



**UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA  
EDUCACIÓN**

**CARRERA DE TURISMO**

Proyecto de investigación previo a la obtención del título de  
Licenciado(a) en Turismo

**Tema: “Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes  
internacionales de la ciudad de Ambato”**

**Autor:** Armendáriz Reinoso Roberto Santiago

**Tutor:** Ing. González Sánchez Angélica María, Mg.

**Ambato - Ecuador**

**2023**

## **CERTIFICACIÓN DEL TUTOR**

En mi calidad de Tutor del Proyecto de Investigación sobre el tema: **“Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato”** del alumno Roberto Santiago Armendariz Reinoso, estudiante de la carrera de Turismo, considero que dicho proyecto de investigación reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del jurado examinador designado por el H. Consejo Directivo de la Facultad.

Ambato, junio 2023

LA TUTORA

.....  
**Ing. Angélica María González Sánchez, Mg.**

**C.C.: 1713482352**

## AUTORÍA DEL TRABAJO

Los criterios emitidos en el Proyecto de Investigación “**Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato**”, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuesta son de exclusiva responsabilidad de mi persona, como autor de este trabajo de grado.

Ambato, junio 2023

EL AUTOR



.....  
Roberto Santiago Armendariz Reinoso

**C.C.: 1501004392**

## **DERECHOS DE AUTOR**

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de este Proyecto de Investigación o parte de él un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la Institución.

Cedo los derechos patrimoniales de mi Proyecto de Investigación, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autor.

Ambato, junio 2023

EL AUTOR



.....  
Roberto Santiago Armendariz Reinoso

**C.C.: 1501004392**

## **APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO**

Los miembros del Tribunal Examinador aprueban el Proyecto de Investigación, sobre el tema **“Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato”** de Roberto Santiago Armendariz Reinoso, estudiante de la carrera de Turismo, de conformidad con el Reglamento de Graduación para obtener el título terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato

Ambato, junio 2023

Para constancia firman

---

Ing. Sonia Paola Armas Arias, Mg.

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.: 1803202827**

---

Lic. Noemy Hortencia Gaviño Ortiz, Mg.

**MIEMBRO CALIFICADOR**

**C.C.: 1712434412**

## **DEDICATORIA**

*Dedico este trabajo de titulación a todos quienes han sido fundamentales en mi camino hacia el cumplimiento de este objetivo.*

*A Dios, mi amado Padre celestial, por ser mi guía, por su amor incondicional. Que esta tesis sea una ofrenda de gratitud a tu nombre, que mi vida y carrera sean un testimonio de tu amor y tu gracia.*

*A mis Padres Roberto y Alexandra, quienes con infinito amor me han apoyado siempre, quienes han sido mi fuente de inspiración, han creído en mí y me han alentado en cada paso que he dado en mi vida, recuerden que mi éxito es también su éxito.*

*A mis abuelitas Fanny, Zoila, a toda mi familia y a las personas que han dejado una huella en mi vida, por su influencia positiva y por enseñarme grandes lecciones de vida.*

*Finalmente, dedico esta investigación a mí mismo, como un recordatorio de superar todos los desafíos, cumplir mis objetivos y seguir creciendo académica y personalmente. Este es el resultado de mi esfuerzo, dedicación y compromiso durante una gran etapa de mi vida.*

**Roberto Santiago Armendáriz Reinoso**

## AGRADECIMIENTO

*Deseo expresar mi profundo agradecimiento a Dios, quien ha sido mi fuente de fortaleza a lo largo de toda mi vida, quien me ha brindado la sabiduría necesaria para cumplir a cabalidad todo lo que me propongo. Señor, gracias por todas las bendiciones que has derramado sobre mí, tú has sido mi luz dentro de cada momento de oscuridad y mi esperanza en todos los desafíos de mi vida.*

*A mis padres Roberto y Alexandra, por su amor y apoyo incondicional, su sacrificio constante, ha sido el pilar fundamental para alcanzar mis objetivos a lo largo de toda mi vida, a mi hermana Melanie por siempre confiar en mí.*

*Un sincero agradecimiento a la Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, carrera de Turismo, por brindarme la oportunidad de llevar a cabo este proyecto de investigación y completar mi formación académica. Su apoyo y compromiso con la educación han sido fundamentales en mi desarrollo como estudiante y próximo profesional.*

