller Travel Agency de la ciudad de Guayaquil, permite conocer los procedimientos y técnicas de carácter administrativos que pueden ser aplicados en la agencia de viajes desarrollado bajo un marco de la ley y reglamentos impuestos por el ministerio de turismo (MINTUR), y otras instituciones vinculadas al sector turístico, para beneficio y desarrollo de la agencia de viajes Bestseller Travel Agency de la ciudad de Guayaquil,

4.3.5. ALCANCE

Este manual es aplicado para la agencia de viajes, con un interés en común con las demás operadoras de servicio, el de perfeccionar la competitividad en los niveles medios de las agencias operadoras entregando un manual como herramienta de ayuda para el crecimiento económico y posicionamiento de la misma.

4.3.6. RESPONSABILIDAD

Una agencia de viajes siempre debe contar con unidades de administración para el mejor desenvolvimiento de la empresa en sus actividades.

Por la cual cada departamento debe ser dirigido por personas que tengan amplios conocimientos en administración y que se desenvuelva de la mejor manera, y apoye con ideas para alcanzar las metas y objetivos propuestos por la agencia.

Cada encargado de sus respectivas áreas de trabajo ayudara a controlar mejor las actividades a desarrollarse siempre y cuando cada supervisor cumpla con sus labores en el área respectiva.

4.3.7. NORMAS DE OPERACIÓN DEL MANUAL

En una agencia de viajes la administración es muy importante, se debe aplicar las correctas normas y políticas expresada en función de la ley para su correcta operación de las actividades.

4.4.DEFINICIONES

4.4.1. MANUAL ADMINISTRATIVO POR FUNCIONES:

Es un guía de información en la que se detallan de forma secuencial y cronológica, los ordenamientos que deben emplearse para la realización de las funciones de una empresa, entidad y organización.

El Manual de administración, se detalla los objetivos, las funciones, autoridad y responsabilidad de los distintos puestos de trabajo que componen la estructura de la agencia de viajes.

4.4.2. Funciones Básicas:

Es donde se deben implementar momentáneamente cada una de las funciones y responsabilidades básicas que describa de forma adecuada los límites y operaciones del cargo. Se debe tener en cuenta que en la descripción de las funciones básicas no se debe entrar en detalles, ya que esto se trata específicamente en el manual administrativo de procedimientos establecido para la agencia.

4.4.3. Identificación del cargo:

Se detalla de forma breve el nombre del cargo, el nivel del mismo, la dependencia a la que pertenece, el cargo d

Requisitos:

Para la descripción del cargo, se puntualiza cuál serían los requisitos del perfil para cada uno de los cargos. Se debe aclarar la descripción de la función a desempeñar el mismo que requiere una adecuada selección de personal.

En la actualidad es muy difícil encontrar un empleado que cumpla a cabalidad con el perfil establecido para el cargo, sus estudios, experiencias y conocimientos son necesarios y nos puede servir de base para seleccionar el aspirante más adecuado en el proceso de selección.

4.5.DESCRIPCION DE FUNCIONES DE LOS CARGOS

ACTIVIDADES A DESEMPEÑAR

FUNCIONES

La agencia podrá desempeñar una o más de las siguientes actividades:

1. Elaborar, organizar y llevar a cabo proyectos, planes e itinerarios turísticos.
2. Reservar espacios en los medios de transporte y expedir en delegación de los transportistas a favor de los turistas.
3. Reservar a los turistas habitaciones y demás servicios conexos, en hoteles y establecimientos de hospedaje, entregándoles el comprobante o cupón correspondiente.
4. Prestar a los turistas servicios de reservación y adquisición de boletos para espectáculos públicos y sitios de atracción turística.
5. Prestar a los turistas servicios para la facturación de sus equipajes.
6. Servir de intermediarios entre los demás prestadores de servicios turísticos y otras operadoras turísticas.
7. Proporcionar servicios de información turística gratuita y difundir el material de propaganda de esa índole.
8. Sugerir a los turistas que adquieran pólizas de seguros personales o contra daños a sus equipajes u otros bienes.
9. Vender por cuenta de terceros, ejemplares impresos de guías turísticas de transporte y demás publicaciones de la misma clase, que sean de distribución gratuita.
10. Facilitar el trámite de visas y créditos.
11. Realizar actividades similares de las mencionadas con anterioridad, en beneficio del turismo

4.6.DESCRIPCIÓN POR DEPARTAMENTOS

4.6.1. DEPARTAMENTO DE GERENCIA

CARGO: Gerente

Número De Cargos: Uno

Nivel: Directivo

Dependencia: Junta de Directiva

Generalidades del Cargo

Persona experta con aptitudes para administrar una organización, con experiencia en manejo de personal. Capacidad de ejercer labores de planeación, coordinación, y control en las actividades administrativas y financieras de la empresa. mejoramiento de procesos y reducción de costos. Excelentes relaciones interpersonales, liderazgo, facilidad en la toma de decisiones con un alto sentido de responsabilidad y compromiso con la agencia de viajes.

Funciones

El gerente es importante dentro de la empresa y del consejo administrativo es la persona que interviene como punto de encuentro entre los accionistas y los trabajadores, es el responsable del manejo principal de todas las operaciones realizadas dentro de la agencia el que establece mecanismo de mejoras para el éxito de la empresa.

- 1 Representar a la empresa ante los proveedores, usuarios, y ante toda clase de autoridad del orden administrativo y jurisdiccional.
- 2 Celebrar contratos y efectuar operaciones del giro normal de actividades de la empresa.

