



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
EXT. QUEVEDO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO**

**DOCUMENTO PROBATORIO (DIMENSIÓN ESCRITA) DEL EXAMEN  
COMPLEXIVO DE GRADO PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE  
LICENCIADA/O EN HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:**

Estudio de la factibilidad para la implementación de una agencia de viajes, ubicada en la ciudad de Quevedo, año 2020

**AUTOR:**

Ronald Amable Márquez Alcívar

**TUTOR:**

MSC. Walter Chang Muñoz

**Quevedo – Los Ríos – Ecuador**

**2021**

# Índice

<b>DEDICATORIA</b> .....	5
<b>AGRADECIMIENTO</b> .....	6
<b>RESUMEN</b> .....	7
<b>ABSTRACT</b> .....	8
<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	9
<b>I. CAPITULO</b> .....	11
<b>Marco metodológico</b> .....	11
<b>1.1 Definición del tema caso de estudio</b> .....	11
<b>1.2 Planteamiento del problema</b> .....	11
<b>Formulación del problema</b> .....	12
<b>1.2.1. Problema General</b> .....	12
<b>1.3. JUSTIFICACIÓN</b> .....	13
<b>1.4. OBJETIVO</b> .....	14
<b>1.4.1. Objetivo General:</b> .....	14
<b>1.5. Fundamentación teórica</b> .....	15
<b>1.5.1. Turismo</b> .....	15
<b>1.5.2. Agencia de viajes</b> .....	16
<b>1.5.3. Factibilidad de una agencia de viajes</b> .....	17
<b>1.5.4. El turismo y su promoción</b> .....	18
<b>1.5.5. Ecoturismo</b> .....	18
<b>1.5.6. Turismo comunitario</b> .....	19
<b>1.5.7. Turismo Rural</b> .....	19
<b>1.6. Hipótesis</b> .....	20
<b>1.6.1. Hipótesis general</b> .....	20
<b>1.7. Metodología de la Investigación</b> .....	21
<b>1.7.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS</b> .....	22
<b>II. CAPITULO</b> .....	32
<b>Resultados de la investigación</b> .....	32
<b>2.1. Desarrollo del caso</b> .....	32
<b>2.2. Situaciones detectadas</b> .....	33
<b>2.3. Soluciones planteadas</b> .....	34
<b>2.4. Conclusiones</b> .....	35

2.5. <b>Recomendaciones</b> .....	36
3. <b>Bibliografía</b> .....	37
<b>ANEXOS</b> .....	39
<b>Encuestas</b> .....	40

## Indice de tablas

<b>Tabla 1</b> Edad .....	22
<b>Tabla 2</b> Representación estadística de la Muestra.....	23
<b>Tabla 3</b> Representación estadística de la Muestra.....	24
<b>Tabla 4</b> ¿Qué tipo de empresa turística le gustaría que se implemente en la ciudad de Quevedo? ...	25
<b>Tabla 5</b> ¿Con qué frecuencia sale de vacaciones? .....	26
<b>Tabla 6</b> Forma de viaje .....	27
<b>Tabla 7</b> Organiza usted mismo su viaje .....	28
<b>Tabla 8</b> Qué medios utiliza para informarse sobre su lugar de destino. ....	29
<b>Tabla 9</b> Le gustaría que una agencia de viajes le proporcione información.....	30
<b>Tabla 10</b> ¿Cree usted que una agencia de viajes sería una buena opción en Quevedo?.....	31



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
EXT. QUEVEDO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO**

**DEDICATORIA**

Dedico este trabajo principalmente a Dios, ya que el a sido quien me dio fuerzas y quién me ayudó en mis tiempos difíciles, a mis padres ya que dieron todo por darme educación, consejos y ánimos para cumplir unas de las metas más importantes de la vida, a mis hermanos quienes siempre están presente en todo, a Dayana Morán quien me apoyó en todo y nunca me dejó solo en mi vida Universitaria, a mis compañeros de clase quienes al pasar de los años se ganaron mi corazón y mi lealtad, a los diferentes docentes quienes brindaron sus conocimientos en el transcurso de la universidad.

Ronald Amable Márquez Alcívar



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO  
EXT. QUEVEDO**



**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN  
CARRERA HOTELERÍA Y TURISMO**

**AGRADECIMIENTO**

Le agradezco con todo mi corazón a Dios, a mis padres y amigos quienes fueron el motor principal para lograr una de las metas más importantes de mi vida, quienes me dieron fuerzas y ánimos para seguir avanzando. A mi hermana Fabiola Márquez quien en muchas ocasiones me ayudó. Les agradezco con todo mi corazón por su ayuda y aportar con su granito de arena cuando han tenido.

Ronald Amable Márquez Alcívar

## RESUMEN

En esta investigación se propone determinar la factibilidad de una agencia de viajes en la ciudad de Quevedo en donde se han utilizado diferentes técnicas de investigación, como encuestas y se ha llegado a determinar que si es factible la implementación de la misma ya que va dirigida a los habitantes de la ciudad por medio de esta investigación se logró analizar la situación actual sobre agencias de viaje en la ciudad y la falta de información que hay sobre las mismas.

Una de las problemáticas que aun tiene Quevedo es la falta de promoción de sus espacios turísticos es por ello que una agencia de viajes pretende promocional de mejor manera todos los espacios turísticos no solo de quevedo si no de sus alrededores llamando así la atención de las personas de la ciudad, nacionales y extranjeros a través de la publicidad esto ayudara al desarrollo turístico, económico y social de la ciudad del río, para que así las personas que la visiten se sientan satisfechos por el servicio brindado y vuelvan a visitar esta ciudad.

**Palabras clave:** Agencia de viajes, factibilidad, turismo, servicio, desarrollo.

## **ABSTRACT**

In this research is proposed to determine the feasibility of a travel agency in the city of Quevedo where different research techniques have been used, such as surveys and has come to determine that it is feasible the implementation of the same as it is directed to the inhabitants of the city through this research was able to analyze the current situation on travel agencies in the city and the fakta of information about them.