*A todos mis docentes de la carrera, en especial a mi tutora de proyecto de titulación, la Ing. Angélica González, Mg, por su excelente orientación y apoyo durante todo el periodo de investigación y redacción de esta tesis. Su dedicación y experiencia ha sido esencial en mi crecimiento académico.*

*A todos mis compañeros y amigos, quienes fueron un gran apoyo a lo largo de estos años dentro de la carrera de turismo, los llevo siempre dentro de mi corazón.*

*A todas y cada una de las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato, quienes me abrieron las puertas de sus empresas para facilitarme la información que fue necesaria para el proyecto de investigación.*

**Roberto Santiago Armendáriz Reinoso**

## ÍNDICE GENERAL

<b>Tema.....</b>	<b>I</b>
<b>CERTIFICACIÓN DEL TUTOR.....</b>	<b>II</b>
<b>AUTORÍA DEL TRABAJO .....</b>	<b>III</b>
<b>DERECHOS DE AUTOR.....</b>	<b>IV</b>
<b>APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO.....</b>	<b>V</b>
<b>DEDICATORIA .....</b>	<b>VI</b>
<b>AGRADECIMIENTO .....</b>	<b>VII</b>
<b>ÍNDICE GENERAL.....</b>	<b>VIII</b>
<b>ÍNDICE DE FIGURAS .....</b>	<b>XII</b>
<b>ÍNDICE DE TABLAS .....</b>	<b>XIII</b>
<b>RESUMEN EJECUTIVO .....</b>	<b>XIV</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>XV</b>



# CAPÍTULO I

## MARCO TEÓRICO

<b>1.1 Antecedentes investigativos .....</b>	<b>1</b>
<b>Teoría, modelo o posición filosófica .....</b>	<b>3</b>
<b>Desarrollo teórico de la variable independiente .....</b>	<b>5</b>
Generalidades .....	5
Surgimiento de los sistemas de distribución global (GDS) .....	7
Los sistemas de distribución global (GDS) más destacados .....	8
Los sistemas de distribución global en Ecuador.....	9
Las capacidades de los GDS .....	9
El valor agregado en el servicio de los GDS .....	10
Los GDS en la actualidad.....	11
<b>Desarrollo teórico de la variable dependiente.....</b>	<b>13</b>
Las agencias de viajes internacionales.....	13
El origen de las agencias de viajes .....	14
Evolución de las Agencias de Viajes .....	15
Tendencias.....	16
El internet asociado a los productos y servicios en las agencias de viajes .....	17
Marco Legal .....	18
La Relación entre las agencias de viajes internacionales y las aerolíneas .....	19
Los tipos de funciones de las agencias de viajes internacionales.....	20
<b>1.2 Objetivos.....</b>	<b>23</b>
Objetivo general .....	23
Objetivos específicos .....	23

## **CAPÍTULO II METODOLOGÍA**

<b>2.1 Materiales .....</b>	<b>24</b>
<b>2.2 Métodos .....</b>	<b>24</b>
Enfoque .....	24
Diseño .....	25
Alcance.....	26
Alcance investigativo.....	26
Alcance territorial .....	26
Población, muestra y tipo de muestreo .....	27
Técnicas.....	28
Instrumentos .....	28

## **CAPÍTULO III RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

<b>3.1 Análisis y discusión de los resultados .....</b>	<b>31</b>
Análisis de resultados .....	31
Análisis de Datos Informativos .....	34
Análisis del cuestionario .....	39
<b>Discusión .....</b>	<b>51</b>
<b>3.2 Verificación de hipótesis .....</b>	<b>56</b>

**CAPÍTULO IV**  
**CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

<b>4.1 Conclusiones.....</b>	<b>57</b>
<b>4.2 Recomendaciones .....</b>	<b>58</b>
<b>Propuesta.....</b>	<b>58</b>
<b>C. MATERIALES DE REFERENCIA .....</b>	<b>72</b>
<b>Anexos .....</b>	<b>81</b>
Anexo A. Carta Compromiso .....	81
Anexo B. Instrumento .....	82
Anexo C. Carta entrega recepción del producto al beneficiario.....	91
Anexo D. Evidencias .....	92
Anexo E. Validación de encuestas por expertos.....	107

