



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



**DOCUMENTO PROBATORIO DEL EXAMEN COMPLEXIVO DE GRADO**  
**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN**  
**CIENCIAS DE LA EDUCACIÓN, MENCIÓN: HOTELERÍA Y TURISMO**

**TEMA:**

**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN**  
**OPERADOR TURÍSTICO EN EL CANTÓN BABAHOYO.**

**AUTORA:**

Avilez Rodriguez Angel Jefferson

**TUTORA:**

Msc. Castro Nelly

**BABAHOYO - ECUADOR**

**2022**





## **RESUMEN**

Ecuador es conocido por su potencial turístico debido a la biodiversidad y multiculturalidad con la que cuenta, lugares como la laguna del Quilotoa, la selva Amzónica, las playas nacionales son ejemplos del potencial del país, así mismo existe el compromiso de los ecuatorianos para arriesgarse a emprender en el turismo nacional.

Esta investigación tiene como objetivo analizar la factibilidad para la creación de una operadora turística en la ciudad de Babahoyo, para llevar a cabo este estudio se utilizó una investigación exploratoria y documental, con un enfoque mixto tanto cuantitativo como cualitativo.

Se realizaron encuestas a los moradores de la ciudad y entrevistas a las diferentes agencias de viajes debidamente registradas en el catastro nacional de establecimientos turísticos, lo cual permitió identificar la oferta y demanda con la que cuenta la ciudad.

Se estableció que los habitantes de la ciudad sienten un gran interés por conocer diferentes lugares del país y están dispuestos a contratar intermediación turística, por otro lado se corroboró la oferta actual por parte de las agencias de viaje en la ciudad de Babahoyo y se pudo evidenciar un enfoque hacia la venta y promoción de paquetes hacia destinos internacionales.

Este estudio de caso llegó a la conclusión que si existe una factibilidad para la creación de una operadora turística en la ciudad de Babahoyo, identificándose una gran oportunidad de mercado para la misma.

**Palabras claves:** Operadora Turística, Oferta, Demanda, Estudio de mercado, Factibilidad.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**SUMMARY**



Ecuador is known for its tourist potential due to its biodiversity and multiculturalism, places such as the Quilotoa lagoon, the Amazon jungle, national beaches are examples of the country's potential, likewise there is the commitment of Ecuadorians to risk undertake in national tourism.

This research aims to analyze the feasibility for the creation of a tour operator in the city of Babahoyo, to carry out this study an exploratory and documentary research was used, with a mixed quantitative and qualitative approach.

Surveys were conducted to the inhabitants of the city and interviews to the different travel agencies duly registered in the national registry of tourist establishments, which allowed identifying the offer and demand that the city has.

It was established that the inhabitants of the city feel a great interest in knowing different places in the country and are willing to hire tourist intermediation, on the other hand the current offer by travel agencies in the city of Babahoyo was corroborated and an approach towards the sale and promotion of packages to international destinations could be evidenced.

This case study concluded that there is a feasibility for the creation of a tour operator in the city of Babahoyo, identifying a great market opportunity for it.

**Key words:** Tour Operator, Offer, Demand, Market Study, Feasibility.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**ÍNDICE**



RESUMEN .....	ii
SUMMARY .....	iii
INTRODUCCIÓN.....	1
DESARROLLO.....	3
JUSTIFICACIÓN.....	3
OBJETIVO .....	4
SUSTENTO TEÓRICO .....	5
Estudio de mercado.....	6
Público Objetivo .....	7
Segmentación del mercado .....	7
Turismo.....	7
Importancia del turismo .....	7
Marketing.....	8
Marketing digital.....	8
Marketing turístico.....	8
Oferta .....	8
Demanda .....	8
Agencias de viajes .....	9
TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN .....	12
RESULTADOS OBTENIDOS.....	14
SITUACIONES DETECTADAS.....	16
SOLUCIONES PLANTEADAS .....	19
CONCLUSIONES.....	20
RECOMENDACIONES .....	21
REFERENCIAS .....	22



## **INTRODUCCIÓN**

Las actividades turísticas benefician el desarrollo de una comunidad, para que el turismo sea sustentable es necesario la responsabilidad social tanto de los que ofrecen los servicios como de los que lo reciben (González Molina, 2016). Los operadores turísticos crean sus productos que incluyen servicio de transporte, alojamiento, alimentación y actividades recreativas (Martín Gómez, 2002); con el fin de crear una experiencia vivencial se encargan de promover la venta y comercialización de viajes dentro del país.

