

Avenida, 22 de Febrero de 2008.

INFORME REPRESENTANTE LEGAL

MUNICIPALIDAD TIGRE & TIGRE ASOCIACION DE VIAJES Y TURISMO CIA LTDA.

En cumplimiento de los términos legales e institucionales, según lo dispuesto en el Artículo 20, inciso 1º y 2º de la Ley de Contratos, se presenta la renuncia al informe del Representante Legal para el ejercicio fiscal del año 2006. Algunas horas e instantes son:

DETAS SOCIALES

- Del Capital Social:

El Capital Social es de \$400 (CUATROCIENTOS DÓLARES AMERICANOS), SUSCRITO Y PAGADO.

- De la constitución:

H. 10 de Diciembre del año 2006, se constituye MUNICIPALIDAD AGENCIA DE VIAJES Y TURISMO CIA LTDA. Con los siguientes socios: Patricia Elizabeth Pérez Solís y María Soledad Sosa Núñez, quien representó a Luis Gonzalo Pérez Solís, según poder general que se adjunta en la escritura de constitución.

- Utilización:

Estáncio ubicado en un apartamento comercial que se en la Av. Caobos 23-24 y 16 de Mayo Esq., Edificio Isca, oficina 104, entre a Laboratorio Postcut.

Funcionamiento

Todos los socios quedaron satisfechos con los servicios ofrecidos a clientes del año 2007, en donde los socios ocupan el mismo cargo por decisión General de la Asamblea de socios y los cuales son: Patricia Elizabeth Pérez Solís como Presidenta General y María Soledad Sosa Núñez como Presidenta de esta comisión. Con participación del 100% correspondiente a cada uno.

Estamos trabajando duro para que nuestra agencia de viajes tenga más publicidad y nos venga aportando más clientes y clientes más seguros y que no han renunciado.

Siempre estamos mejorando conocimientos en todas las rutas del mundo y países, para satisfacer sobre sus requerimientos de nuestros clientes, para establecer confianza y seguridad en toda la información brindada y las ventas a realizar... lo cual tiene en todas las plataformas de venta hace que sigan creciendo, estudiando, revisando, para mejorar nuestras habilidades en todo el tema.

También nos hemos enfrentado a personas insacufables, para lo cual implementamos políticas de servicio, para responder más rápido, eficiente, honesto y seguro y honesto.

- Actualización

A finales del año 2012, se procedió a actualizar la información de la empresa y también a acudir a los nomenclamientos, actualizar el RUC. A finales de 2013, también se prometió y convocó una nueva sesión extraordinaria, para la designación de Presidente, Gerente e Representante Legal de la Empresa.

Conocer Ecuador y los principales lugares turísticos ha sido la mejor experiencia para proporcionar conocimiento y gozo a nuestros clientes.

A finales del año 2017, se realizó, por parte del MINISTERIO DE TURISMO, la actualización del conocimiento de todos el personal que labora en las empresas de turismo y posterior concurso sobre la actualización del sistema de competencia para TURISMO EN ECUADOR.

CUMPLIMIENTO DE OBJETIVOS

- En el año 2017, estamos muy bien posicionados en el mercado ambiental. Y vamos con pie derecho hacia nuestro próximo objetivo, que es tener un producto propio, para incentivar a todos nuestros clientes a viajar.
- También nos consolidamos al realizar ventas fuera de la Provincia de Tungurahua. Nuestra marca ha caminado al éxito nacional e internacional.
- La mejor publicidad realizada, fue nuestra excelente servicio, y las recomendaciones que teníamos recibido de parte de nuestros clientes. Dentro de esto hemos puesto nuestra publicidad en cada producto entregado al pasajero. Cada vuelo, paseo, crucero, paquete, pasajes, boletos, vuelos, punto o logo e información de la agencia. Y hemos difundido la publicidad en la radio, para los pasajeros han recomendado nuestra empresa y sus recomendadas han traído nuestros pasajeros, lo cual nos indica que estamos por buen camino.
- Adquirimos un alto conocimiento al viajar dentro y fuera del país, razón para la cual nuestro profesionalismo se ve incrementado y generando confianza en los pasajeros.
- Hemos mejorado nuestra marca y procedemos a enseñar valoraciones para el personal que labora en la empresa, y para que nuestra marca sea reconocida en todo lugar del mundo.
- Implementar nuestras políticas de viaje, en todos nuestros portavoces, y dar a conocer a los clientes, para no tener problemas posteriores, como la pérdida de su pasaje o atravesía a los vuelos, y estas son:

REQUERIMIENTO PREVIO AL VUELO: PASEO DEL RÍO J. ZULIA
ESTA DOCUMENTACIÓN CONSTITUYE UN AVENTURERO Y FOLLETO VOLVERÁ
POR TÉRMINO EXPIRADO SE PODRÁ SUSTITUIR POR OTRO VACÍO DE AGUA
Y NO PRESTARÁ LA PARTE COJIDA DEL PASAJERO CLAVADA
A LA MARINA, CONSEGUINDO ASÍ UNA DURACIÓN DE 10 AÑOS
ESTE DOCUMENTO NO SERÁ RECLAMADO DESPUES
DE 10 AÑOS, SINON TENDRÁ QUE PAGARLO.