One of the problems that Quevedo still has is the lack of promotion of its touristic spaces, that is why a travel agency intends to promote in a better way all the touristic spaces not only of Quevedo but also of its surroundings, calling the attention of the people of the city, nationals and foreigners through publicity. This will help the touristic, economic and social development of the city of the river, so that the people who visit the city feel satisfied with the service provided and come back to visit this city.

Key words: travel agency, feasibility, tourism, service, development.

## 1. INTRODUCCIÓN

Ecuador es un paraíso multiétnico y multicultural en el centro del mundo. Considerado uno de los mejores destinos turísticos de Sudamérica, posee una rica flora y fauna, por lo que figura como uno de los mejores destinos, posee muchas especies de plantas además de paisajes de en sueño, es llamado el país de los cuatro mundos pues cada región es diferente y es esto lo que llama tanto la atención de visitantes tanto nacionales como extranjeros, ningún otro país de América Latina tiene tanta abundancia de aves Ecuador, este es el 8% de las especies animales el dieciocho por ciento de las aves de la tierra.

Quevedo es una ciudad turística de Ecuador, ubicada en la costa de Ecuador en la provincia de Los Ríos. La ciudad es uno de los puertos fluviales más importantes del país que tiene un profundo sentido del arte y la cultura. En la calle se pueden ver diferentes manifestaciones públicas. Recordando anécdotas de vidas pasadas y leyendas del folclore que aún existen incluso en las generaciones futuras.

Este lugar es conocido por las oportunidades turísticas que en la actualidad tiene ya que la inversión por parte de la municipalidad a servido para promover la ciudad del rio, con distintos atractivos en el lugar y el aprovechamiento de todos sus espacios para reactivar el turismo en la zona, beneficiando así a todos los habitantes no solo del lugar, si no a sus visitantes.

El clima, su gente, gastronomía y hospitalidad hacen que el cantón sea visto como un lugar en donde se puede potenciar el turismo aportando con el desarrollo del mismo en el ámbito de turismo y a su vez este aporte a la economía de todos, es por ello que se desarrollan proyectos que están centrados netamente en actividades turísticas, creando lugares que resulten agradables a los visitantes y también apoyar a los pequeños emprendedores que contribuyen con el cambio en esta ciudad

## I. CAPITULO

### **Marco metodológico**

#### **1.1 Definición del tema caso de estudio**

Estudio de la factibilidad para la implementación de una agencia de viajes, ubicada en la ciudad de Quevedo, año 2020

#### **1.2 Planteamiento del problema**

En la actualidad, el desarrollo de la ciudad de Quevedo ha disminuido un poco por cuestiones de la pandemia y de la inseguridad que existe en esta ciudad, además de verse afectado por los acontecimientos políticos y económicos del país, falta de inversión en los sectores de turismo e innovación, y motivación para el desarrollo sostenible de la ciudad, también la mala administración de fondos y recursos es uno de los aspectos que no aportan en nada al desarrollo de la ciudad, factores como la desconfianza de ciertos inversores y falta de promoción no solo de esta ciudad si no de varios lugares del Ecuador son las causante de la disminución del turismo no solo a nivel local también a nivel nacional.

Cabe señalar que la industria del turismo en la ciudad de Quevedo no ha sido muy considerada por lo que no hay un agente responsable que ayude a facilitar los viajes e turismo dentro y fuera de la ciudad no hay ninguna alternativa para los residentes ya que se ignora la mayoría de atracciones turísticas y la riqueza natural de Quevedo frente a todas estas circunstancias no se ve ningún esfuerzo para corregir lo que esta sucediendo la cultura de las personas es inexistente en cuanto a la inversión de nuestra propia economía pues esta muchas veces sale a fortalecer a lugares fuera del país en vez de ser invertidos en nuestra propia zona.

## **Formulación del problema**

### **1.2.1. Problema General**

¿De qué manera se puede viabilizar la creación de una agencia de viajes dedicada al turismo en la ciudad de Quevedo de una manera inclusiva que sea de apoyo al desarrollo de toda la población?

### **1.3. JUSTIFICACIÓN**

El presente proyecto investigativo es de fundamental interés para la población quevedeña ya que este tiene una amplia perspectiva en que una agencia de viajes será de gran aporte para la ciudad con el fin de promover el turismo en el cantón y sus alrededores los cuales no han sido de mucho reconocimiento ya que hoy en día el turismo es un muy importante ya que el mismo genera fuentes de trabajo, y varios ingresos económicos en el sector

El turismo nacional proporciona importantes actividades de carácter social y cultural, este es un generador de ingresos económicos mediante la creación de pymes y proyectos turísticos que generan fuentes de empleo, como la apertura de hoteles, tours y agencias de viajes la creación de estas empresas es de suma importancia pues estos cubrirán la deficiencia y carencia de servicios que aquejan a los ciudadanos.

La factibilidad de una agencia de viajes en la ciudad de Quevedo quiere ofrecer una solución que ayude de manera positiva y favorezca a todas las personas del cantón y sus alrededores es por ello que esa agencia de viajes estará enfocad en crear una visión diferente, buscando satisfacer las necesidades del sector, es por ello que la investigación contara con la mayor cantidad de información y herramientas investigativas esto es de suma importancia para el desarrollo y crecimiento turístico de Quevedo más conocida como la ciudad del rio.

## **1.4. OBJETIVO**

### **1.4.1. Objetivo General:**

Analizar el estudio de la factibilidad para establecer una agencia de viajes en la ciudad de Quevedo, que no solo promueva el desarrollo del turismo a nivel local, si no nacional a través de la venta de paquetes turísticos en el año 2020.