En la ciudad de Babahoyo existen 4 agencias de viajes las cuales son : With Us Travel, Sol y Viajes Representaciones, Sol Viajes y Turismo, New Travel Adventure Traveladventure CIA. LTDA, que se enfocan en ofrecer paquetes de viajes internacionales a destinos como Orlando, New york, Cancún, etc, el interés de los habitantes en comprar sus paquetes turísticos suele pasar de manera desapercibida, debido al nivel socioeconómico de las personas de la ciudad.

El objetivo de esta investigación es analizar el mercado y determinar la factibilidad para la creación de una operadora turística en la ciudad de Babahoyo, para esto se usará una investigación mixta, aplicando técnicas como la encuesta para conocer la demanda y entrevista a los representantes de las agencias de viajes para identificar la oferta actual hacia este servicio e investigación documental, porque se definirán conceptos, fases para el estudio de mercado e identificación de las agencias de viajes que operan en la ciudad de Babahoyo por medio del catastro nacional de establecimientos turísticos.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



Este estudio de caso se vincula con las líneas de investigación de la carrera de turismo las cuales son: desarrollo de bienes, productos servicios y procesos turísticos y la sublínea de investigación: organización y dirección de empresa.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**DESARROLLO**



## **JUSTIFICACIÓN**

Esta investigación es importante porque permite conocer la factibilidad para la creación de una operadora turística que aporte al desarrollo económico de la ciudad de Babahoyo, permitiendo un turismo sustentable y generando un impacto positivo a las comunidades.

Las operadoras turísticas benefician a muchas personas, empezando por los emprendimientos que logran generar dinero y contratar empleados para brindar un servicio de calidad, por otro lado los clientes disfrutan los destinos, dando así un impacto positivo hacia la economía de nuestro país.

La implementación de una operadora turística proporciona la ventaja de promover la comercialización de paquetes u ofertas a lugares con gran demanda y alto significado turístico, al mismo tiempo los paquetes promocionales serían reajustables a la economía del cliente con la finalidad de que pueda disfrutar de un viaje familiar con una estadía cómoda en la zona de alojamiento.

El presente trabajo es respaldado por la opinión ciudadana en cuanto a la demanda de la implementación de un operador turístico y también cuenta con la colaboración de las agencias de viajes que se encuentran en la ciudad para conocer la oferta que se brinda actualmente en cada uno de sus emprendimientos.

En la ciudad de Babahoyo se puede notar la ausencia de operadores turísticos que ofrezcan paquetes enfocados a destinos nacionales, por esta razón se evidencia que la creación de una operadora turística tendría mucha transcendencia para la ciudadanía Babahoyense.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



**OBJETIVO**

Analizar la factibilidad para la creación de una operadora turística en la ciudad de Babahoyo.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**SUSTENTO TEÓRICO**



Se ha realizado una investigación documental de diferentes antecedentes de estudios de mercado para la creación de operadoras turísticas, que ha permitido conocer lo siguiente:

En la Parroquia de Malchingui del Cantón Pedro Moncayo de la Provincia de Pichincha se realizó un estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística, el cuál utilizando la investigación científica fundamentalmente en el método inductivo, deductivo, analítico, sistemático y técnicas de investigación como encuestas y entrevistas llegando a la conclusión la factibilidad de la creación de una operadora turística debido al gran índice de demanda (Manobanda Pilco, 2019).

En el catón Bucay de la provincia del Guayas se realizó un análisis de factibilidad para la creación de una operadora turística el cual tuvo como finalidad aportar al conocimiento sistemático e integral, tanto del desarrollo personal como sustancial de generaciones venideras y con la intención de hacer un aporte al turismo rural del cantón Bucay (Quiñonez Zambrano, 2015).