- 3 Rendir informes periódicos a la Junta Directiva acerca de la marcha general de la empresa, el funcionamiento de los servicios, la situación económica y financiera, celebración de contratos y operaciones, ejecución del plan y presupuesto anual.
- 4 Dirigir todas las actividades desarrolladas dentro de la empresa por cada departamento
- 5 Desarrollar estrategias para mejorarla calidad de servicio para la agencia
- 6 Responsabilizarse de que la contabilidad se lleve con claridad y los informes financieros se rindan en la forma y dentro de los términos establecidos por la ley.
- 7 Desarrollar proyectos relacionados con la administración, los servicios, planes, programas y presupuestos de la agencia y otros que solicite la Junta Directiva para su estudio y aprobación.
- 8 Manejar el personal en el cumplimiento de los horarios, de las funciones y de los procedimientos, velar por el pago oportuno de las obligaciones salariales de sus colaboradores.
- 9 Responder por los equipos y demás componentes de la infraestructura.
- 10 Manejar y mantener actualizado el registro de usuarios y su clasificación.
- 11 Establecer los costos reales del servicio y proponer la estructura de tarifas o gestionar la asistencia y asesoría necesarias.
- 12 Elaborar, ejecutar y controlar el presupuesto de Ingresos y Egresos de la entidad en conjunto con el asesor contable y financiero de la empresa.

13 Determinar los programas de operación y mantenimiento de la infraestructura.

14 Cumplir y hacer cumplir las normas tanto internas de la entidad, como las expedidas por entidades del Sector de Agua Potable y Saneamiento Básico.

15 Presentar los reportes e informes a las entidades de Regulación, Control y vigilancia y a sus superiores

Requisitos para el cargo:

Estudios: Profesional en Administración de Empresas o Ingenieros Comerciales.

Experiencia: Un año estableciendo cargos administrativos en el sector público o privado.

Tener Conocimientos:

- Legislación vigente aplicable a las agencias de viajes
- Sistemas informáticos.
- Administración empresarial.
- Metodologías de formulación y evaluación de proyectos
- Desarrollo y relaciones Humanas.
- Gestión de calidad.

4.6.2. DEPARTAMENTO CONTABLE

CARGO: Contador.

Numero de cargo: Uno

Nivel: Asistencial

Dependencia: Gerencia

Generalidades del Cargo

Examinar y verificar la información obtenida en los documentos contables ajustados a los proceso de contabilidad de los servicios prestados, verificando su cumplimiento, a fin de garantizar estados financieros confiables y oportunos.

Funciones

1. Asegurar y controlar el desarrollo de las actividades de caja presentando la información contable correspondiente.
2. supervisar y controlar el uso de los fondos para pagos en efectivo y llevar a cabo ciertos estándares para el control de fondos mensuales.
3. Controlar los giros a fin que no excedan los límites de las autorizaciones de giros aprobados.
4. Preparar la rendición documentada de la cuenta de encargos, llevando el Libro Auxiliar correspondiente.
5. Elaborar mensualmente los indicadores financieros para medir factores tales como la liquidez, eficiencia de recaudo, el cubrimiento de costos para detectar oportunamente los cambios en las variables que afectan el comportamiento operacional de la agencia.

6. Mantener permanente control sobre la información de las cuentas bancarias y de ahorros.
7. Actualizar la información financiera en las entidades bancarias cuando estas lo requieran.
8. Llevar el control del ingreso de recaudo, correspondiente a las facturas de los servicios vendidos.
9. Realizar, Manejar y ejecutar el presupuesto de la empresa.
10. Realizar las respectivas ejecuciones presupuestales de la empresa (ingresos y gastos).
11. Realizar los pagos correspondientes a los impuestos que debe pagar la empresa.
12. Realizar las nominas de pago de los empleados.
13. Realizar las respectivas liquidaciones a seguridad social
14. Elaborar los cheques y comprobantes de egreso, debidamente autorizados por el gerente para los respectivos pagos.
15. Realizar mensualmente los estados financieros de la empresa, con sus respectivos anexos.
16. Realizar las respectivas cuentas de pago, anexándole todos los soportes necesarios de su legalidad.

17. Realizar las conciliaciones bancarias, el manejo de las cuentas y las chequeras correspondientes.
18. Suministrar la información contable y financiera al gerente de la empresa e informarle las novedades o anomalías presentadas en los movimientos contables, para solucionar oportunamente dichas irregularidades si las hay.
19. Cumplir con el reglamento interno de trabajo y demás normas de la empresa, lo mismo que realizar otras funciones relacionadas con el cargo y asignadas por el jefe inmediato.

Requisitos

Estudios: profesional Contador Público Autorizado (CPA) o Ingeniero. Comercial.

Experiencia: Un (1) año mínimo laborando en la misma dependencia

Conocimientos:

- Legislación vigente aplicada a los estados financieros.
- Sistemas informáticos.
- Administración empresarial.
- Desarrollo y relaciones humanas.
- Gestión de la Calidad.

4.6.3. DEPARTAMENTO FINANCIERO

CARGO: Auxiliar Administrativo y Contable.

Denominación: Auxiliar Administrativo contable

Número De Cargos: 2

Nivel: Asistencial

Dependencia: Gerencia

Generalidades del Cargo

Se encarga de realizar las funciones administrativas y asistenciales contables correspondientes, al gerente y contador, colaborando así al óptimo funcionamiento de la empresa, tanto administrativa como financieramente.

Funciones

1. Colaborar para proporcionar y facilitar el trabajo de la gerencia.
2. Buscar y esquematizar información, dentro o fuera de la agencia de viajes, sobre los objetivos a ella encomendados.
3. Estar informado de las reuniones, decisiones tomadas en las mismas y hacer un seguimiento de su transcurso, con el fin de poder facilitar informaciones o redactar informes necesarios, cuando se los requiera.
4. Recibir, tramitar, distribuir y archivar los documentos y correspondencias.
5. Elaborar todos los informes, circulares y documentos en general que deba producir la Gerencia y las áreas de apoyo de la misma.
6. Recibir, atender, tramitar y apoyar la solución de las quejas y sugerencia

interpuesta por los usuarios de los servicios prestados por la empresa.