## ÍNDICE DE FIGURAS

<b>Figura 1</b> <i>Mapa de Canales de Distribución y Tecnologías Utilizadas en el Transporte Aéreo</i> .....	5
<b>Figura 2</b> <i>Mapa de la ciudad de Ambato con sus parroquias</i> .....	27
<b>Figura 3</b> <i>Análisis de Fiabilidad</i> .....	30
<b>Figura 4</b> <i>Mapa de la ciudad de Ambato con las agencias de viajes internacionales</i>	32
<b>Figura 5</b> <i>Años en el mercado de agencias de viajes</i> .....	34
<b>Figura 6</b> <i>Genero de los encuestados</i> .....	35
<b>Figura 7</b> <i>Edad de los encuestados</i> .....	36
<b>Figura 8</b> <i>Cargo de los encuestados</i> .....	37
<b>Figura 9</b> <i>Años de experiencia de los encuestados</i> .....	38
<b>Figura 10</b> <i>Los GDS dentro de las agencias de viajes internacionales</i> .....	39
<b>Figura 11</b> <i>Importancia sobre los GDS actualmente</i> .....	40
<b>Figura 12</b> <i>Los GDS más utilizados</i> .....	41
<b>Figura 13</b> <i>Frecuencia del uso de los GDS</i> .....	42
<b>Figura 14</b> <i>Años de uso de los GDS</i> .....	43
<b>Figura 15</b> <i>Promedio de ingresos mensuales con el uso de GDS</i> .....	44
<b>Figura 16</b> <i>Los metabuscadores más utilizados</i> .....	45
<b>Figura 17</b> <i>Frecuencia del uso de metabuscadores</i> .....	46
<b>Figura 18</b> <i>Promedio de ingresos mensuales con el uso de metabuscadores</i> .....	47
<b>Figura 19</b> <i>Los nuevos software y los GDS</i> .....	48
<b>Figura 20</b> <i>Los conceptos básicos para utilizar GDS</i> .....	49
<b>Figura 21</b> <i>Requisitos necesarios para trabajar en agencias de viajes internacionales</i> .....	50
<b>Figura 22</b> <i>Pruebas de chi-cuadrado</i> .....	56
<b>Figura 23</b> <i>Boletín informativo</i> .....	59
<b>Figura 24</b> <i>Solicitudes de autorización para realizar las encuestas</i> .....	92
<b>Figura 25</b> <i>Validación de encuesta</i> .....	107

## ÍNDICE DE TABLAS

<b>Tabla 1</b> <i>Resumen Variable Independiente</i> .....	12
<b>Tabla 2</b> <i>Resumen Variable Dependiente</i> .....	22
<b>Tabla 3</b> <i>Materiales para el desarrollo de la investigación.</i> .....	24
<b>Tabla 4</b> <i>Agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato.</i> .....	31

## RESUMEN EJECUTIVO

El presente trabajo analiza la influencia social y económica de los sistemas de distribución global (GDS) en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato. Estos sistemas poseen un valor intrínseco dentro de una agencia de viajes, ya que son sistemas tecnológicos que enlazan a las agencias con proveedores de servicios turísticos como aerolíneas, compañías de alquiler de vehículos, hoteles, etc. Brindando la capacidad acceder a una amplia oferta, tarifas más competitivas y eficiencia operativa a las agencias de viajes internacionales de Ambato. Se utilizó una metodología mixta con diseño no experimental transversal, un alcance fenomenológico para la variable independiente y un alcance descriptivo para la variable dependiente. El instrumento de recolección de información utilizado fue una encuesta, esta fue validada por 2 expertos y un análisis de Alfa de Cronbach mediante el uso del *software* SPSS que arrojó un resultado una fiabilidad de (0,825) considerada como buena. La hipótesis se comprobó mediante el mismo *software* estadístico “SPSS” con un valor de chi cuadrado (0.001) aceptando la hipótesis alternativa. Una vez analizados e interpretados los resultados, se determinó que él (86,7%) de encuestados considero muy importantes a los GDS en la gestión operativa de las agencias de viajes actualmente, y él (13,2%) considero importantes a los GDS en la actualidad. Los GDS son una plataforma fundamental para las agencias de viajes internacionales, por lo cual se plantea la creación de un boletín informativo para proporcionar información actualizada sobre los beneficios sociales y económicos que proporcionan estos sistemas.