## **1.5.Fundamentación teórica**

### **1.5.1. Turismo**

Según (Dialnet, 2008) El turismo constituye desde el siglo XX un fenómeno que implica millones de desplazamientos cuyos efectos no son únicamente observables y medibles desde el punto de vista económico, sino que también pueden analizarse sus efectos sociales, culturales y, por supuesto, ambientales.

El turismo es de gran aporte en donde sea que se aplique de manera positiva este tiene beneficios en el desarrollo económico y desarrollo de un lugar.

Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (OMT, Turismo, 2007)

El objetivo principal de la promoción turística es incrementar la intención de viaje en el país o región, mejorando la relación visita. (Melisa & Sanchez, 2010) esto hace que la gente se interese más por viajar dentro de su zona con la respectiva información y promoción brindada.

El turismo con un enfoque sustentable o alternativo, se encuentra en auge alrededor del mundo y ningún país, al parecer, quiere quedarse rezagado. En un primer momento pareciera que esta relación es nueva y que está de moda, sin embargo, una breve revisión acerca de sus orígenes muestra que no ha sido fortuita y tampoco es un

tema exclusivamente generado para y por el turismo, más bien, se puede decir que el turismo es una actividad que se ha venido ajustando a los planteamientos en torno a la perspectiva del desarrollo sustentable que pretende dar solución a los diferentes problemas de orden económico, ambiental y social. (Universidad Autónoma del Estado de Mexico, 2019, pág. 70)

### **1.5.2. Agencia de viajes**

Según el Art. 77.- del (RTurismo, 2016) define que son consideradas agencias de viajes las compañías sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de Compañías, en cuyo objeto social conste el desarrollo profesional de actividades turísticas, dirigidas a la prestación de servicios en forma directa o como intermediación, utilizando en su accionar medios propios o de terceros. El ejercicio de actividades propias de agencias de viajes queda reservado exclusivamente a las compañías a las que se refiere el inciso anterior, con excepción de las compañías de economía mixta, formadas con la participación del Estado y el concurso de capital privado; por lo tanto, será considerado contrario a este reglamento todo acto ejecutado dentro de estas actividades, por personas naturales o jurídicas que no se encuentren autorizadas dentro del marco legal.

De acuerdo con (Arqhys, 2021) puede concluirse que las Agencias de Viajes ocupan un sitio estratégico en el desarrollo y explotación racionales del sector turístico, todo ello derivado de su labor en la comercialización del producto turístico. También es obvio que, para desempeñar adecuadamente su labor, debe existir un conocimiento profesional de las técnicas operacionales que han surgido a través de los años de existencia de este tipo de empresa eminentemente turística.

### **1.5.3. Factibilidad de una agencia de viajes**

Según (Luna & Chaves, 2001) la Factibilidad es el grado en que lograr algo es posible o las posibilidades que tiene de lograrse. Iniciar un proyecto de producción o fortalecerlo significa invertir recursos como tiempo, dinero, materia prima y equipos. Como los recursos siempre son limitados, es necesario tomar una decisión; las buenas decisiones sólo pueden ser tomadas sobre la base de evidencias y cálculos correctos, de manera que se tenga mucha seguridad de que el negocio se desempeñará correctamente y que producirá ganancias. Antes de iniciar el estudio de factibilidad es importante tener en cuenta que cualquier proyecto, individual o grupal, es una empresa. Comprender e incluir esto en el concepto de proyecto es muy importante para el desarrollo de criterios y comportamientos, principalmente si se trata de propiciar cambios culturales y de mentalidad. Esto incluye los conceptos de ahorro, generación de excedentes e inversiones, imprescindibles para desarrollar proyectos sostenibles.

En Quevedo la factibilidad de una agencia de viajes aportaría de manera positiva a la ciudad ya que esta ayudara a proporcionar información a los habitantes de la zona, generando expectativas con respecto al aumento del turismo no solo a nivel local.

las agencias de viajes son tiendas minoristas, que suelen trabajar estrechamente vinculadas con las empresas transportistas, v.g. líneas aéreas, de las cuales reciben una determinada comisión por concepto de boletos vendidos (generalmente entre un 8 y un 10 por ciento), de los hoteles, que también les reconocen un pago (del 5 al 15 por ciento) y, en general, de todos los operadores. Estas empresas, que suelen a tener mucho material informativo sobre destinos y paquetes turísticos, trabajan igualmente en

estrecha cooperación con los operadores de tours, figura que se correspondería con la de un mayorista. (Avilez, 2020)

#### **1.5.4. El turismo y su promoción**

La promoción del turismo se refiere a los esfuerzos organizados, combinados de los organismos nacionales de turismo y/o de los negocios del sector turístico de una zona internacional, nacional o local para lograr el crecimiento del mismo mediante la maximización de la satisfacción de los turistas. De este modo, las organizaciones de turismo y las empresas esperan recibir los beneficios. (Koenig, 2018)

De acuerdo a la definición de la Organización Mundial del Turismo (OMT, 2007) “un destino turístico local es un espacio físico en el que un visitante pasa al menos una noche. Incluye productos turísticos, tales como servicios de apoyo, atractivos y recursos turísticos en un radio que permite ir y volver en un día. Tiene unos límites físicos y administrativos que definen su gestión, imágenes y percepciones que determinan su competitividad en el mercado. (Wolleter, 2017)

- **Clases de turismo**

#### **1.5.5. Ecoturismo**

El ecoturismo incrementa la sensibilización con respecto a la conservación de la biodiversidad, el entorno natural y los bienes culturales, tanto entre la población local como entre los visitantes, y requiere procesos de gestión especiales para minimizar el impacto negativo en el ecosistema. (OMT, Definición de turismo, 2019)

En Quevedo y a sus alrededores existen un sin número de lugares culturales llenos de naturaleza y biodiversidad que no son muy conocidos por sus habitantes puesto que estos no son muy promocionados.