En la ciudad de Tulcán de la provincia del Carchi se realizó un estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística, el proyecto busca distinguirse por su calidad e innovación de los productos turísticos, el estudio de mercado se lo realizó implementando métodos cualitativos y cuantitativos para la recolección de información. (Ruiz Erazo, 2021)

En el cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos se realizó un análisis de factibilidad para la creación de una operadora de turismo, la cual se realizó una investigación descriptiva, donde se definió que dicho sector rural es un lugar potenciado para el desarrollo de diversas actividades turísticas. (Albán Bajaña, 2016)



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



En la ciudad de Otavalo Provincia de Imbabura se realizó un estudio de factibilidad para la creación de una operadora de ecoturismo, determinando la viabilidad técnica, ambiental y económica para la operación y desarrollo del proyecto. (Yuvi Mendoza, 2008)

Los antecedentes de estudios de mercado para la creación de operadoras turísticas en diferentes ciudades del país determinan una factibilidad al momento de crear una operadora, los proyectos realizados buscan distinguirse por la calidad de sus servicios y la innovación de los paquetes turísticos que ofrecen, estos estudios también se enfocan la viabilidad técnica, ambiental y económica de los proyectos, utilizando la investigación científica fundamentalmente en el método inductivo, deductivo, analítico y sistemático.

De acuerdo con la investigación que se realiza se desarrolla las siguientes variables de investigación con sus categorías de análisis para sustentar el estudio de caso:

### **Estudio de mercado**

El estudio de mercado puede definirse como la recopilación de datos a través de un conjunto de investigaciones sobre: la competencia, clientes, demanda, oferta, características del entorno, canales de distribución, lugares de venta del producto o servicio, etc. El estudio de mercado es necesario para cualquier institución o empresa que tienen como objetivo comercializar un servicio o producto, este proceso selectivo es necesario para captar las expectativas potenciales que desea tener una empresa sobre un cliente (Kotler, 2008).

Para realizar un estudio de mercado en la ciudad de Babahoyo es necesario conocer la oferta existente de las agencias que operan en la ciudad, cuales son los canales que utilizan para la distribución de sus productos y los lugares de venta de sus servicios.



# UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO

## FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN HOTELERÍA Y TURISMO



### **Público Objetivo**

Al realizar un estudio de mercado es muy importante definir y concretar a los futuros clientes, también denominados “target group” o “público objetivo”, se debe conocer sobre su perfil para definir a que segmento de mercado pertenecen (Kotler, 2008).

Es importante conocer el perfil y las preferencias de las personas a quién va dirigido el servicio de intermediación turística, para de esta manera determinar qué tipos de paquetes se adaptan al público objetivo.

### **Segmentación del mercado**

La segmentación de mercado trata de identificar las características concretas que tiene el público objetivo, realizando una demarcación territorial del mismo, ya sea a una sola población, provincia, región o ciudad. Todo esto depende de la capacidad productiva y el tipo de producto o servicio que se ofrece (Fernandez J, 2017)

Este estudio tiene una segmentación geográfica debido a que se desvela en la ciudad de Babahoyo, y una segmentación demográfica porque se pretende conocer el estado socio-económico de los moradores para determinar su poder adquisitivo hacia servicios turísticos.

### **Turismo**

El turismo no solo es un viaje de ida y vuelta, sino todo el conjunto de relaciones que se generan (económicas, humanas, ecológicas, jurídicas y de muchos otros tipos). Por eso decimos que el turismo es una ciencia o conocimiento interdisciplinar, porque ha de ser estudiado desde diferentes puntos de vista. (Murcia, 2012)

### **Importancia del turismo**

El turismo es un acto enriquecedor que permite conocer personas, culturas y gente en su tiempo de asueto, el turismo se ha convertido en uno de los principales actores del comercio y representa la principal fuente de ingresos de numerosos pueblos y ciudades. (Julca Meza, 2016)



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



### **Marketing**

El marketing es un sistema que nos permite investigar el mercado y de esta manera ofrecer valor y satisfacer al cliente con un objetivo de lucro. También nos permite conocer el comportamiento y las necesidades de los consumidores. (Mullins, 2013)

### **Marketing digital**

El marketing digital se ha convertido en el nuevo método para poder promocionar productos y servicios, se conoce que el internet tiene una amplia gama de herramientas que facilitan el contacto instantáneo diferente tipos de personal a nivel nacional e internacional (Selman, 2017)

### **Marketing turístico**

El marketing turístico es la promoción que realizan las agencias a diferentes lugares de ocio, aventura y restaurantes. No se trata únicamente de vender un vuelo, hotel y alojamiento, sino de hacer sentir y vivir experiencias a los clientes, la forma de hacer negocio en el turismo cada vez apela más hacia los sentimientos y es que el viaje comienza desde antes de hacer las maletas. (Kotler P. B., 2011)

### **Oferta**

El análisis de la oferta en un mercado turístico permite identificar los diferentes servicios que se ofrecen en un determinado lugar y a su vez segmentarlos según su tipo y categoría, también permite conocer si la oferta turística tiene la capacidad para hacer frente a la demanda.