**PALABRAS CLAVE: SISTEMAS DE DISTRIBUCIÓN GLOBAL (GDS), AGENCIAS DE VIAJES INTERNACIONALES, METABUSCADORES, TURISMO, TECNOLOGÍA.**

## ABSTRACT

The research analyzes the social and economic influence of global distribution systems (GDS) in international travel agencies in the city of Ambato. These systems have an intrinsic value within a travel agency, since they are technological systems that link agencies with tourist service providers such as airlines, car rental companies, hotels, etc. Providing the ability to access a wide range, more competitive rates, and operational efficiency to international travel agencies in Ambato. A mixed methodology was used with a cross-sectional non-experimental design, a phenomenological scope for the independent variable and a descriptive scope for the dependent variable. The information collection instrument used was a survey, this was validated by 2 experts and a Cronbach's Alpha analysis using the SPSS software that yielded a reliability result of (0.825) considered good. The hypothesis was verified by means of the same statistical software "SPSS" with a value of chi square (0.001) accepting the alternative hypothesis. Once the results were analyzed and interpreted, it was determined that he (86.7%) of respondents considered the GDS very important in the operational management of travel agencies currently, and he (13.2%) considered the GDS important. currently. The GDS are a fundamental platform for international travel agencies, which is why the creation of an informative bulletin is proposed to provide updated information on the social and economic benefits provided by these systems.

**KEYWORDS: GLOBAL DISTRIBUTION SYSTEMS (GDS), INTERNATIONAL TRAVEL AGENCIES, META SEARCH ENGINES, TOURISM, TECHNOLOGY.**

# CAPITULO I

## MARCO TEÓRICO

### 1.1 Antecedentes investigativos

De acuerdo con **Olmos (2021)**, los sistemas de distribución global (GDS) son sistemas tecnológicos – informáticos que optimizan las reservaciones y ventas en vivo de varios servicios como tickets de avión, habitaciones de hoteles, rentas de autos, etc. Estos sistemas de distribución principalmente son utilizados por aerolíneas y agencias de viajes. Pero según **Díaz (2019)**, los GDS no venden hacia las agencias algún producto, es decir que si bien es cierto estos sistemas venden servicios, estos son meramente de comunicación e información más no productos turísticos.

**Olmos (2021)**, realizó un estudio acerca del “Impacto del valor agregado que un Sistema de Distribución Global (G.D.S.) y una atención especializada representan en el servicio que brindan las agencias de viaje”. Esta investigación tuvo por objetivo exponer el uso de los GDS (en este caso SABRE) en una agencia de viajes presentando el valor diferenciador en la atención a los clientes, a su vez demostrando una ventaja competitiva dentro del mercado turístico, afirmación respaldada en la comparación de diversas fuentes bibliográficas.

Por otra parte **Niebuhr & Yarushka (2018)**, desarrollaron una indagación “Los sistemas de distribución global, la educación virtual y la problemática tecnológica”. El estudio tuvo por objetivo conocer la influencia que tiene la tecnología en el desarrollo de los sistemas de reservación, a fin de mejorar los productos turísticos de manera virtual, mediante la revisión de diversas fuentes bibliográficas demostrándose que algunas empresas turísticas no alcanzan la cúspide debido a que no poseen cobertura, y otras en cambio no disponen de un sistema de distribución global, concluyendo la importancia que tienen los GDS en el desarrollo y crecimiento de una empresa turística.

De acuerdo con la investigación de **Ruiz (2021)**, “La transformación de las relaciones comerciales en las agencias de viajes” se pretende analizar aquellas



estrategias y modelos de actuación que utilizan las agencias de viajes minoristas de España ante el constante desarrollo de intermediación turística. Se recopiló información en tres fases, contemplando el análisis de fuentes literarias, con un enfoque cuantitativo a través del uso de la técnica de encuestas, y un estudio cualitativo a través de entrevistas realizadas a representantes de empresas turísticas (agencias de viajes). El resultado de este estudio ha demostrado que el futuro de las agencias de viajes está garantizado, pudiendo variar el modelo que esta ofrezca; sin embargo, siempre con el objetivo de brindar al cliente la mejor opción. El aporte que propone el autor es que entre las personas encuestadas y entrevistadas, más de la mitad utilizan los GDS, siendo estos últimos los sistemas que son más utilizados a la hora de realizar reservaciones, pues consideran que son una gran herramienta de oferta y venta dentro de una agencia de viajes.