#### **1.5.6. Turismo comunitario**

El turismo comunitario, un tipo de turismo en el que la población rural, principalmente pueblos indígenas y familias campesinas, a través de sus diversas estructuras organizativas de carácter colectivo, ejerce un papel central en su desarrollo, gestión y control, así como en la distribución de sus beneficios. Se trata por lo tanto de un turismo de formato pequeño o de nicho que debe permitir establecer sinergias con otras políticas de desarrollo. (Mendoza Ontiveros, Esther, & Lucila, 2015)

#### **1.5.7. Turismo Rural**

El turismo rural es una alternativa de desarrollo que, por su condición de artesanal, no es masificado y genera empleo a los campesinos en su propia comunidad, diversifica la oferta turística de un país, colaborando en la conservación del patrimonio natural y cultural de las regiones desfavorecidas económicamente en función de ingresos a partir de acciones productivas. El turismo rural asigna valor a los recursos locales, es decir los activos que se encuentran en manos de pequeña/os productora/es, en su mayoría en áreas ejidales organizados en cooperativas o asociaciones comunales. (Graduño Mendoza, Guzman Hernandez, & Zizumbo Villareal, 2009)

## **1.6.Hipótesis**

### **1.6.1. Hipótesis general**

Con la investigación se estudia la factibilidad de la creación de una agencia de viajes en la ciudad de Quevedo que promoverá el turismo local, nacional e internacional a través de la venta de paquetes turísticos.

## 1.7. Metodología de la Investigación

El método que se emplea en esta investigación es el descriptivo de acuerdo a las características de la misma investigación. A través de este, se busca conocer las actitudes y las situaciones predominantes del área de estudio. Tomando en cuenta que se miden y evalúan diferentes aspectos y componentes de un plan de negocios, gran parte de los datos a recolectar son medibles dadas las circunstancias del objeto de estudio, además de tener un orden sistemático.

Para la realización de la presente investigación se aplicaron las técnicas y métodos de investigación como:

- **Método bibliográfico** se consultó en varias páginas web, libros y revistas sobre el uso de agencias de viajes y su aporte en el desarrollo turístico en una ciudad.
- **Método analítico** en este se analizarán posibles soluciones sobre el estudio de la factibilidad de una agencia de viajes y su aporte en el turismo.
- **Método de encuestas** vía online se encuestó a 63 personas de la ciudad de Quevedo al azar en donde se realizó preguntas cerradas y de opción múltiple para así obtener más información que ayuden al desarrollo de la investigación.
- **Método estadístico** mediante este método se dio a conocer los resultados los cuales ayudaron para una mejor interpretación sobre el aporte y factibilidad de una agencia de viajes y su aporte en el desarrollo del lugar

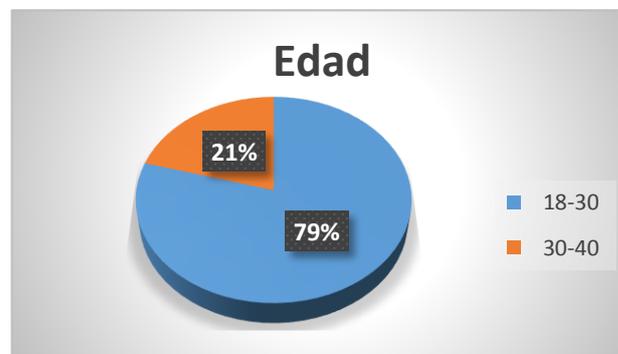
## 1.7.1. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

### 1. Pregunta. Edad

**Cuadro # 1** Representación estadística de la Muestra

Edades	intervalos	porcentaje
18-30	50	79%
30-40	13	21%

**Tabla 1** Edad



**Fuente:** Habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** Ronald Márquez Alcívar

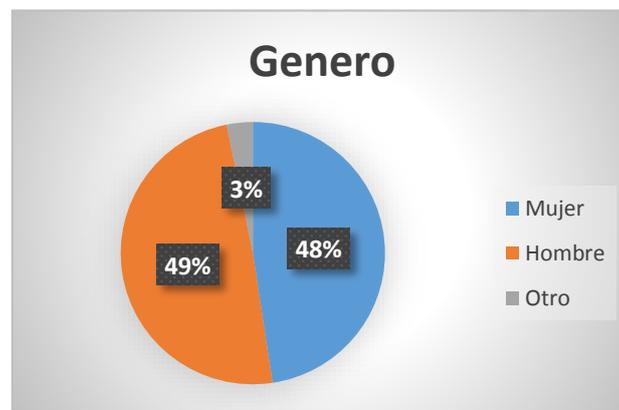
**Análisis:** El 79% de las personas encuestadas tienen entre 18 y 30 años mientras que el 21% restante tiene entre 30 y 40 años.

## 2. Pregunta Genero

**Tabla 2** Representación estadística de la Muestra

Alternativa	# Personas	Porcentaje
Mujer	30	48%
Hombre	31	49%
Otro	2	3%

**Figura #2** Genero



**Fuente:** Habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** Ronald Márquez Alcívar

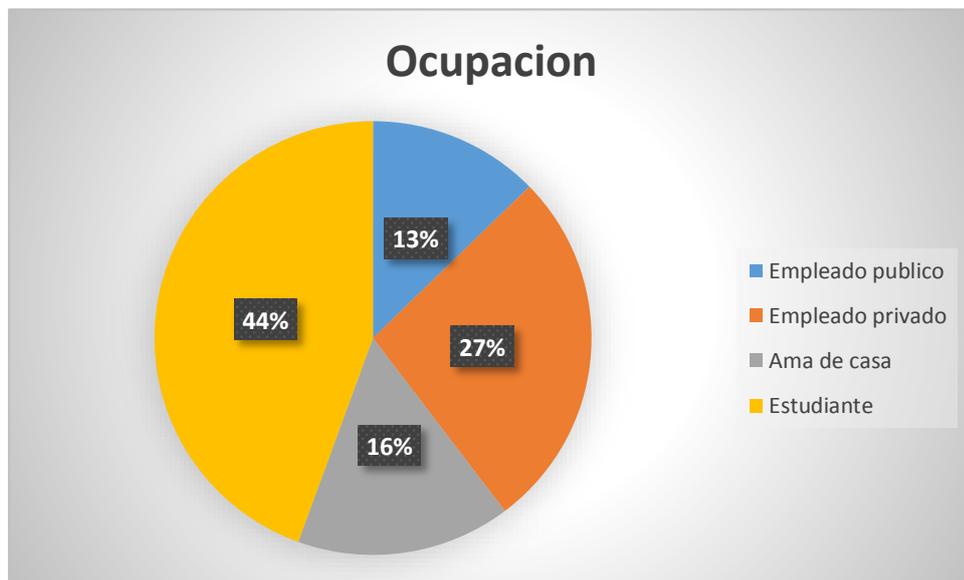
**Análisis:** El 48% de los encuestados son mujeres mientras que el 49% son hombres y un 3% se determina con otro género