7. Efectuar el recaudo por el pago de los servicios.
8. Realizar los pagos pertinentes de la empresa.
9. Realizar tareas propiamente ejecutivas por delegación de su superior.
10. Manejar toda la información en referencia a la empresa y la prestación de los servicios.
11. Administrar el proceso de compra desarrollando una relación con proveedores confiables, en cuanto a calidad, precio, servicios.
12. Prestar apoyo a la jefatura en todas las actividades relacionadas con la ordenación y el reconocimiento de los gastos que efectúe la empresa con cargos al presupuesto.
13. Cumplir con el reglamento interno de trabajo y demás normas de la empresa.

Requisitos

Estudios: estudiantes de últimos años de nivel superior con conocimientos básicos en contabilidad.

Experiencia: Un año mínimo ejecutando labores de la misma dependencia

4.6.4. DEPARTAMENTO DE MARKETING

CARGO: Gerente de Marketing

DENOMINACION: Publicidad y marketing

Número De Cargos: 1

Nivel: publicidad

Dependencia: Gerencia.

Generalidades del Cargo

Ésta área de trabajo se encarga de la promoción de los productos que oferta la agencia de todo lo que se refiere en el marketing. Coordinar actividades propias del departamento, realizar estudios de mercado, impulsar el posicionamiento de la institución e implementar el sistema de información de mercado

FUNCIONES:

1. Investigación de mercado para determinar los productos que éste demanda.
2. Investigación de mercado para determinar el entorno en el que se mueve la competencia
3. Promoción del producto y relaciones pública
4. Elección de los medios de comunicación para propaganda
5. Elección de medios publicitarios que se necesitan para dar a conocer el producto que se vende al cliente en la agencia de viajes y turismo
6. Elaboración de campañas promocionales
7. Formación de los vendedores
8. Control de calidad del producto

REQUISITOS:

- Licenciatura Terminada en Mercadotecnia.
- Investigación de Mercados, Publicidad, relaciones Públicas y Ventas.
- Experiencia: en el área mínimo 2 años

4.6.5. DEPARTAMENTO DE VENTAS.

CARGO: Gerente de Ventas

Número De Cargos: 1

Nivel: administrativo

Dependencia: Gerencia.

El departamento de ventas es uno de los pilares de la agencia de viajes. Obviamente la existencia de ésta depende de la demanda de servicios por parte del público que viaja. En consecuencia, en esta empresa, dependiendo de su magnitud, existe un departamento de ventas perfectamente organizado, el cual es dirigido por un gerente de ventas, que reporta al gerente general y mantienen una comunicación constante. La responsabilidad que recae en el gerente de ventas es grande y sus actividades son múltiples, las cuales son:

- a) De carácter administrativo.
- b) Promoción de ventas.

FUNCIONES**Carácter administrativo**

1. Asigna cuota de ventas a cada vendedor.
2. Organiza un directorio a fin de enviarles información por correo relativa a los servicios que puede ofrecer la agencia.

3. Participa en juntas sistemáticas o extraordinarias con sus superiores o subordinados a fin de tratar cualquier asunto de interés para la empresa.
4. Reporta las ventas diarias de la gerencia general, por medio de una relación en la que aparecen éstas en forma individual de cada vendedor.
5. Realiza estadísticas de ventas por vendedor y por otro tipo de servicio.
6. Se provee de material para dotar a sus vendedores.
7. presenta su reporte de gastos y el de sus vendedores, adjuntando las notas correspondientes al gerente administrativo para su autorización.

CARÁCTER DE VENTA

Algunas actividades para promover las ventas son las siguientes:

1. Establece convenios y contratos con los diferentes prestadores de servicio, con objeto de obtener mejores porcentajes de comisión.
2. Implementa concursos de ventas y otorga premios a los vendedores.
3. Ordena la promoción de itinerarios a la agencia de publicidad.
4. Visita personalmente a los clientes potenciales y personal clave de las empresas a fin de promover la venta de sus servicios.
5. Busca nuevos mercados potenciales.
6. Participar en eventos como congresos, convenciones, proporcionando a los integrantes sus servicios.

7. Pugna por recuperar a los clientes que haya perdido.
8. Representa a la agencia de viajes dignamente ante cualquier situación, lugar y momento.

REQUISITOS

- Licenciado en hotelería y turismo, o afines
- Experiencia en el área mínimo 3 años en agencia de viajes u operadora con conocimiento en venta corporativas proactiva facilidad de palabra excelente presentación

4.6.6. DEPARTAMENTO DE CONSERJE

CARGO: conserje

DENOMINACION: limpieza

Número De Cargos: 1

Nivel: aseo

Dependencia: operativo

Generalidades del Cargo

Generalmente el personal de limpieza trabaja en todo lo referente a la empresa, parques y en zonas con alta afluencia de público, cuya función es la de realizar el proceso de barrido y limpieza de éstas, de acuerdo con las normas de seguridad y usando los equipos de protección asignados para tal fin. Recoge y deposita los residuos del barrido en los recipientes asignados y su trabajo lo realiza siguiendo los protocolos que la entidad prestadora del servicio.

Funciones:

1. Efectuar el barrido de la empresa y limpieza de áreas públicas de acuerdo a la programación establecida.
2. Cumplir con la recolección de residuos que le hayan sido asignadas.
3. Hacer la recolección de los desechos que se encuentran en los espacios de atención al cliente de acuerdo con los horarios y lugares asignados.
4. Responder por el adecuado uso y conservación de los materiales, herramientas y demás elementos suministrados para sus labores.
5. Solicitar con la debida anticipación los elementos que requiera para cumplir con las labores asignadas.
6. Informar al usuario en el caso de presentarse interrupción del servicio por cualquier causa.
7. Vincularse a los programas de divulgación y promoción del entorno al aseo a zonas verdes que posee la empresa.
8. Cumplir con el reglamento interno de trabajo y demás normas de la empresa, lo mismo que realizar otras funciones relacionadas con el cargo y asignadas por el jefe inmediato.