### **Demanda**

El análisis de la demanda permite identificar aquellos elementos que influyen en la misma como, genero, edad, nivel de educación, ocupación laboral, ingresos, motivos, etc. (Alatorre, 2011)



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



Conocer la oferta y la demanda es muy importante en al momento de realizar un estudio de mercado, esto permite determinar el producto o servicio a ofertar e interactuar con los futuros clientes y competidores.

**Agencias de viajes**

Según el capítulo 2, Artículo 15 de la reforma al reglamento de operación e intermediación turísticas del (Mintur, 2021) determina:

Para las actividades de operación e intermediación turística, se reconoce la siguiente clasificación de agencias de servicios turísticos:

- a) Agencia de viajes mayorista;
- b) Agencia de viajes internacional;
- c) Operador turístico; y,
- d) Agencia de viajes dual.

La clasificación determinada en el presente artículo es aplicable en el territorio ecuatoriano, la misma no guarda relación alguna con clasificaciones internacionales, sin perjuicio de que las agencias de servicios turísticos puedan acceder a ellas para efectos comerciales.

**Art. 16.-** Agencia de viajes mayorista. - Es la persona jurídica debidamente registrada ante la Autoridad Nacional de Turismo o ante el Gobierno Autónomo Descentralizado que tenga las facultades y atribuciones para registro; que elabora, organiza y comercializa servicios y/o paquetes turísticos en el exterior. La comercialización se realiza por medio de agencias de viajes internacionales y/o agencias de viajes duales debidamente registradas, quedando prohibida su comercialización directamente al usuario o consumidor final de servicios turísticos.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



La agencia mayorista podrá representar a las empresas de transporte turístico en sus diferentes modalidades, alojamiento y operadores turísticos que no operen en el país.

Con el objetivo de promover el turismo receptivo, las agencias mayoristas, las agencias de viajes duales y los operadores turísticos, además podrán comercializar en el exterior servicios turísticos proporcionados por establecimientos de turísticos locales.

**Art. 17.-** Agencia de viajes internacional. - Es la persona jurídica debidamente registrada ante la Autoridad Nacional de Turismo o ante el Gobierno Autónomo Descentralizado que tenga las facultades y atribuciones para registro; que comercializa los servicios y/o paquetes turísticos internacionales de las agencias mayoristas directamente al usuario. También Podrá comercializar el producto del operador turístico ecuatoriano.

Las agencias de viajes internacionales no podrán elaborar y organizar productos y servicios propios que se desarrollen a nivel nacional y comercializarlos a otras agencias de viajes internacionales que se encuentren domiciliadas en el país, ya que esa es potestad de las agencias operadoras y mayoristas. Las agencias de viajes internacionales que cuenten con licencia IATA, podrán ejercer la consolidación de tiquetes aéreos requeridos por parte de las agencias de servicios turísticos.

**Art 18.-** Operador turístico. - Es la persona jurídica debidamente registrada ante la Autoridad Nacional de Turismo o ante el Gobierno Autónomo Descentralizado que tenga las facultades y atribuciones para registro, que se dedica a la organización, desarrollo y operación directa de viajes y visitas turísticas en el país, enfocados al turismo



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



interno y receptivo. Sus productos podrán ser comercializados de forma directa al usuario o a través de las demás clasificaciones de agencias de servicios turísticos.

**Art. 19.-** Agencia de viajes dual. - Es la persona jurídica debidamente registrada ante la Autoridad Nacional de Turismo o ante el Gobierno Autónomo Descentralizado que tenga las facultades y atribuciones para registro; que ejerce las actividades de una agencia de viajes internacional y de un operador turístico al mismo tiempo.