En cambio **Vásquez (2021)**, investigo sobre el “Uso de las TIC y la competitividad en las agencias de viajes en la ciudad de Tacna, 2019” Tuvo por objetivo conocer cuál es la relación que poseen las Tecnologías de Información y Comunicación en la competitividad de las agencias de viaje de la ciudad de Tacna durante el año 2019. A lo largo de su investigación se recopiló información a través de encuestas. La metodología utilizada es de tipo no experimental y transversal, pues se estudia el fenómeno en su naturaleza en un solo momento para determinar la competitividad, rentabilidad, del uso de las TIC en las agencias de viajes. El estudio ha demostrado que el uso de medios electrónicos es utilizado en gran medida tanto para transacciones, pagos a proveedores, pero principalmente para reservaciones a través de sistemas conocidos como GDS. El aporte que propone el autor es que, el uso correcto de los GDS permite visualizar y determinar mejores alternativas para los clientes de una agencia de viajes, a través de capacitaciones periódicas, con el objetivo de transformar a las agencias de viajes, en empresas innovadoras y eficaces.

Por otra parte **Franco & Rivas (2021)**, en su indagación sobre el “Uso de aplicaciones tecnológicas en agencias de viajes para la comercialización de productos turísticos en Manabí” se pretende analizar el uso de herramientas tecnológicas en las agencias de viajes para la comercialización de productos en esta ciudad. En esta investigación se desarrolló una caracterización de las agencias

de viajes de la ciudad, y los tipos de aplicaciones tecnológicas; la información se recabó a través de revisión bibliográfica. Se ha demostrado que a través del uso de aplicaciones y software tecnológicos, las agencias de viajes mejoran la productividad de las mismas, pues son utilizadas para estrategias de marketing y reservaciones, haciendo uso de los GDS. El aporte que proponen los autores es que la tecnología y sus aplicaciones han revolucionado el mundo de las agencias de viajes, y los GDS han tenido un impacto positivo, pues según los criterios de profesionales en esta área es muy satisfactorio tener este tipo de plataformas virtuales que sirven de gran ayuda para poder agilizar gestiones de oferta de las agencias y demanda de los clientes.

Los previos estudios se ven influenciados por la reciente pandemia ocasionada por la COVID-19, ya que dio paso a que las personas hagan aún más uso de la tecnología, puesto que el confinamiento evitaba el contacto directo con las personas y/o empresas, todo se lo realizaba mediante el internet, como pedidos de comida, compras en el supermercado a domicilio, clases virtuales y dentro del sector turístico las pocas ventas que se realizaban era todo vía online. Sin embargo, durante casi un año todo se ha ido estabilizando; no obstante, los cambios que ha traído consigo la pandemia se están reflejando y el incremento uso de la tecnología y el internet dentro del mercado turístico, principalmente a la hora de solicitar la información y/o venta de un producto turístico (Agudelo et al., 2020).

### **Teoría, modelo o posición filosófica**

El presente proyecto de investigación, para su desarrollo está bajo:

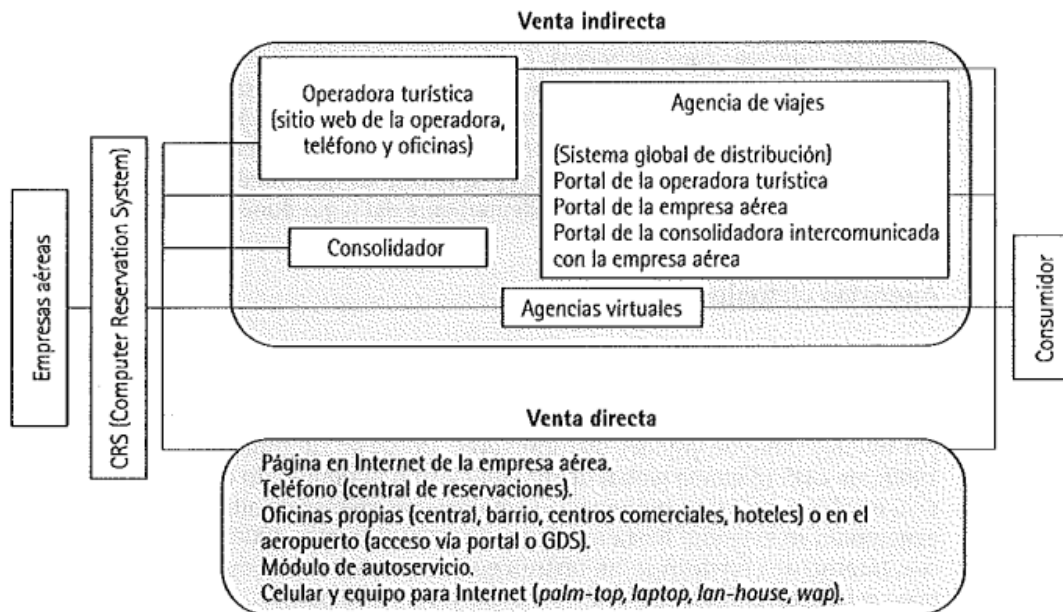
El método fenomenológico hermenéutico, propuesto por Husserl, citado por **Fuster (2019)**, está centrado en como las personas comprenden y describen las estructuras de experiencias vividas, entendiendo el significado de las mismas. Dentro de este método se indican las técnicas y procedimientos para la recolección de información e interpretación de la misma. Adicionalmente, Martínez, citado por **Fuster (2019)**, para conseguir la comprensión interpretativa es necesario cumplir con cada fase del método (p.8). La primera fase considera que se debe establecer la hipótesis, los conceptos, presupuestos y sistemas referenciales que den respuesta a cuestiones sobre