Si uno de estos documentos se pierde, se procederá a sustituirlos y hacer los trámites de la agencia correspondiente para la obtención de un nuevo documento en el mismo establecimiento de donde se realizó la compra del pasaje y pagar el monto correspondiente.

EL DOCUMENTO MENCIONADO ES REQUERIDO ANTES DE LLEGAR AL DORSO DE LA TARJETA
CORRESPONDIENTE AL GALLETA DEL DORSO.
LOS DOCUMENTOS DE TRÁMITES DEBE DE QUEDAR
PARA SU CONSULTA LOS SIGUIENTES AÑOS QUE SE LLAMA DE BONO. MÁS DE 10 AÑOS.

- Realizar otros convenios con plataformas de Internet, para la competencia de las agencias de viaje, ya no son las agencias físicas, sino: todas las agencias de viajes virtuales y plataformas web de alquileres, HostelWorld, eHolidays, Rentabillity, entre otras.
- tener Hoteles, ayuntamientos y destinos donde la plataforma Av Internet, ya es una realidad o próxima, competir con Despegar.com, CheapTickets.com, ser más mejor que estas plataformas de Internet.
- Negociar la Infructa de servicios, controlada por el Instituto de Turismo.

POLÍTICAS DE SERVICIO

Política de Atención

En el MUNDO DEL TURISMO DE HOGAR Y TURISMO, IBERIA, es más importante en la atención regresa por los canales tradicionales como los servicios de atención al cliente, la atención personalizada o la atención en cada uno de los servicios.

Si por esto que tienen que ofrecer más servicios para seguir la competencia entre empresas, teniendo que sus proveedores difieren basados en su calidad de los servicios, la atención personalizada o la atención en cada uno de los servicios.

Diseño Vacacionales y Cooperativo.

1. Ajustar precios para ofrecer un servicio más económico que las agencias.
2. Oferta de servicios a los turistas europeos que visitan España con precios más económicos que las agencias.
3. Oferta de servicios en Europa, África y América, con precios más económicos.
4. Oferta de servicios en todo el mundo con precios más económicos.
5. Ajustar precios y servicios en cada destino.
6. Oferta de servicios en cada destino para que los turistas tengan más servicios y precios más económicos.
7. Oferta de servicios en cada destino para que los turistas tengan más servicios y precios más económicos.

Equipo Humano

1. Seleccionar trabajadores más cualificados.
2. Ofrecer mejores servicios de calidad en los servicios y más competencias dentro del ITC.
3. Coordinación constante en servicios a los turistas para mejorar la calidad y el servicio de acuerdo a las necesidades y servicios.
4. Trabajar bien con los clientes y proveedores.
5. Ofrecer servicios más profesionales y de calidad de los servicios de los competidores.
6. Asumir riesgos y trabajar con los riesgos de los servicios de los competidores.
7. Ofrecer servicios más profesionales y de calidad de los servicios de los competidores.
8. Ofrecer servicios de mayor calidad y calidad para mejorar la calidad en los servicios de trabajo.
9. Ofrecer servicios de mayor calidad y calidad para mejorar la calidad en los servicios de trabajo.
10. Ofrecer servicios de mayor calidad y calidad para mejorar la calidad en los servicios de trabajo.

Política de pago

Los servicios tienen que ser más económicos para mantener su negocio. Los servicios tienen que pagar por los servicios ofrecidos a los clientes con la calidad y los servicios a cada uno de los servicios de pago.

1. Ofrecer servicios más económicos para mantener su negocio. Los servicios tienen que pagar por los servicios ofrecidos a los clientes con la calidad y los servicios a cada uno de los servicios de pago.
 - a. Los servicios tienen que pagar por los servicios ofrecidos a los clientes.
 - b. Los servicios tienen que pagar por los servicios ofrecidos a los clientes, con una calidad y calidad de pago para servicios.

Português

2. Una **interrogación** es la **función** que realizan los **interrogantes** en el **discurso**. Es la **intención** o **objetivo** de la **interrogación** el **obligar** a la **información** que se **desea** obtener. La **interrogación** es una **estrategia** para **aprender** de las **informaciones** de los **interlocutores**, **desvelar** el **discurso** de los **interlocutores** o **descubrir** la **información** que **oculta** el **discurso**.
 3. Algunas **estrategias** de **interrogación** se presentan a continuación:
 - **Algunas estrategias de interrogación** son: **admitir** (**admitir** la **información** que se **desea** obtener), **confundir** (**confundir** la **información** que se **desea** obtener) y **verificar** (**verificar** la **información** que se **desea** obtener).
 - **Algunas estrategias de interrogación** son: **admitir** (**admitir** la **información** que se **desea** obtener), **confundir** (**confundir** la **información** que se **desea** obtener) y **verificar** (**verificar** la **información** que se **desea** obtener).
 - **Algunas estrategias de interrogación** son: **admitir** (**admitir** la **información** que se **desea** obtener), **confundir** (**confundir** la **información** que se **desea** obtener) y **verificar** (**verificar** la **información** que se **desea** obtener).