**Artículo 20.-** Adicionalmente las agencias de viajes internacionales, operadoras y duales para el cumplimiento de sus funciones podrán:

a) Intermediar en la reserva y venta de servicios de transporte turístico, terrestre, marítimo, fluvial y aéreo. b) Efectuar la reserva, adquisición y venta de alojamiento y servicios turísticos, boletos o entradas a todo tipo de espectáculos, museos, monumentos y áreas protegidas, entre otros. c) Alquilar y fletar aeronaves, barcos, autobuses, trenes y otros medios de transporte para la prestación de servicios turísticos; d) Asesoramiento a los viajeros para la obtención de los documentos de viaje necesarios; e) La entrega de información turística y difusión de material de promoción turística; f) La intermediación en la venta de pólizas de seguros inherentes a la actividad turística; g) El alquiler de implementos y equipos destinados a la práctica de actividades de turismo de aventura y especializado; y, h) La intermediación en la venta de paquetes turísticos que incluyan cursos internacionales de intercambio, congresos, convenciones entre otros.



## **TÉCNICAS APLICADAS PARA LA RECOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN**

Este estudio tiene un enfoque mixto, tanto cuantitativo como cualitativo, cuantitativo porque se realizaron encuestas para conocer la demanda que tiene este servicio, cualitativo porque se realizaron entrevistas para conocer la oferta actual que presentan las agencias de viajes.

Al mismo tiempo se puede decir que esta investigación es exploratoria porque existe poca información acerca de la oferta y la demanda de las operadoras turísticas de la ciudad de Babahoyo, es documental porque se revisó el catastro nacional de establecimientos turísticos del MINTUR y se realizó una investigación de campo porque se visitó las agencias de viajes para obtener información directa del lugar y se analizaron las diferentes redes sociales de las agencias para conocer si existe oferta de operación turística.

Como instrumento se aplicó un cuestionario de google forms a los moradores de la ciudad de Babahoyo y una entrevista de preguntas abiertas a los representantes legales de las agencias de viaje.

Esta investigación tomó como población total la comunidad de Babahoyo, que según datos del (INEC, 2010), corresponden un total de 153.8 mil habitantes de la población de 153.8 mil se realizó el siguiente cálculo



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



$$n = \frac{Z^2 p \cdot q \cdot N}{Ne^2 + Z^2 p \cdot q}$$

Tabla de variables

<b>N</b>	<b>39681</b>
<b>e</b>	0.05
<b>z</b>	1.96
<b>n</b>	153.800
<b>p</b>	0.5
<b>q</b>	0.5

$$n = (1.96)^2 * (0.5) * (0.5) * 39.681$$

$$(153.800) (0.05)^2 + (1.96)^2 * (0.5) * (0.5)$$

Dando como total una muestra de 384 personas a encuestar.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**RESULTADOS OBTENIDOS**



Para la obtención de la información se realizaron 391 encuestas a los moradores de la ciudad de Babahoyo, se realizó un muestreo aleatorio a personas mayores de 18 años y se encuestó a los representantes de las 4 agencias de viajes con las que cuenta la ciudad.

Mediante la encuesta se obtuvieron los siguientes resultados, el 80% de las personas están dispuestos a contratar una operadora turística al momento de realizar su próximo viaje dentro del país, así mismo el 90% de los encuestados consideran necesario la creación de una operadora turística en la ciudad de Babahoyo que ofrezca paquetes dentro del Ecuador.

A su vez se utilizó una técnica de la investigación que es la entrevista destinada a los propietarios de las agencias de viajes de la ciudad de Babahoyo registradas en la base de datos del catastro nacional de establecimientos turísticos, el 26 de julio del 2022 a las 10:30am, se realizó una entrevista al señor Javier Espinoza Zamora propietario de la agencia dual With Us Travel, ubicada en la Av. 9 de octubre y Flores, detallando que el la mayor parte de las ventas de sus paquetes se realizan hacia destinos internacionales y en una mínima cantidad hacia resorts dentro del país.

La segunda entrevista se realizó el 27 de Julio del 2022 a las 11:00am a la señora Beatriz Cordova Villota propietaria de las agencias de viaje Sol Viajes y Turismo y Sol y Viajes Representaciones, ubicada en la Av.10 de agosto y Eloy Alfaro comentando que el perfil principal de sus clientes son personas mayores de 40 años, siendo su destino más vendido la ciudad de Orlando.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



Se investigó las diferentes redes sociales de las agencias de viajes para conocer la oferta de sus servicios turísticos y el catastro nacional de establecimientos turísticos para visitar las agencias de viajes debidamente legalizadas en la ciudad.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**SITUACIONES DETECTADAS**



Por medio de la revisión del catastro nacional de establecimientos turísticos del Ecuador se identificó que existen 4 agencias de viajes en la ciudad de Babahoyo cuyos nombres y modalidades son: “With Us Travel” agencia dual, “Sol y Viajes Representaciones” agencia mayorista, “Sol Viajes y Turismo” agencia dual, “New Travel Adventure” agencia dual.