pensamientos, intereses, etc., con el objetivo de evitar estas en la interpretación de las experiencias. La segunda fase es la etapa descriptiva en donde se obtienen los datos de aquellas experiencias de varias fuentes como vivencias personales, entrevistas, observación, anécdotas. Max Van Manen, citado por **Fuster (2019)**, señala que para esta última, antes de solicitar una descripción del fenómeno a otras personas, se tendría que realizar una percepción personal y recabar información más detallada de lo que se podrá obtener, para determinar la importancia desde el punto de vista del cliente y los agentes de viajes.

A su vez se contempló el análisis de Cunhao, citado por **Panosso & Lohmann (2012)**, en donde conceptualiza “los canales de distribución en el turismo” como aquella estructura operante, que posee un sistema de relaciones entre organizaciones, donde los productores de bienes y servicios turísticos comercializan el turismo hacia los clientes. Para la comunicación entre la oferta y demanda, el autor menciona que existen diferentes formas, tanto directa (en persona o call center) como indirecta (operadores de servicios turísticos); para la elección de una de estas formas existe la necesidad de tomar en cuenta los costos y la cobertura del mercado turístico, es por ello que Knowles y Grabowski citado por **Panosso & Lohmann (2012)**, señalan que es vital contar con un establecimiento efectivo para un correcto sistema de distribución de información o de marketing de un destino turístico.

De manera similar, Pearce y Tan, citado por **Panosso & Lohmann (2012)**, mencionan que los canales de distribución dentro del turismo, forman una comunicación correcta entre proveedores y consumidores, puesto que esto permite a los consumidores realizar y/o pagar sus reservaciones. Kotler et al. citado por **Panosso & Lohmann (2012)**, envuelven a la distribución entre los factores clave que desempeña un canal de distribución en el sector turístico, como la información, negociación, contacto y/o promoción.

**Figura 1** Mapa de Canales de Distribución y Tecnologías Utilizadas en el Transporte Aéreo



*Nota.* La figura muestra un mapa conceptual de los canales de distribución utilizados dentro del transporte aéreo. Fuente: **Venturi & Lohmann (2006)**.

## Desarrollo teórico de la variable independiente

Variable Independiente: Los sistemas de distribución global

### Generalidades

De acuerdo con Radulovic, citado por **Olmos (2021)** “Un GDS es una red mundial computarizada de reservaciones que conecta electrónicamente la oferta con la demanda turística” (p.57). Esto quiere decir que los GDS son una especie de canal de distribución que genera una relación online directa entre la oferta por parte de los operadores turísticos y la demanda por parte de los clientes, pues la combinación del internet con las Tecnologías de la Información (TIC) aumentan la interacción entre proveedores y consumidores (**Caparros, 2018**).

Actualmente, existen cuatro GDS principales a nivel mundial:

- Amadeus
- SABRE
- Worldspan
- Galileo.

De estos cuatro GDS, los más utilizados por agencias de viajes son: Amadeus de origen español y, SABRE de origen estadounidense, ya que trabajan con una gran cantidad de empresas aéreas en sus bases de datos que benefician a los profesionales en turismo y para ventas mayoristas y minoristas (**Ruiz, 2021**).

Sin embargo, actualmente Amadeus es considerado como el GDS más utilizado en el sector turístico a nivel mundial, ya que durante el paso de los años ha ido desarrollando y ampliando su alcance para una inmensa cantidad de aerolíneas de alto y bajo coste, brindando soluciones tecnológicas para las reservaciones.