Requisitos

Estudios: título de Bachiller en cualquiera modalidad

Experiencia: Dos (2) años mínimo ejecutando labores de la índole.

4.7.DEPARTAMENTO GENERALES QUE SE PRETENDE EXTENDER A LARGO PLAZO DENTRO DE LA AGENCIA DE VIAJES

Estimando una administración eficaz dentro de la agencia se pretende ampliar departamentos administrativo a largo plazo, donde la empresa efectuara el diseño de la misma implementando objetivos y estrategias funcionales para cada una de ellas.

4.7.1. Departamento de Programación.

Dentro de este departamento generalmente se encargara de desarrollar nuevas alternativas para el turismo innovando siempre y cuando en beneficio para la agencia diseñando y programando paquetes turísticos de acuerdo a la exigencia de los usuarios, en lo que se convierte en un medio de ingresos para la agencia de viajes.

Entre los objetivos desarrollados podemos destacar:

1. Elaboración de nuevos programas
2. Satisfacer las necesidades de los turistas potenciales
3. Determinar precios competitivos
4. Analizar y evaluar las nuevas posibilidades de turismo

Estrategias para el departamento de programación:

El departamento de programación necesita tener conocimiento de las nuevas tendencias del turismo en general de esta forma la agencia podrá trabajar sobre las inquietudes del turista desarrollando nuevas alternativas para cubrir necesidades insatisfechas.

- Efectuar funciones con relación al departamento der marketing
- Desarrollo y planificación de paquetes turísticos a venderse en la agencia
- Determinar precios en paquetes específicos para la venta dentro de la agenci

4.7.2. DEPARTAMENTO DE COMERCIALIZACION

Este departamento tiene una función muy importante dentro de la empresa porque desde aquí salen a la venta los diferentes paquetes turísticos que enmarcan al mercado atrayendo nuevos clientes. Trabaja en conjunto con el departamento de ventas en la agencia y visitas a los clientes que registra la base de datos de la empresa.

Objetivos desarrollados para este departamento:

1. Desarrollo de programas que impulse la venta
2. Generar las ventas de servicios
3. Generar nuevas alternativas de turismo que sean factibles
4. Estar en constante coordinación con el departamento de programación

Las estrategias recomendadas.

Los mecanismos a utilizar dentro de este departamento son las técnicas de ventas, atención al cliente, calidad del servicio prestado, trabajar bajo las leyes de las normas ISO y el ministerio de turismo y demás estatutos regidos para el buen funcionamiento de la agencia.

- Desarrollar programas y políticas de ventas en conjunto con el gerente general
- Ser aprobados por el gerente general los planes de ventas hechos por el departamento de programación
- Planificar, dirigir, controlar paquetes dirigidos a la venta

4.7.3. DEPARTAMENTO DE OPERACIÓN

En este departamento al igual que el resto es muy importante para el buen funcionamiento de la agencia y el éxito de la misma.

La operación es la base fundamental para el éxito o el fracaso del tour o programas turísticos, toda operación debe realizarse de acuerdo al tiempo y el lugar la misma que representa gran responsabilidad en la organización de los recursos y el aprovechamiento al máximo de los mismos.

Objetivos desarrollados para el departamento:

1. Ejecutar los programas turísticos
2. Planificar los horarios de ejecución
3. Organizar los recursos necesarios
4. Coordinar los servicios de programas turísticos

Estrategias a ejecutarse:

Este departamento debe trabajar con gran responsabilidad ya que es un área que siempre está a la mira de la evaluación del usuario, dar el mejor trato a los clientes por aquello la capacitación al personal de operación es indispensable al igual que las herramientas y los equipos necesarios deben estar en perfecto estado, siempre debemos trabajar bajo las norma ISO 9000 de esta forma se lograra la satisfacción del cliente y cumplir con los objetivos de la agencia.

- Planificación y coordinación de los servicios de guías excursiones y demás actividades que se desarrollen dentro de la agencia.
- Planificar, programar y operar los servicios de transportes
- Supervisar las actividades del personal involucrado (guías, choferes, recepcionistas etc.)
- Mantenimiento y actualización de los registros de los equipos a utilizar.

4.8.DEPARTAMENTO DE APOYO A LA ADMINISTRACION DE GERENCIA

Tal cual su palabra lo indica la administración de apoyo directo a la gerencia se enfocara directamente a auxiliares de los departamentos:

Objetivos trazados dentro del manual:

1. Controlar el sistema económico y financiero de la agencia
2. Dar mantenimiento al sistema de contabilidad y presupuesto
3. Coordinar con los demás departamentos
4. Proponer ideas a la gerencia general
5. Presentar resultados financieros

Estrategias para el mejor funcionamiento de este departamento.

Este departamento se guiara directamente con los procesos de gerencia general de la empresa, para la supervisión general de la agencia de viajes, también se encargara del buen funcionamiento de lo financiero y económico basado en los principios de contabilidad y auditoría debidamente aceptados.

- Dirigir el desarrollo de las operaciones del sistema contable incluyendo todas las normas de contabilidad y control presupuestario, además de recomendar ideas a la gerencia para los avances de la agencia de viajes.
- Administrar el buen funcionamiento del sistema estadístico para la presentación de informes contables requeridos por la ley y esenciales para la administración de la agencia de viajes
- Revisar que se cumpla a diario los libros y registros exigidos por la ley y que los informes financieros estén debidamente respaldados por estos registros.

- Desarrolla, recomienda y supervisa la ejecución de planes y programas a corto y largo plazo en programas financieros

4.9.DENTRO DEL DEPARTAMENTO DE OPERACIÓN TENEMOS:

4.9.1. Instructores.-

Son las personas encargadas de capacitar al personal de diversas áreas por lo general suelen estar a cargo los mismos supervisores de cada departamento.

