**CAPITULO III**

**3.1 TIPO DE INVESTIGACIÓN**

El presente proyecto se fundamenta en una metodología de investigación descriptiva. A través de esta metodología, nuestro objetivo es identificar y detallar minuciosamente las características más relevantes que se observen en la recopilación de datos. Esta recopilación se llevará a cabo mediante entrevistas, encuestas y observaciones. El enfoque descriptivo nos permitirá comprender en profundidad la dinámica y los procesos que subyacen en el funcionamiento de las agencias de turismo, identificando de manera precisa los aspectos clave que requerirán nuestra atención para la implementación exitosa del sistema de información.

**3.2 DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN**

En el marco de nuestro proyecto para la agencia de turismo "JIWAKI", hemos decidido adoptar una metodología de investigación mixta que combina enfoques cuantitativos y cualitativos. Este enfoque mixto es la elección idónea debido a la complejidad y la diversidad de aspectos que caracterizan el funcionamiento de nuestra agencia.

La parte cuantitativa de nuestra investigación se basará en la recopilación de datos numéricos a través de encuestas, lo que nos permitirá obtener información cuantitativa precisa sobre varios aspectos de nuestras operaciones, como la satisfacción de nuestros clientes y la eficacia de nuestros procedimientos.

La componente cualitativa se centrará en el análisis subjetivo y se llevará a cabo a través de entrevistas en profundidad con expertos que tienen un profundo conocimiento en el ámbito de las agencias de turismo. Estas entrevistas nos brindarán perspectivas cualitativas valiosas que complementarán y enriquecerán nuestra comprensión de los desafíos y oportunidades que enfrentamos en "JIWAKI".

La combinación de estos métodos cuantitativos y cualitativos nos permitirá obtener una visión integral y equilibrada de nuestra realidad operativa en "JIWAKI". Esto, a su vez, facilitará la toma de decisiones informadas y la implementación efectiva de soluciones en nuestro proyecto.

**3.3 SELECCIÓN DE LA POBLACIÓN**

**3.3.1 UNIVERSO**

El universo de estudio en nuestro proyecto se refiere a la población o conjunto de unidades que son objeto de investigación y que podrían ser observadas individualmente en el estudio. Basándonos en la formulación del problema, hemos identificado a los principales involucrados en nuestro proyecto, que son los miembros del equipo de administración de la agencia de turismo "JWAKI". La principal fuente de información para nuestro estudio proviene del área de Administración.

El universo considerado para este proyecto de grado incluye al personal de administración, que abarca al gerente (dueño), dos subadministradores para los turnos de la mañana y la tarde, tres guías turísticos y dos conductores de vehículos. Además, hemos tenido en cuenta a los clientes registrados en nuestra base de datos. Es importante destacar que el tamaño del universo de clientes es variable y puede considerarse como indeterminado debido al flujo constante de clientes que experimenta la agencia de turismo " JWAKI ". Por lo tanto, se trata de un conjunto en constante cambio y crecimiento.

**3.3.2 MUESTRA**

En el marco de nuestro proyecto en la agencia de turismo "JIWAKY", el muestreo se refiere al proceso de seleccionar una muestra representativa del universo de estudio. Dado que el universo de estudio incluye al personal de administración, los guías turísticos, los conductores de vehículos y los clientes registrados, es fundamental seleccionar una muestra que refleje con precisión la diversidad y las características de estos grupos.

Para llevar a cabo el muestreo, utilizaremos un enfoque estratificado. Esto implica dividir el universo en grupos o estratos, como el personal de administración, los guías turísticos, los conductores y los clientes. Luego, seleccionaremos una muestra de cada estrato de manera que cada grupo esté representado en proporción a su tamaño en el universo. Esto garantizará que obtengamos una muestra equitativa y representativa.

En el caso de los clientes registrados, dado que el tamaño de este grupo es variable y puede ser considerado como indeterminado debido al flujo constante de clientes, utilizaremos un enfoque de muestreo por conveniencia. Seleccionaremos clientes aleatoriamente en momentos específicos para capturar una variedad de opiniones y experiencias.

El proceso de muestreo es esencial para garantizar que los resultados de nuestro estudio sean aplicables y representativos de la población en "JIWAKY". Una vez que se haya recopilado la muestra, procederemos con la recopilación de datos a través de encuestas, entrevistas y observaciones, lo que nos permitirá obtener información valiosa para el proyecto.

**3.4 INSTRUMENTOS DE RECOLECCIÓN DE DATOS**

En el proceso de investigación para nuestro proyecto en la agencia de turismo "JIWAKY", utilizaremos una variedad de instrumentos de recolección de datos para obtener información relevante y valiosa sobre el funcionamiento y los desafíos que enfrentamos. Los instrumentos de recolección de datos desempeñan un papel crucial en la obtención de información precisa y enriquecedora para nuestro estudio.

**3.4.1 ENTREVISTA**

La entrevista se presenta como un instrumento fundamental en nuestro proceso de investigación. Nos permitirá mantener un diálogo interactivo con los miembros del equipo de administración, guías turísticos, conductores de vehículos y expertos en el campo del turismo. A través de entrevistas en profundidad, podremos explorar las perspectivas subjetivas de los involucrados, comprender sus experiencias, identificar desafíos específicos y recopilar información cualitativa valiosa que complementará nuestros datos cuantitativos.

**3.4.2 OBSERVACIÓN**

La observación directa también desempeñará un papel importante en nuestro proyecto. Al observar los procedimientos y procesos en " JIWAKY", podremos documentar de manera objetiva cómo se llevan a cabo las operaciones diarias. Esto nos permitirá identificar posibles áreas de mejora, comprender la dinámica interna y garantizar que nuestra investigación esté respaldada por evidencia visual.

**3.4.3 ENCUESTA**

La encuesta es otro instrumento crucial que emplearemos para recopilar datos cuantitativos. Se dirigirá tanto al personal de administración como a los clientes registrados. A través de encuestas estructuradas, obtendremos información numérica y objetiva sobre la satisfacción de los clientes, la eficacia de los procesos y la percepción del personal. Las encuestas nos proporcionarán datos que respaldarán nuestra toma de decisiones basada en evidencia.

Estos instrumentos de recolección de datos se utilizarán en conjunto para obtener una visión completa y equilibrada de la realidad operativa de " JIWAKY ". A través de entrevistas, observación y encuestas, buscaremos comprender a fondo los desafíos y oportunidades que enfrentamos y garantizar que nuestro proyecto se base en datos confiables y representativos.