**Guerra (2020)**, indica que la principal ventaja competitiva de Amadeus la posee gracias a su posición dentro del sector turístico y al gran alcance que posee la misma, pues sus soluciones tecnológicas se encuentran en una gran cantidad de agencias de viajes online y offline, esto conlleva a que varias agencias de viajes adquieran sus servicios. Otra ventaja competitiva es que los costes de cambio de los proveedores de los software son elevados en términos de precio y de implantación o formación del personal de Amadeus IT lo cual es un beneficio para dicha empresa. Amadeus pone sobre la mesa ventajas competitivas que le permiten poder diferenciarse de sus demás competidores y por ende conseguir resultados satisfactorios innovadores.

Hay que resaltar que Amadeus sigue en constante crecimiento y desarrollo, en conjunto con la revolución tecnológica que está sucediendo, es decir, que la empresa sigue buscando cada vez innovar más y por ende mejorar, corregir errores e invertir en proyectos continuamente para mantener su posición como uno de los líderes en el mercado de los GDS (**Guerra, 2020**).

## **Surgimiento de los sistemas de distribución global (GDS)**

De acuerdo con **Olmos (2021)**, por los años 60 para poder realizar reservaciones de tickets aéreos o habitaciones de hoteles, se tenía que hacer uso del teléfono convencional y llamar de manera directa al hotel o a la aerolínea en donde se quería reservar. Sin embargo, este único método que existía era muy ineficiente, ya que las agencias de viajes y/o aerolíneas para efectuar la reserva se demoraban demasiado, puesto que cada reserva podía llegar a tardarse hasta más de una hora, pues se necesitaba encontrar espacios disponibles, ingresar a la reserva de forma manual. El crecimiento de los departamentos de reservaciones cada vez se limitaba más, porque la demanda era excesiva, además de que varias aerolíneas se limitaron a poner un límite de personas para poder ingresar a los archivos al mismo tiempo.

**Francos (2020)** menciona que C.R. Smith (CEO de American Airlines) y Blair Smith (Representante comercial de IBM) se encontraron en un vuelo, trataron el tema de las reservaciones, los problemas que estos tenían, y sin buscarlo, dicha charla se convirtió en una reunión de negocios. El resultado fue espléndido, pues varios ingenieros de IBM se unieron a la aerolínea American Airlines, detectaron las necesidades de la aerolínea y trajeron soluciones.

American Airlines en asociación con IBM crearon e implementaron el primer y sistema de reservas computarizado (CRS), este sistema se llamaría SABRE y es el primero de toda la historia del turismo (**Diaz, 2019**). Este sistema permitió que American Airlines tuviera una ventaja competitiva amplia y como lo menciona **Olmos (2021)**, años después, viendo que SABRE y por ende American Airlines se convirtiesen en el mayor sistema de procesamientos en vivo, varias aerolíneas también lo hicieron de igual manera apoyándose en IBM haciendo que la industria aérea evolucione en todo el mundo.

Para principios de los 2000 los CRS evolucionaron y dieron origen a los Sistemas de Distribución Global (GDS), esto debido a los avances tecnológicos y la llegada del internet, cambiando la manera de reservar para muchas personas, puesto que como lo señala **González (2017)**, las reservas suelen ser construidas por agentes de viajes de acuerdo a los requerimientos del cliente y para esto se utilizan los GDS, los cual permiten conectar a los proveedores con los distribuidores. Además

de que brinda la posibilidad de comparar, elegir precios, y mejora el funcionamiento de las agencias de viajes (**Francos, 2020**).

### **Los sistemas de distribución global (GDS) más destacados**

**Galindo (2021)** menciona que los GDS son grandes bases de datos que permiten a las agencias de viajes otorgar información sobre disponibilidad, destinos, tarifas y servicios en vivo, de reserva de tickets aéreos, habitaciones de hoteles, alquileres de coches, etc. Existe una gran cantidad de GDS, unos más relevantes o antiguos que otros; sin embargo, existen dos sistemas que son los más destacados actualmente en el mercado, estos son:

**SABRE:** Este GDS estadounidense se creó en 1953, es decir que es el más antiguo de todos, atiende a agencias de viajes, sitios web, corporaciones y gobiernos a nivel mundial, pues es el sistema líder y más grande de todo el mundo, su servicio es personalizado y de fácil acceso, SABRE brinda opciones tanto para agencias, como para aerolíneas. Este sistema es el GDS más lucrativo, sobre todo en el mercado norteamericano. Es utilizado por más de, 125000 cadenas hoteleras, más de 400 aerolíneas, más de 200 operadores de turismo, etc. SABRE brinda soluciones establecidas en datos que otorgan información determinante para los proveedores y compradores acerca de sus tendencias de compra y reservas de clientes (**Olmos, 2021**).