ANSWER IS COMPLETED ON PAGE 20 AND IS CORRECT.

A través del [ZENIT](#) seguimos con Desarrolla.com, esta plataforma es una excelente guía para verificar vuelos, hoteleros y viajes más económicos para nuestros pasajeros, y todo de manera de contratación y cobro para nuestros clientes.

Los sistemas sirven migrarán al Internet y posteriormente consultar viabilidad de ofertas de vuelos y boletos en varias plataformas de Internet, lo cual facilita la venta y la competitividad en el mercado mundial.

Trabajar en este medio para posicionamiento en el mercado del Turismo, ya que la competencia es grande y amplia, el éxito más nitido era la adquisición de la empresa MURDOCHS en el mercado Australiano y en la Zona Centro del País, nace el anhelo de informarnos que:

Seguir con las oficinas comerciales con conveniencias aéreas, boletos tren pasajeros o Clientes para la compra de boletos aéreos y aeronaves privadas aéreas.

Ampliar nuestros conocimientos en la Ley de Comercio para no retroceder en el cumplimiento de obligaciones legales donde que se constituya la empresa.

Buscar asesoría comercial y jurídica, la cual es esencial para el desarrollo de la empresa a la cual dirige.

Investigar el mercado para la implementación de gastos internacionales.

Distribuir material publicitario de nuestra empresa a todos nuestros clientes y amigos, para suscripción de nuestros servicios y los solicitan.

Implementar políticas de respuesta, particularmente de boletos, donde, como pasajero frecuente, nos han decepcionado y lastrado.

Al finalizar este año, tenemos que realizar los respectivos incrementos en nuestros servicios, debido al alto en el servicio del hotel y de teléfono.

Viajar más, conocer más lugares para seguir desarrollando nuestras profesiones/tareas en otra área.

Implementar un método de separidad para la oficina, para hemos realizado la visita de personal de lo que:

Diseñar más material publicitario, para que lo gente identifique la marca.

Investir en más publicidad exterior

Mejorar y migrar el nuevo sistema de cobro electrónico, ya que todos nuestros pasajeros prefieren pagar con Tarjeta de Crédito. Por lo que es nuestro próximo convenio para el desarrollo.

Implementar la atención personalizada en aeropuerto al pasajero que hace viajes viajes aéreos o charters.

No generar perfiles por ningún motivo, o seguir adelante con lo que sabemos hacer, y en el buen servicio de la empresa de turismo.

Aadir a 5 capacitaciones anuales, en cursos de turismo y hospitalidad, para todo el personal que labora dentro e fuera.

Aprender cada día que es fundamental para nuestro negocio, ya que hemos sentido la falta de tantas de información.

Implementar nueva tecnología para servir mejor a todos nuestros clientes con los pre-área que a todo efecto, para saber si cliente y se sientan privilegiados a todo momento antes de su embarque en cada vuelo.

METAS & LARGO PLAZO AÑO 2017

- Mejorar la Atención al cliente y tratar a nuestros clientes bien.
- Reconocer que tenemos que contratar personal para que nos ayude con el manejo de clientes, para la empresa sea creído.
- Viajar para difundirnos y explicar nuestra experiencia a nuestros clientes, que son con quien nuestras frecuencias.
- Actualizar nuestros conocimientos en más destinos turísticos, tanto nación, los cuales se introducen a la.
- Entrenar personal para atención a clientes tanto nacionales como extranjeros.
- Promocionar otros destinos de Ecuador, ya que además de ser Agencia de Viajes también somos Operadores de Turismo.
- Participar en Ferias Instalaciones de Turismo como es la FITC, que cada año se realiza esta en la ciudad de Guayaquil.
- Participar en ferias turísticas con un producto amazónico, zona sobresaliente en el mercado turístico.
- Apoyar con auspicios a diferentes eventos sociales para promover la raza.
- Proyectar un producto pesquero a largo plazo entre el ofrecer un hotel en zonas turísticas, para promover los paquetes turísticos más salubres a promover la cultura de los pescados silvestres donde nace pescado fino a Ecuador.
- Aprender de la experiencia pesquera para no confiar en las personas, para las experiencias pasadas nos dan fe de que no todos somos confiables en nuestros negocios o entendimiento.
- Implementar un sistema de incentivos para el cliente frecuente de la empresa, como el sorteo de boletos aéreos o estadios en locales.
- Actualizar conocimientos en el área Financiera, contable, y mercadotecnia para ubicar dentro del mercado turístico, redonda de nuestra tecnología.

HOMOLOGACIÓN
R.F. PATRICIA SUEZETI PERECCES
T.I.: 0000000044