Mediante la entrevista realizada el 26 de julio de 2022 a las 10:30am, al señor Javier Ezpinoza Zamora propietario de la agencia “With Us Travel”, se pudo conocer que el 70% de la venta de sus paquetes turísticos con sistemas todo incluido son hacia destinos internacionales como Panamá, Orlando, Turquía, etc, mencionando que el otro 30% son hacia cadenas de resorts ubicadas dentro del país, otros de los servicios que ellos ofrecen es la compra de boletos aéreos internacionales, servicios de alojamientos, al mismo tiempo manifestó que no ofertan operación turística.

El 27 de julio del 22 a las 11:00am, se realizó una entrevista, a la señora Beatriz Cordova Villota, propietaria de las 2 agencias de viajes “Sol viajes y turismo” y “ Sol Viajes y Representaciones”, mencionando que el destino más vendido de su agencia es la ciudad de Orlando, al preguntarle sobre la oferta nacional en sus paquetes turísticos, menciona que solo se enfoca en cadenas de resorts que se encuentran dentro del país debido a que no existe una demanda hacia otros destinos dentro del país, también mencionó que la manera de promocionar sus servicios turísticos es a través de las redes sociales; sin embargo se pudo evidenciar que no existe una retroalimentación por parte de la agencia de viaje al solicitar información.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



Al mismo tiempo se observó que no existe actualización de los servicios que se ofrecen y promoción de los destinos turísticos del Ecuador por medio de sus redes sociales, debido que su última publicación se realizó el 22 de octubre del 2019.

Adicionalmente se constató mediante las redes sociales de la agencia de viajes New Travels Adventure la promoción de paquetes internacionales y nacionales enfocados en los resorts como Decameron y Hillary, sin embargo no existe oferta de operación turística.

Mediante encuestas dirigidas a los moradores de la ciudad de Babahoyo, se identificó que el 80% de las personas que respondieron son mujeres y el 20% son hombres, el 40% con un rango de edad de 40 a 50 años y un 30% de 30 – 39 años.

El 42% de las personas tienen un grado de instrucción de tercer nivel y el 46% de posgrado, indicando que sus ingresos mensuales son en un 32% de \$700 - \$900 y el 36% más de \$1000, afirmando el 84% que prefieren realizar viajes familiares, el 83% respondió que la cantidad de veces que viajan es de 1 a 3 veces por año, el 40% de los encuestados están dispuestos a quedarse de 2 a 3 días en el destino que escogieron, por otra parte el 25% prefieren realizar full day.

Por otra parte, se determinó que el 36% de las personas les gusta viajar a la región costa siendo el Parque Nacional Machalilla, el destino más votado con un 21%; mientras que el 32% de las personas les gusta viajar a la región sierra, siendo Baños de Agua Santa el segundo



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



destino más popular con un 18%, además se determinó que el 25% de las personas prefieren realizar turismo de aventura, el 23% turismo gastronómico y el 25% turismo cultural.

El 75% de los encuestados estarían dispuestos a contratar una operadora al momento de realizar su próximo viaje, por otra parte el 90% de las personas consideran necesario la creación de una operadora turística que ofrezca paquetes dentro del Ecuador y que promocióne la diversidad que tiene el país.

El 41% de las personas indicaron que estarían dispuesto a gastar en su próximo viaje la cantidad de \$200 – \$300 y un 35% entre \$100 – \$199.

De acuerdo con las entrevistas realizadas a los representantes de las agencias de viaje de la ciudad de Babahoyo, se logró conocer que su mayor enfoque está dirigido hacia los destinos internacionales y al momento de vender paquetes hacia destinos dentro del país, su oferta se concentra en resorts, dejando afuera otro tipo de lugares turísticos con los que cuenta el Ecuador.

Las encuestas demuestran la disposición de los moradores de la ciudad al momento de realizar viajes a diferentes regiones del país y contratar intermediación por parte de una operadora turística.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



**SOLUCIONES PLANTEADAS**

De acuerdo a los resultados obtenidos luego de revisar el catastro nacional de establecimientos turísticos, realizar las entrevistas a los representantes de las agencias de viajes y encuestar a los moradores de la ciudad de Babahoyo, se propone las siguientes acciones para incentivar la creación de una operadora turística en la ciudad de Babahoyo:

Dar a conocer los beneficios que tiene una operadora turística al momento de realizar un viaje, como son: brindar información sobre los precios del destino a visitar, las agencias también cuentan con un guía turístico y de esta forma tener un viaje productivo, por otro lado las operadoras brindan servicio de transporte que facilita la movilidad de un lugar a otro, planificación del recorrido, fijación de precios, reserva del alojamiento.