### 3. Pregunta Ocupación

**Tabla 3** Representación estadística de la Muestra

Ocupación	# Personas	porcentaje
Empleado publico	8	13%
Empleado privado	17	27%
Ama de casa	10	16%
Estudiante	28	44%

**Figura #3** Ocupación



**Fuente:** Habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** Ronald Márquez Alcívar

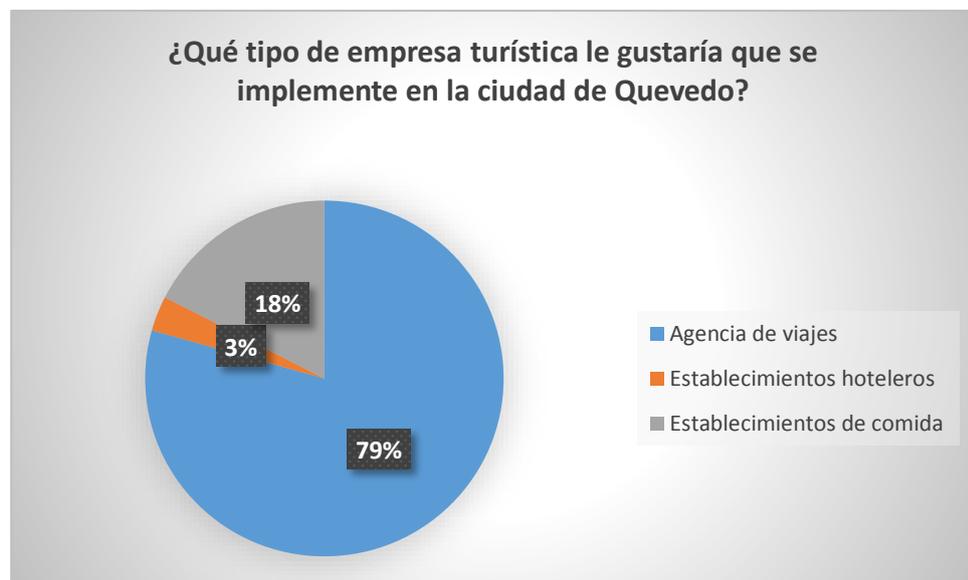
**Análisis:** se pregunto la ocupación de los encuestados y el 44% de ellos son estudiantes y están cursando una carrera mientras que el 13% trabajan en el sector público, el 27% en el sector privado y el 16% restante son amas de casa.

4. **Pregunta.** ¿Qué tipo de empresa turística le gustaría que se implemente en la ciudad de Quevedo?

**Tabla 4** ¿Qué tipo de empresa turística le gustaría que se implemente en la ciudad de Quevedo?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Agencia de viajes	50	79%
Establecimientos hoteleros	2	3%
Establecimientos de comida	11	18%

**Figura #4** ¿Qué tipo de empresa turística le gustaría que se implemente en la ciudad de Quevedo?



**Fuente:** Habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** Ronald Márquez Alcívar

**Análisis:** El 79% de los encuestados consideran que una agencia de viajes en la ciudad de Quevedo es muy factible y esta aportara de manera positiva a la ciudad.

5. **Pregunta** ¿Con qué frecuencia sale de vacaciones?

**Tabla 5** ¿Con qué frecuencia sale de vacaciones?

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Feriados	38	60%
1 vez año	25	40%

**Figura#5** ¿Con qué frecuencia sale de vacaciones?



**Fuente:** Habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** Ronald Márquez Alcívar

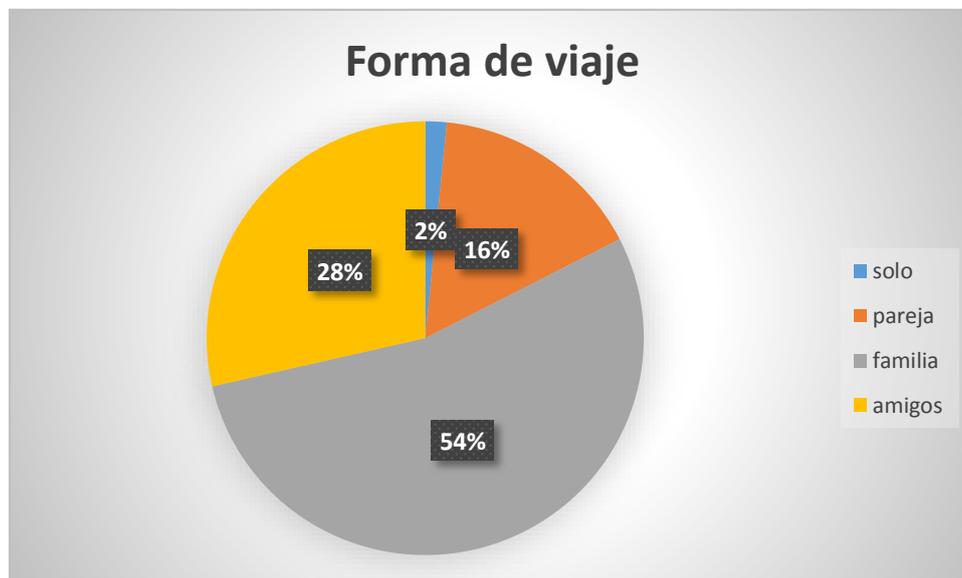
**Análisis:** El 60% de las personas encuestadas tienen la oportunidad de viajar cuando hay feriados nacionales mientras que el 40% solo tienen la oportunidad de viajar 1 vez al año.