4.9.2. Auxiliar de marketing.-

Personas con amplios conocimientos en estrategias de marketing que ayuda a promocionar los servicios y paquetes que ofrece la agencia de viajes.

4.9.3. Programadores de tours

Este personal estará entrelazados con el departamento de marketing y ventas que son el eje principal de la agencia y encargados directos de diseñar y programar los viajes y paquetes turísticos, basados en el departamento de marketing.

4.9.4. Personal de ventas y reservas

La agencia se refleja por medio de estas personas en la calidad de atención del cliente donde el personal encargado debe tener buenos conocimientos de los servicios que ofrece la agencia y sobre todo tener facilidad de comunicación con los usuarios, los mismo que serán vendedores externos de la agencia de viajes quienes se encargaran de las visitas a corporativos y personal cliente de la empresa.

4.9.5. Coordinadores de tours

El personal que se afianza en los programadores y saber que ofrece la agencia además tener conocimientos de relaciones comerciales entre los proveedores de los servicios turísticos ya que de ellos depende mucho el buen funcionamiento de la alianza entre operadores y el servicio prestado

4.9.6. Personal de logística.-

La logística es fundamental dentro de la agencia de viajes en el momento de elaborar los paquetes turísticos. El responsable de logística debe estar preparado para adecuar los equipos necesarios para el servicio prestado (vehículos, alimentación, equipos a utilizar, hospedaje etc.)

4.9.7. Personal de sistemas

Es indispensable en la actualidad en cualquier empresa para buen funcionamiento del sistema de computación y actualizaciones de programa que maneje la agencia, (cobros, reservaciones, programas de contabilidad.)

4.9.8. Mensajero.-

Es el enlace de comunicación entre las operadoras y prestadores de servicio y la agencia de viaje, e incluso a los usuarios.

Por lo general es la persona que está al tanto de los movimientos de la agencia quien siempre está disponible para ejecutar acciones sobre las actividades que realiza la agencia diariamente.

ESTADOS FINANCIEROS
COSTO DE INVERSION

COSTOS DE INVERSION DEL MANUAL DE FUNCIONES

ACTIVIDADES	LUGAR	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO
DISEÑO DEL ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 5,00
DETERMINAR LAS FUNCIONES Y ESTRATEGIAS DEPARTAMENTALES	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 5,00
SOCIALIZACION DEL MANUAL DE FUNCIONES	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 8,00
CAPACITACION A LOS EMPLEADOS RESPECTO AL MANUAL DE FUNCIONES	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 1.000,00
MONITOREO DE LA APLICACIÓN DEL MANUAL DE FUNCIONES	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 300,00
INFORME DE LA APLICACIÓN DEL MANUAL DE FUNCIONES POR PARTE DE LOS EMPLEADOS	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 8,00
TOTAL				\$ 1.326,00

ESTADO DE SITUACION INICIAL

BESTSELLER ESTADO DE SITUACION INICIAL AL 1 DE ENERO DEL 2013

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTES

	\$	3.050
CAJA	1000	
BANCOS	2000	
SUMINISTRO OFICINA	50	

PROPIEDAD DE PLANTA Y EQUIPO

	\$	1.200
MUEBLES Y ENSERES	500	
EQUIPOS DE COMPUTO	700	

OTROS ACTIVOS

	\$	200,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	200	

TOTAL DE ACTIVOS

\$ 4.450,00

PASIVOS

\$ -

PATRIMONIO

CAPITAL \$ 4.450,00

TOTAL DE

PATRIMONIO

\$ 4.450,00

TOTAL DE

PASIVOS Y

PATRIMONIO

\$ 4.450,00

f) Gerente

f) Contador

ESTADO DE RESULTADOS

BESTSELLER

ESTADO DE RESULTADOS

AL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

INGRESOS OPERACIONALES

VENTAS NETAS \$ 259.680,00

UTILIDAD BRUTA EN VENTAS \$ 259.680,00

(-) GASTOS OPERACIONALES

SUELDO CONTADOR \$ 6.168,00

SUELDO ADMINISTRADOR \$ 8.118,00

SUELDO GERENTE \$ 4.452,00

SUELDO VENDEDORES \$ 22.260,00

SUELDO MENSAJERO \$ 4.452,00

SUELDO AUXILIAR LIMPIEZA \$ 4.452,00

COMISION A VENDEDORES \$ 64.920,00

SERVICIOS BÁSICOS \$ 1.320,00

GASTOS GENERALES \$ 720,00

AMORTIZACIONES GASTOS CONST. \$ 40,00

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES \$ 45,00

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPT. \$ 148,50

GASTO DE TRANSPORTE \$ 4.200,00

GASTO DE ARRIENDO \$ 2.400,00

GASTO PUBLICIDAD \$ 120,00

CONSUMO DE SUMINISTROS OFICINA \$ 360,00

GASTO APORTE PATRONAL EMPLEADO \$ 5.721,00

TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES \$ 129.896,50

UTILIDAD OPERACIONAL \$ 129.783,50

UTILIDAD DEL EJERCICIO \$ 129.783,50

PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES (15%) \$ 19.467,53

IMPUESTO A LA RENTA (22%) \$ 28.552,37

UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO \$ **81.763,61**

f) Gerente

f) Contador

CONCLUSIONES

Se han determinado diferentes observaciones que hacen posible la viabilidad del proyecto de investigación, el mismo que tiene como finalidad el desarrollo de un manual administrativo que sirva de ayuda para el mejor manejo de la agencia de viajes Bestseller Travel Agency en la ciudad de Guayaquil.

Después de realizar los estudios pertinentes se pudo concluir que el presente trabajo de investigación aportara al crecimiento de la demanda por parte de los turistas, además de promover el turismo en el país y la Provincia del Guayas a través de las mejoras realizadas y sugeridas por medio de un manual administrativo, ya que con ello se irá renovando el nivel de vida de sus habitantes, y instaurando nuevas fuentes de trabajo.