Ofrecer paquetes turísticos dirigidos a personas con un rango de edad de 40 – 50 años a lugares como el Parque Nacional Machalilla con una estadía de 2 – 3 días, también se puede ofrecer paquetes turísticos de aventura a Baños de Agua Santa a personas con un rango de edad de 30 – 39 años. Mejorar la promoción turística del país a través de la oferta de paquetes

Además, se pueden ofrecer paquetes turísticos promocionales a escuelas, colegios y universidades, retomando así los viajes de fin de curso.

Por otro lado, las agencias de viajes que actualmente operan en la ciudad deben enfocar sus esfuerzos en el marketing turístico sacando provecho a las diferentes redes sociales, planeando campañas publicitarias virales que incentiven a las personas de la ciudad comprar paquetes turísticos.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



## **CONCLUSIONES**

De acuerdo al objetivo planteado del análisis de factibilidad de la creación de una operadora turística, se logró identificar que actualmente existen cuatro agencias de viajes en la ciudad de Babahoyo, que no ofrecen el servicio de operación turística a lugares con alto potencial dentro del país, su oferta está dirigida en un gran porcentaje hacia destinos internacionales y resorts ubicado dentro del Ecuador; sin embargo existe una gran demanda por acceder a paquetes turísticos para conocer y visitar la costa y sierra ecuatoriana, disfrutar de sus hermosos paisajes, gastronomía y práctica del turismo de aventura.

Los habitantes de la ciudad de Babahoyo están interesados y dispuestos a contratar intermediación turística, logrando comprobar que existe una demanda significativa al momento de ofertar este servicio.

Por medio de este estudio se puede concluir que existe factibilidad de mercado para la creación de una operadora turística, debido a que se logra constatar la inexistente oferta y la demanda requerida para la creación de la misma.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**  
**RECOMENDACIONES**



Al momento de crear una operadora turística en la ciudad de Babahoyo, se debe tener en cuenta la información brindada a los clientes y también darle importancia a la utilización de herramientas tecnológicas para alcanzar el público objetivo.

Debería realizarse una investigación sobre lugares cercanos a los cuales se puede realizar paquetes turísticos y la posibilidad de brindar el servicio de full days. Se debe trabajar en conjunto con el Ministerio de Turismo para mejorar la promoción turística e incentivar a los ciudadanos sobre los distintos lugares que posee el Ecuador, la operadora también puede promocionar la ciudad de Babahoyo como un destino y así fortalecer la economía de la ciudad.



## REFERENCIAS

- Qualtrics. (2018, noviembre 16). *qualtrics.com*. Retrieved julio 10, 2022, from <https://www.qualtrics.com/es/gestion-de-la-experiencia/investigacion/estudio-de-mercado/>
- gob. (2017, abril 22). *gob.mx*. Retrieved julio 12, 2022, from <https://www.gob.mx/inaes/articulos/por-que-es-importante-realizar-un-estudio-de-mercado-antes-de-emprender?idiom=es#:~:text=Los%20estudios%20de%20mercado%20te,dispuesto%20a%20pagar%20por%20%C3%A9l.>
- Concepto. (2020, agosto 18). *concepto.de*. Retrieved junio 11, 2022, from <https://concepto.de/estudio-de-mercado/>
- Datakey. (2019, diciembre 12). *instituto-datakey.com*. Retrieved julio 8, 2022, from <https://instituto-datakey.com/fases-en-el-proceso-de-investigacion-de-mercados/>
- Silva, D. d. (2021, marzo 4). *zendesk.com.mx*. Retrieved julio 12, 2022, from <https://www.zendesk.com.mx/blog/que-es-estudio-de-mercado/>
- Consultores, I. M. (2019, febrero 25). *innovamediaconsultores.com*. Retrieved julio 12, 2022, from <https://www.innovamediaconsultores.com/blog/que-es-y-para-que-sirve-un-analisis-de-mercados/>
- Terreros, D. (2021, marzo 16). *hubspot.es*. Retrieved julio 11, 2022, from <https://blog.hubspot.es/marketing/mercado-potencial>
- Economía. (2019, noviembre). *economia.org*. Retrieved junio 10, 2022, from <https://economia.org/cliente.php>
- ESAN. (2017, julio 15). *esan.edu.pe*. Retrieved julio 12, 2022, from <https://www.esan.edu.pe/conexion-esan/que-son-competencias#:~:text=El%20concepto%20de%20competencias%20est%C3%A1,la%20idea%20del%20desempe%C3%B1o%20exitoso.&text=En%20el%20campo%20laboral%20las,una%20actividad%20de%20trabajo%20espec%C3%ADfica.>
- Manuel, R. (2018, octubre 19). *aulasvirtuales.wordpress.com*. Retrieved julio 10, 2022, from <https://aulasvirtuales.wordpress.com/2013/10/12/caracteristicas-de-la-oferta-y-la-demanda-turisticas/>
- Guerrero, S. M. (2020, diciembre 12). *eumed.net*. Retrieved julio 10, 2022, from <https://www.eumed.net/rev/turydes/11/vgcp.html#:~:text=DEFINICI%C3%93N%20DE>