## 6. Pregunta Forma de viaje

**Tabla 6** Forma de viaje

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Solo	1	2%
Pareja	10	16%
Familia	34	54%
Amigos	18	28%

**Figura #6** Forma de viaje



**Fuente:** Habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** Ronald Márquez Alcívar

**Análisis:** Las formas de viaje que tienen las personas en su mayoría se hacen en familia el 54% de los encuestados viajan de esa manera mientras que los demás prefieren viajar en pareja, amigos o solos.

7. **Pregunta** Organiza usted mismo su viaje

**Tabla 7** Organiza usted mismo su viaje

	Si	No
<b>Respuesta</b>	52	11
<b>Porcentaje</b>	83%	17%

**Figura#6** Organiza usted mismo su viaje



**Fuente:** Habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** Ronald Márquez Alcívar

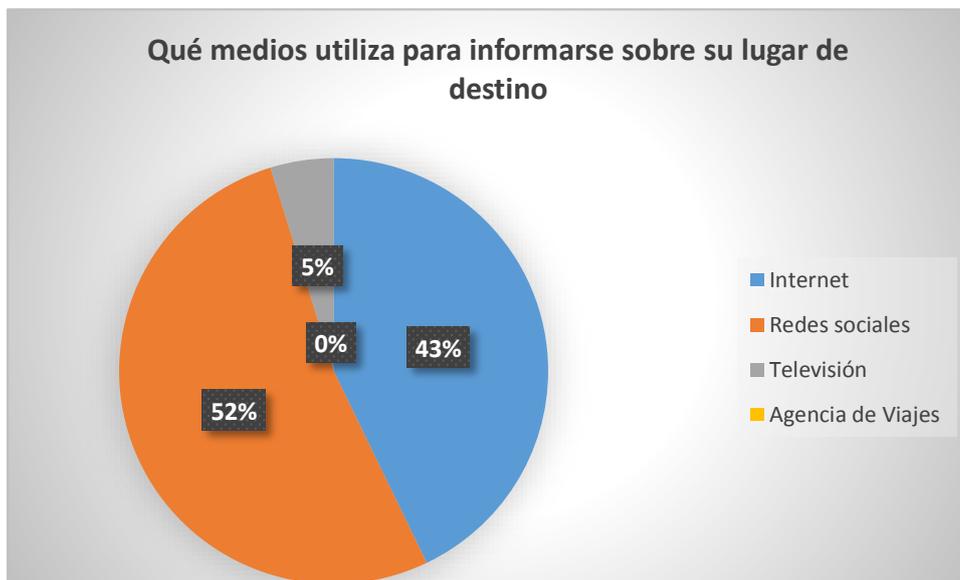
**Análisis:** El 83% de las personas encuestadas organizan sus propios viajes sin asesoría alguna mientras que el 17% ni siquiera organiza sus viajes.

**8. Pregunta** Qué medios utiliza para informarse sobre su lugar de destino.

**Tabla 8** Qué medios utiliza para informarse sobre su lugar de destino.

Alternativas	Frecuencia	Porcentaje
Internet	27	43%
Redes sociales	33	52%
Televisión	3	5%
Agencia de Viajes	0	0%

**Figura #8** Qué medios utiliza para informarse sobre su lugar de destino.



**Fuente:** Habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** Ronald Márquez Alcívar

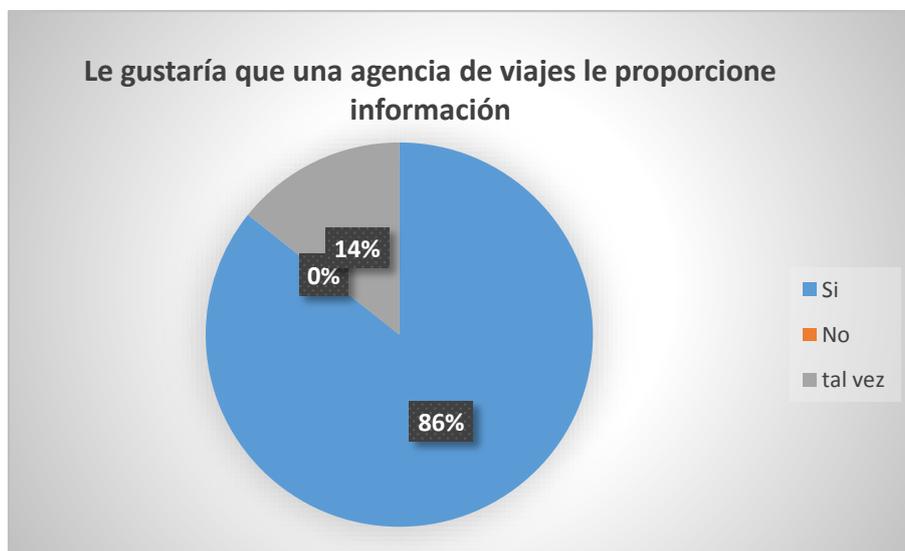
**Análisis:** los medios más utilizados según el 52% de los encuestados son las redes sociales mientras que el 43% utiliza el internet para conocer sobre sus siguientes destinos a visitar.