Con lo antes expuesto se espera competir en un desarrollo de turismo receptivo-emisor en la Provincia del Guayas con efectividad, ofreciendo al turista un estándar de calidad y calidez en la satisfacción de sus necesidades ya sean en bienes y servicios del lugar. Podemos recalcar que el turismo es considerado un factor generador de desarrollo, en su evolución donde se ha originado también otras alternativas como: el agroturismo, turismo de aventura, turismo cultural, etnoturismo, turismo ecológico, turismo rural. Estas alternativas confieren la oportunidad a las comunidades rurales de mejorar la actividad económica tradicional con estos tipos de turismo, con el fin de impulsar el desarrollo local rural y mejorar la calidad de vida de sus habitantes.

Con este proyecto se estima lograr el desarrollo organizacional y turístico de la Provincia del Guayas, al brindarles a sus colaboradores un manual de ayuda para optimizar su rendimiento laboral brindando al turista y sus habitantes mejoras en sus estadías y alojamiento en ciertos lugares sano de esparcimiento a un precio accesible. La investigación que se realizó, y las diferentes visita que se hizo a las agencias de viajes constituidas legalmente en la ciudad de Guayaquil podemos decir

que cada una de estas organizaciones brindan un asesoramiento diferente a los usuarios con una gama de servicios que suelen buscar los turistas extranjeros. Por lo general los clientes suelen buscar paquetes turísticos que brinden diferentes servicios en un mismo sitio.

RECOMENDACIONES

- Ampliar habilidades y destrezas tanto de los trabajadores como de los usuarios de la organización, y de esta forma lograr los objetivos con la participación constante de todas las áreas.
- Conservación del medioambiente, en los encadenamientos de sano esparcimientos ofrecidos por las agencias de viajes.
- La agencia debe tratar de desarrollar programas y técnicas actualizadas para impulsar los servicios que ofrece.
- Mejorar las vías de accesos para facilitar la transportación del turista a áreas rurales
- La administración se realiza en todas las actividades o áreas de la organización, por lo que el uso del manual debe ser aplicado para el desarrollo positivo de la empresa.
- Todas las agencias en si tienen estructuras diferentes por lo que cada una de ellas debe ejecutar planes de procedimientos en función de su organización.
- Los estándares de calidad de la agencia deben cubrir los aspectos de la misma tomándolos como guías de la calidad ISO

BIBLIOGRAFIA:

Alarcón Gonzales, J. A. (1999). Reingeniería de procesos empresariales: teoría y práctica. Madrid: FC Editorial.

Amaya, J. Gerencia: Planificación & Estrategia. Bucaramanga: Universidad Santo Tomas.

Carrillo de Albornoz y Serra, J. M. (2005). Manual de auto diagnóstico estratégico. Madrid: ESIC Editorial.

Chiavenato. (1999). Introducción a la Teoría General de la Administración. En Chiavenato, Introducción a la Teoría General de la Administración (pág. 467). México: Mac Graw-Hill.

Fernández, M. (2003). El Control, fundamento de la gestión por procesos. Madrid: ESIC Editores.

García, B. M. (2006). Gerencia de procesos. En B. M. García, Gerencia de procesos para la organización y el control interno de empresas (pág. 224). Bogotá: ECOE EDICIONES.

Harrington, J. (1993). Mejoramiento de los procesos de la empresa. En J. Harrington.

Ballesteros, E., & Cantero, P. (2011). Entre Darwin, la baronesa El desarrollo del turismo de base local en Floreana (Galápagos). PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural, Turismo y patrimonio, entramados narrativos, 5, 63–77.

Ministerio de Turismo del Ecuador. (2000). Plan Nacional de Competitividad Turística del Ecuador. <http://scr.bi/PHkJ2M>

<http://ecuador.patobot.com/?m=periodico-expreso-guayaquil-ecuador&s=1&id=165>

Bibliografías internet:

www.buenastareas.com

www.wikipedia.com

www.rincondelvago.com

www.monografias.com

www.mintur.com

www.Larevistaturistica.com

www.cámaradecomercio.com

www.ecuadoramalavida.com

<http://www.aprender21.com>

www.turismonacionalecuador.com

ANEXOS

PREGUNTAS DE LA ENCUESTA

1.- ¿Números de encuestados por genero?

Masculino

Femenino

2.- ¿Qué considera mas importante al momento de seleccionar una agencia de viajes?

Seguridad

Costos

Servicios

3.- ¿Con que frecuencia usted realiza sus viajes?

Semanal

Mensual

Semestral

Anual

4.- ¿Cuál seria la forma de pago que usted preferiría?

Efectivo

Cheque

Tarjeta de Crédito

5.- ¿El horario conveniente para viajar según su criterio?

Mañana

Tarde

Noche

6.- Cree usted que un viaje es motivo de distracción?

Si

No

7.- ¿El motivo de su visita a una agencia de viaje es?

Cotización

Compra de boletos aéreos

Paquetes turísticos

8.- ¿Qué tipo de turismo realiza usted?

Aventura

Ecoturismo

Turismo playa

Otros

9.- ¿Cuándo viaja lo hace?

Solo

En pareja

En familia

En grupo

10.- ¿Ha contratado los servicios de una operadora turística?