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



%20OFERTA%20TUR%3%8DSTICA&text=Por%20su%20parte%2C%20la%20Organizaci%C3%B3n,para%20su%20disfrute%20y%20consumo.

- Turístico, E. (2020, diciembre 26). *entornoturistico.com*. Retrieved julio 13, 2022, from <https://www.entornoturistico.com/como-se-clasifican-las-agencias-de-viajes/>
- Turismo, M. d. (2021, mayo 3). Retrieved julio 19, 2022, from <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/03/REGLAMENTO-GENERAL-A-LA-LEY-DE-TURISMO.pdf>
- González Molina, P. (2016). *Dieño de productos y servicios turísticos locales*. Logroño: Tutor Formación.
- Martín Gómez, B. (2002). *Regionalización turística del mundo*. BARCELONA: EDICIONS DE LA UNIVERSITAT DE BARCELONA.
- Manobanda Pilco, V. Á. (2019). *Estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en el barrio Santa Eulalia de la parroquia, Malchingui cantón Pedro Moncayo, provincia de Pichincha*. Pedro Carbo, Pichincha, Ecuador: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/8929>.
- Quiñonez Zambrano, E. B. (2015). *Análisis de factibilidad para la creación de una operadora turística de los deportes extremos en el cantón Bucay, provincia del Guayas*. Guayaquil, Guayas, Ecuador: Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social. Carrera de Turismo y Hotelería.
- Ruiz Erazo, V. G. (2021). *Estudio de factibilidad para la creación de una operadora turística en Tulcán, Carchi, Ecuador*. Tulcan: <http://repositorio.utn.edu.ec/handle/123456789/11034>.
- Kotler, P. &. (2008). *Estudio de mercado*. <http://repositorio.espe.edu.ec/bitstream/21000/1630/1/T-ESPE-019355.pdf>.
- Mintur. (2021). Reglamento de operación e intermediación turística del Ecuador. Ministerio de Turismo.
- INEC. (2010). Censo de Población y Vivienda.
- Fernandez J, F. (2017). *Guia practica para la elaboració. de un estudio de mercado*. <https://books.google.com.ec/books?id=yuskDwAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=estudio+de+mercado&hl=es&sa=X&ved=2ahUKEwiA1raujY35AhWgRzABHZehD3sQuwV6BAGBEAY#v=onepage&q=estudio%20de%20mercado&f=false>.
- Albán Bajaña, F. O. (2016). *Análisis de factibilidad para la creación de una operadora de turismo, que aporte al desarrollo de actividades turística en el cantón Shushufindi, provincia de Sucumbíos*. Guayaquil: Universidad de Guayaquil. Facultad de Comunicación Social. Carrera de Turismo y Hotelería.



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO**  
**FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS, SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN**  
**HOTELERÍA Y TURISMO**



Yuvi Mendoza, C. E. (2008). *Estudio de factibilidad para la creación de una operadora de ecoturismo en la ciudad de Otavalo* . Quito: QUITO/ EPN/ 2008.

Alatorre, A. &. (2011). *Procedimiento para medir la demanda turística en un destino* . . Revista de Investigación En Turismo y Desarrollo Local TURyDES.