**9. Pregunta** Le gustaría que una agencia de viajes le proporcione información

**Tabla 9** Le gustaría que una agencia de viajes le proporcione información

	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Tal vez</b>
<b>Respuesta</b>	54	0	9
<b>Porcentaje</b>	86%	0%	14%

**Figura #9** Le gustaría que una agencia de viajes le proporcione información



**Fuente:** Habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** Ronald Márquez Alcívar

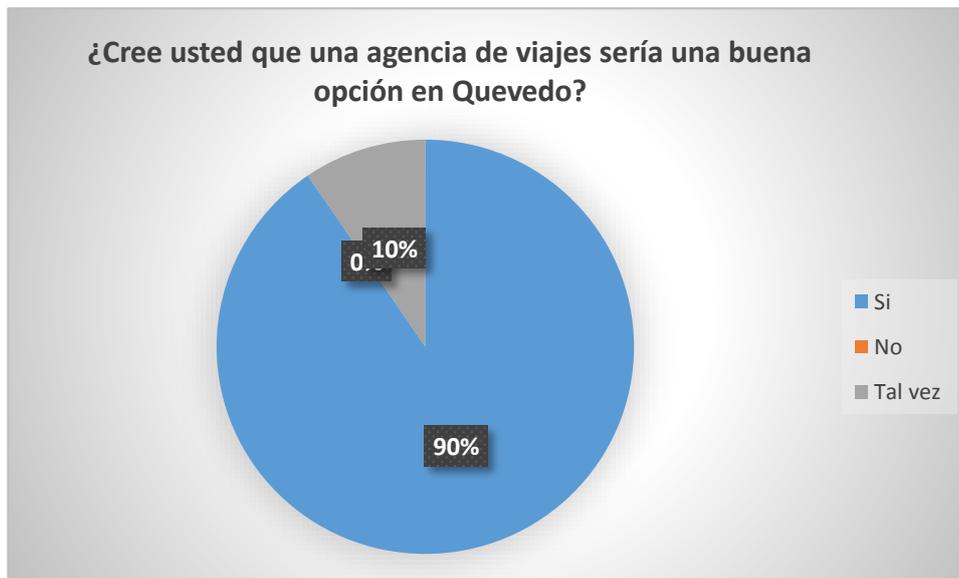
**Análisis:** El 86% de los encuestados está de acuerdo en que una agencia de viajes sea la que les proporcione información mientras que el 14% piensan que tal vez si se debería proporcionar información.

**10. Pregunta** ¿Cree usted que una agencia de viajes sería una buena opción en Quevedo?

**Tabla 10** ¿Cree usted que una agencia de viajes sería una buena opción en Quevedo?

	<b>Si</b>	<b>No</b>	<b>Tal vez</b>
<b>Respuesta</b>	57	0	6
<b>Porcentaje</b>	90%	0%	10%

**Figura #10** ¿Cree usted que una agencia de viajes sería una buena opción en Quevedo?



**Fuente:** Habitantes de Quevedo

**Elaborado por:** Ronald Márquez Alcívar

**Análisis:** El 90% de los encuestados de la ciudad de Quevedo si creen que se factible la implementación de una agencia de viajes mientras que el 10% dice que tal vez esto sea una buena opción.

## II. CAPITULO

### Resultados de la investigación

#### 2.1. Desarrollo del caso

La creación de una agencia de viajes en la ciudad de Quevedo es de suma importancia ya que existe escasa información sobre varios sitios turísticos a visitar, la labor principal de una agencia de viajes es representar a hoteles, transportes, líneas aéreas elevando así la demanda de turistas y provocar un alto número de ventas en paquetes turísticos, tomando en cuenta que uno de los objetivos principales es impulsar el turismo dentro de la ciudad para brindar servicios de calidad a la comunidad y fortaleciendo así el turismo dentro de la provincia, a nivel nacional e internacional.

La promoción de lugares turísticos son una de las actividades que una agencia de viajes debe tener en cuenta ya que esta va encaminada a impulsar las ventas, utilizando estas estrategias como la publicidad, el marketing y el asesoramiento personal para obtener la fidelidad de los clientes y así incrementar volúmenes en ventas.

Quevedo es un cantón grande y las personas que lo visitan mas lo hacen por el comercio, pero también es un lugar donde se puede vacacionar la creación de una agencia de viajes ayudará a potenciar estos lugares turísticos, además se dará la oportunidad de aportar al cuidado de la naturaleza y así aportando con su sostenibilidad.

## 2.2. Situaciones detectadas

Se detecto mediante un estudio investigativo aplicando encuestas a 63 personas las cuales arrojaron diversas situaciones como que el 82,5% de las personas organizan sus propios viajes y que no hay ninguna entidad encargada de brindar información pues el 52,4% utilizan las redes sociales como medio de información para realizar sus viajes y el 42,9% solo se basan en información de internet mas no de una agencia de viajes.

En Quevedo se detectó que hay lugares estratégicos pero la falta de seguridad hace que estos lugares no tengan mayor afluencia de personas, la falta de información también es uno de los problemas esto hace que a pesar de que el cantón tenga muchos lugares ´para visitar sean pocos los turistas que lleguen a este lugar porque por la falta de información creen que no existen otros sitios para visitar y es por ello que no se quedan muchos días en la ciudad.

### 2.3. Soluciones planteadas

Una de las soluciones planteadas es crear una agencia de viajes que proporcione información de calidad, en donde exista una muy buena publicidad ya que en las encuestas el 85,7% de la ciudadanía está de acuerdo de que exista una agencia de viajes que se preocupe por el cliente y que brinde paquetes turísticos económicos y accesibles para la población.

La agencia de viajes es una propuesta factible ya que así se logrará potencializar los lugares turísticos no solo del cantón si no de sus alrededores esto traerá beneficios económicos a la población y ayudará a incrementar las visitas en la zona.

La ciudadanía de Quevedo está de acuerdo en que se implemente una agencia de viajes que no solo venda paquetes turísticos, si no que vendan experiencias únicas y que el trato y asesoramiento sea netamente personalizado.