Si

No

ESTADOS FINANCIEROS

ESTADO DE SITUACION INICIAL

BESTSELLER
ESTADO DE SITUACION INICIAL
AL 1 DE ENERO DEL 2013

<u>ACTIVOS</u>		
<u>ACTIVOS CORRIENTES</u>		\$ 3.050
CAJA	1000	
BANCOS	2000	
SUMINISTRO OFICINA	50	
<u>PROPIEDAD DE PLANTA Y EQUIPO</u>		\$ 1.200
MUEBLES Y ENSERES	500	
EQUIPOS DE COMPUTO	700	
<u>OTROS ACTIVOS</u>		\$ 200,00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	200	
<u>TOTAL DE ACTIVOS</u>		\$ <u>4.450,00</u>
<u>PASIVOS</u>		\$ -
<u>PATRIMONIO</u>		
CAPITAL	\$ 4.450,00	
TOTAL DE PATRIMONIO		\$ <u>4.450,00</u>
<u>TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO</u>		\$ <u>4.450,00</u>
<hr/>		<hr/>
f) Gerente		f) Contador

ESTADO DE RESULTADOS

BESTSELLER

ESTADO DE RESULTADOS

AL 01 DE ENERO AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

INGRESOS OPERACIONALES

VENTAS NETAS \$ 259.680,00

UTILIDAD BRUTA EN VENTAS \$ 259.680,00

(-) GASTOS OPERACIONALES

SUELDO CONTADOR \$ 6.168,00

SUELDO ADMINISTRADOR \$ 8.118,00

SUELDO GERENTE \$ 4.452,00

SUELDO VENDEDORES \$ 22.260,00

SUELDO MENSAJERO \$ 4.452,00

SUELDO AUXILIAR LIMPIEZA \$ 4.452,00

COMISION A VENDEDORES \$ 64.920,00

SERVICIOS BÁSICOS \$ 1.320,00

GASTOS GENERALES \$ 720,00

AMORTIZACIONES GASTOS CONST. \$ 40,00

DEPRECIACIÓN MUEBLES Y ENSERES \$ 45,00

DEPRECIACIÓN EQUIPOS DE COMPT. \$ 148,50

GASTO DE TRANSPORTE \$ 4.200,00

GASTO DE ARRIENDO \$ 2.400,00

GASTO PUBLICIDAD \$ 120,00

CONSUMO DE SUMINISTROS OFICINA \$ 360,00

GASTO APORTE PATRONAL EMPLEADO \$ 5.721,00

TOTAL DE GASTOS OPERACIONALES \$ 129.896,50

UTILIDAD OPERACIONAL \$ 129.783,50

UTILIDAD DEL EJERCICIO \$ 129.783,50

PARTICIPACIÓN DE TRABAJADORES (15%) \$ 19.467,53

IMPUESTO A LA RENTA (22%) \$ 28.552,37

UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO \$ 81.763,61

f) Gerente

f) Contador

ESTADO DE PERDIDAS Y GANANCIAS

Cargo	Nombre	Sueldo Mensual	Enero a Diciembre	Décimo cuarto	Décimo tercero	Total anual
CONTADORA	ANA SIERRA	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 318,00	\$ 450,00	\$ 6.168,00
ADMINISTRADOR	JULIO VEGA	\$ 600,00	\$ 7.200,00	\$ 318,00	\$ 600,00	\$ 8.118,00
GERENTE	JEANINE ROMELEROUX	\$ 1.000,00	\$ 12.000,00	\$ 318,00	\$ 1.000,00	\$ 13.318,00
VENDEDOR	PATRICIO AGUILAR	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 4.452,00
VENDEDOR	ANGELICA TOBAR	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 4.452,00
VENDEDOR	ANA MARIA HIERRO	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 4.452,00
VENDEDOR	KAREN ANTEPARA	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 4.452,00
VENDEDOR	JANETH BUENO	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 4.452,00
MENSAJERO	JENNIFFER DIAZ	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 4.452,00
AUXILIAR DE LIMPIEZA	DARWIN MOSQUERA	\$ 318,00	\$ 3.816,00	\$ 318,00	\$ 318,00	\$ 4.452,00
TOTAL						\$ 58.768,00

COMISIONES MENSUALES	COMISIONES ANUALES	APORTE PATRONALES 11,15%	IESS 9,35%
		\$ 51.312,00	\$ 504,90
			\$ 673,20
		\$ 5.721	\$ 1.122,00
\$ 1.082,00	\$ 12.984,00		\$ 356,80
\$ 1.082,00	\$ 12.984,00		\$ 356,80
\$ 1.082,00	\$ 12.984,00		\$ 356,80
\$ 1.082,00	\$ 12.984,00		\$ 356,80
\$ 1.082,00	\$ 12.984,00		\$ 356,80
			\$ 356,80
			\$ 356,80
\$ 5.410,00	\$ 64.920,00		\$ 4.797,67

FLUJO DE EFECTIVO

DETALLE	EN	FEB	MZO	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	ENE (2014)
CAJA	\$ 1.000	\$ 6.449,17	\$ 11.898,33	\$ 14.167,50	\$ 19.616,67	\$ 25.065,84	\$ 30.515,00	\$ 35.964,17	\$ 41.413,34	\$ 46.862,50	\$ 52.311,67	\$ 57.760,84	\$ 58.934,00
INGRESOS OPERACIONALES	\$ 5.449,17	\$ 5.449,17	\$ 2.269,17	\$ 5.449,17	\$ 5.449,17	\$ 5.449,17	\$ 5.449,17	\$ 5.449,17	\$ 5.449,17	\$ 5.449,17	\$ 5.449,17	\$ 1.173,17	
VENTAS	\$ 21.640	\$ 21.640	\$ 21.640	\$ 21.640	\$ 21.640	\$ 21.640	\$ 21.640	\$ 21.640	\$ 21.640	\$ 21.640	\$ 21.640	\$ 21.640	
GASTOS OPERAC.	\$ 16.190,83	\$ 16.190,83	\$ 19.370,83	\$ 16.190,83	\$ 16.190,83	\$ 16.190,83	\$ 16.190,83	\$ 16.190,83	\$ 16.190,83	\$ 16.190,83	\$ 16.190,83	\$ 20.466,83	
SUELDO CONTADOR	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	\$ 450	
SUELDO ADMINISTRADOR	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	\$ 600	
SUELDO GERENTE	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	\$ 1.000	
SUELDOS A VENDEDOR	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	\$ 1.590	
SUELDO PERSONAL SERVICIO	\$ 636	\$ 636	\$ 636	\$ 636	\$ 636	\$ 636	\$ 636	\$ 636	\$ 636	\$ 636	\$ 636	\$ 636	
DÉCIMO CUARTO			\$ 3.180										
DÉCIMO TERCERO												\$ 4.276,00	
COMISIONES VENDEDORES	\$ 5.410	\$ 5.410	\$ 5.410	\$ 5.410	\$ 5.410	\$ 5.410	\$ 5.410	\$ 5.410	\$ 5.410	\$ 5.410	\$ 5.410	\$ 5.410	
DEPRECIACIONES	\$ 20,5	\$ 20,5	\$ 20,5	\$ 20,5	\$ 20,5	\$ 20,5	\$ 20,5	\$ 20,5	\$ 20,5	\$ 20,5	\$ 20,5	\$ 20,5	
AMORTIZACIONES	\$ 3,333	\$ 3,333	\$ 3,333	\$ 3,333	\$ 3,333	\$ 3,333	\$ 3,333	\$ 3,333	\$ 3,333	\$ 3,333	\$ 3,333	\$ 3,333	
ARRIENDO	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	\$ 200	
SERVICIOS BÁSICOS	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	\$ 110	
PUBLICIDAD	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	\$ 10	
APORTE PATRONAL	\$ 5.721	\$ 5.721	\$ 5.721	\$ 5.721	\$ 5.721	\$ 5.721	\$ 5.721	\$ 5.721	\$ 5.721	\$ 5.721	\$ 5.721	\$ 5.721	
SERV TELEFÓNICO INTERNET	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	\$ 60	
SERVICIO TRANSPORTE	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	\$ 350	
SUMINISTRO DE OFICINA	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	\$ 30	
SALDO FINAL DE CAJA	\$ 6.449,17	\$ 11.898,33	\$ 14.167,50	\$ 19.616,67	\$ 25.065,84	\$ 30.515,00	\$ 35.964,17	\$ 41.413,34	\$ 46.862,50	\$ 52.311,67	\$ 57.760,84	\$ 58.934,00	

BALANCE GENERAL

BESTSELLER BALANCE GENERAL AL 31 DE DICIEMBRE DEL 2013

ACTIVOS

ACTIVOS CORRIENTES

CAJA	58.934,00		
BANCO	80.000,00		
SUMINISTRO OFICINA	\$ 50,00		
ANTICIPO RETENCIÓN EN LA FUENTE	\$ 5.193,60		

PROPIEDAD DE PLANTA Y EQUIPO

MUEBLES Y ENSERES	\$ 500,00		
(-) DEPRECIACIÓN ACUM. M Y ENSERES	\$ 45,00	\$ 455,00	
EQUIPOS DE COMPUTO	\$ 700,00		
(-) DEPRECIACIÓN ACUM. E. COMPT.	\$ 148,50	\$ 551,50	

OTROS ACTIVOS

GASTOS DE CONSTITUCIÓN	\$ 200,00		
(-) AMORTIZACIÓN GASTO CONST.	\$ 40,00	\$ 160,00	

TOTAL DE ACTIVOS

\$ 145.344,10

PASIVOS

IESS POR PAGAR	\$ 4.797,67		
IVA POR PAGAR	\$ 446,40		
RETENCIÓN FUENTE POR PAGAR	\$ 37,20		
PARTICIPACIÓN TRABAJADORES PAGAR	\$ 19.467,53		
IMPUESTO A LA RENTA POR PAGAR	\$ 28.552,37		
PROVISIONES PATRONALES POR PAGAR	\$ 5.721,00		

PATRIMONIO

CAPITAL	\$ 4.558,32		
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 81.763,61		
TOTAL DE PATRIMONIO			\$ <u>86.321,93</u>

TOTAL DE PASIVOS Y PATRIMONIO

\$ 145.344,10

f) Gerente

f) Contador

VAN= -4450 \$5.213,02 \$4.987,10 \$1.986,75 \$4.564,22 \$4.366,42 \$4.177,19 \$3.996,17 \$3.822,98 \$3.657,31 \$3.498,81 \$3.347,18 \$689,40

VAN= \$39.856,55

TIR

TIR

Inv. Inic.	-4450
1	\$ 1.000
2	\$ 6.449
3	\$ 11.898
4	\$ 14.168
5	\$ 19.617
6	\$ 25.066
7	\$ 30.515
8	\$ 35.964
9	\$ 41.413
10	\$ 46.863
11	\$ 52.312
12	\$ 57.761
TIR	119%

COSTO DE INVERSION

COSTOS DE INVERSION DEL MANUAL DE FUNCIONES

ACTIVIDADES	LUGAR	RESPONSABLE	RECURSOS	COSTO
DISEÑO DEL ORGANIGRAMA ESTRUCTURAL Y FUNCIONAL	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 5,00
DETERMINAR LAS FUNCIONES Y ESTRATEGIAS DEPARTAMENTALES	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 5,00
SOCIALIZACION DEL MANUAL DE FUNCIONES	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 8,00
CAPACITACION A LOS EMPLEADOS RESPECTO AL MANUAL DE FUNCIONES	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 1.000,00
MONITOREO DE LA APLICACIÓN DEL MANUAL DE FUNCIONES	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 300,00
INFORME DE LA APLICACIÓN DEL MANUAL DE FUNCIONES POR PARTE DE LOS EMPLEADOS	OFICINAS DE LA EMPRESA	LEODAN MACIAS- DORA SABANDO	COMPUTADORA SUMINISTROS DE OFICINAS TRANSPORTE	\$ 8,00
TOTAL				\$ 1.326,00

DIFERENES SITIOS TURISTICOS A NIVEL NACIONAL QUE OFRECE EL PAIS







Ecuador





