## 2.4. Conclusiones

Por medio de esta investigación sobre si es factible la implementación de una agencia de viajes ubicada en la ciudad de Quevedo se ha llegado concluir con lo siguiente:

Quevedo tiene alto potencial turístico, pero existe escasa promoción ya que los habitantes no cuentan con la información necesaria.

A través de la técnica de encuestas se han despejada varias interrogantes como que se debe implementar una agenciad de viajes en Quevedo que no solo se dedique a la venta de paquetes turísticos si no que proporcione información de calidad que ayude a una mejor orientación de los clientes y satisfaga todas las necesidades de los diferentes tipos de turistas que llegan al lugar.

## 2.5. Recomendaciones

Para la implementación de una agencia de viajes en Quevedo se necesita tomar en consideración todas las necesidades que tienen los clientes es de esta forma que se pueden ofrecer servicios de calidad y que estos llenen las expectativas de los turistas.

También es de gran importancia crear paquetes accesibles al bolsillo de los clientes ya que esto nos permitirá ampliar nuestra clientela esto ayudará a contribuir con la economía del lugar.

La implementación de este proyecto es fundamental porque ayudará a promover el desarrollo económico, mejorar la calidad de vida, aumentar la conciencia turística y orientarnos hacia la multiculturalidad y el desarrollo sostenible.

### 3. Bibliografía

- Arqhys. (03 de 2021). *Arqhys Contenidos*. Obtenido de <https://www.arqhys.com/contenidos/viajesagencia-importancia.html>
- Avilez, J. (2020). *monografias*. Obtenido de <https://www.monografias.com/trabajos11/trabagenc/trabagenc.shtml#ixzz2rESqN59U>
- Coll Morales, F. (21 de Marzo de 2020). *Tipos de turismo*. Obtenido de Economipedia: <https://economipedia.com/definiciones/tipos-de-turismo.html>
- Dialnet. (2008). *Dialnet*. Obtenido de file:///C:/Users/HP/Downloads/Dialnet-IdentidadCulturalYTurismoGastronomico-6640381.pdf
- Graduño Mendoza, M., Guzman Hernandez, C., & Zizumbo Villareal, L. (2009). Turismo rural: Participación de las comunidades y programas federales. *Redalyc*, 11.
- Koenig, E. (01 de Febrero de 2018). *La definición de promoción turística*. Obtenido de <https://www.geniolandia.com/13098910/la-definicion-de-promocion-turistica>
- La importancia de turismo sostenible* . (7 de septiembre de 2018). Obtenido de Red de periodistas para el desarrollo sostenible: <https://www.comunicacionsostenible.co/site/la-importancia-de-promocionar-el-turismo-sostenible/>
- Lopez Ricalde, C., Lopez hernandez, E., & Ignacio, A. P. (2015). Desarrollo sustentable o sostenible. *Redalyc*, 4.
- Luna, R., & Chaves, D. (03 de 2001). *Guía para estudios de factibilidad*. Obtenido de [https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia\\_Factibilidad\\_Proyectos\\_Ecoturisticos\\_CAPAS.pdf](https://www.ucipfg.com/Repositorio/MGTS/MGTS14/MGTSV-04/semana4/4Guia_Factibilidad_Proyectos_Ecoturisticos_CAPAS.pdf)
- Melisa, C., & Sanchez, M. (23 de septiembre de 2010). *Marketing turístico*. Obtenido de Promocion turística: <https://www.monografias.com/trabajos90/promocion-y-comunicacion-turistica/promocion-y-comunicacion-turistica.shtml#:~:text=El%20objetivo%20principal%20de%20la,rentabilidad%20de%20la%20inversi%C3%B3n%20promocional.>
- Mendoza Ontiveros, M., Esther, F. H., & Lucila, G. M. (2015). Turismo comunitario. *Redalyc*, 7.
- Navarro, D. (2015). Recursos turísticos y atractivos turísticos. *Redalyc*, <https://www.redalyc.org/pdf/398/39838701014.pdf>.
- OMT. (2007). *Turismo*. Obtenido de Entorno Turístico: <https://www.entornoturistico.com/8-definiciones-para-entender-que-es-el-turismo/>
- OMT. (2019). Definición de turismo. *World tourism organization*, 33.
- RTurismo. (Junio de 2016). *Reglamento general de actividades turísticas*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/06/REGLAMENTO-GENERAL-DE-ACTIVIDADES-TURISTICAS.pdf>
- Universidad Autónoma del Estado de Mexico. (2019). Desafíos del turismo sustentable desde la dimensión local: *El Periplo Sustentable*, 1-33.

Wolleter, A. (2017). *Elementos para la gestión de destinos turísticos*. Obtenido de Sernatur:  
<https://www.sernatur.cl/wp-content/uploads/2018/11/Manual-de-Destinos-Elementos-para-la-gestio%CC%81n-de-destinos-turisticos-1.pdf>

# **ANEXOS**

## Encuestas

Estudio de la factibilidad para la implementación de una agencia de viajes, ubicada en la ciudad de Quevedo, año 2020

### 1. Edad

.....

### 2. Genero

- Femenino
- Masculino
- Otro

### 3. Ocupación

- Empleado publico
- Empleado privado
- Ama de casa
- Estudiante

### 4. ¿Qué tipo de empresa turística le gustaría que se implemente en la ciudad de Quevedo?

- Agencia de viajes y Operadora de turismo
- Establecimiento hotelero
- Establecimiento de comidas y bebidas

### 5. Con que frecuencia sale de vacaciones

- Feriados
- 1 vez al año

### 6. Forma de viaje

- Solo
- Pareja

Familia

amigos

**7. Organiza usted mismo su viaje**

Si

No

**8. Qué medios utiliza para informarse sobre su lugar de destino**

**Internet**

Redes sociales

Televisión

Agencia de viajes

**9. Le gustaría que una agencia de viajes le proporcione información**

Si

No

Tal vez

**10. ¿Cree usted que una agencia de viajes sería una buena opción en**

**Quevedo?**

Si

No

Tal vez