**Amadeus:** Este sistema fue creado en 1987 gracias a la asociación de cuatro aerolíneas, estas son: Air France, Lufthansa, Iberia y Scandinavian Airlines, desde su creación Amadeus se ha dedicado arduamente a reservaciones aéreas mediante el uso de la tecnología, hoy en día Amadeus es una de las mayores empresas tecnológicas de todo el mundo en cuanto a viajes y turismo, únicamente por debajo de SABRE.

Este sistema tiene como objetivo impulsar el sector turístico, es decir, ser el motor de este sector y generar un aporte al desarrollo en cuanto a las nuevas formas de satisfacer a los clientes, pues Amadeus cumple una política que busca mejorar la relación entre coste y beneficio con un determinado número de proveedores,

mismos que han superado una serie de requisitos para formar parte de la empresa Amadeus (**Gutiérrez, 2020**).

### **Los sistemas de distribución global en Ecuador**

De acuerdo con **Rodríguez et al. (2017)**, durante los últimos años, a pesar de que los turistas aún no poseen herramientas de libre acceso que cuenten con un GDS, si pueden ingresar a través de internet, es decir, a realizar búsqueda en metabuscadores, los cuales brindan información rápida y útil de horarios, precios, disponibilidad, etc. Sin embargo, la información recibida por los clientes no es igual a la que podrían encontrar haciendo uso de un GDS.

En la actualidad, según **López (2019)**, en Ecuador únicamente se hacen uso de tres sistemas de distribución global (GDS), estos son: SABRE, Galileo y Amadeus, utilizados por las agencias de viajes, aerolíneas, etc. En Ecuador el GDS más usado es Amadeus, pues este posee una empresa líder en tecnología y puede brindar información en vivo, posee herramientas de ventas muy buenas que para los profesionales en turismo, este GDS es de suma importancia para las agencias de viajes y por ende, para los turistas ecuatorianos. Mediante este servicio permite a los operadores turísticos brindar tarifas más competitivas que dentro de un metabuscador (**Perea, 2018**).

Se puede notar que en Ecuador la falta de utilización de los GDS provoca precios muy elevados, mismos que se podrían mejorar, haciendo uso de GDS en las agencias de viajes del país. Es por ello que muchas personas retroceden al ver estos precios, inclusive en ciertas ocasiones dejando de lado al turismo o simplemente lo intentan buscar por sus propios medios (**López, 2019**).

### **Las capacidades de los GDS**

**Artigas (2018)**, expresa que las tecnologías de la información y comunicación (TIC) han permitido que el sector turístico se globalice con el paso de los años. Con la aparición de los CRS y posteriormente los GDS, estos sistemas han traído consigo una serie de ventajas para varias empresas turísticas a la hora de que estas quieran desarrollar su productividad y competitividad entre ellas.



Desde su aparición, estos sistemas se convirtieron en intermediarios esenciales dentro del sector turístico, puesto que conectan a los proveedores con sus distribuidores en tiempo real. Los GDS proporcionan información que llega a cubrir aquellas necesidades de comercialización de las líneas aéreas de manera eficaz.

Hoy en día una de las empresas que más hace uso de estos sistemas, son las agencias de viajes, puesto que los GDS establecen un tipo de instrumento mucho más lejos que solo la distribución, hay que resaltar que ofrecen amplias posibilidades como alquiler de coches, habitaciones de hoteles; sin embargo, en donde mayormente son utilizados es en el transporte aéreo nacional e internacional.

Para **Olmos (2021)**, estos software tienen grandes ventajas como la opción de comparar precios y su disponibilidad en tiempo real, permitiendo ajustar los diferentes precios a las necesidades de las personas, también es importante señalar que estos sistemas permiten las reservaciones en modo gráfico y también en modo de comando, integrando contenido audiovisual, información importante y complementaria sobre los destinos.

En síntesis, estos sistemas brindan un valor agregado tanto para las empresas turísticas como para los clientes, puesto que procesan una gran cantidad de información de manera rápida y efectiva, esto es debido principalmente a que estos software son actualizados, poderosos y automatizados regularmente para brindar las mejores opciones a la hora de querer realizar reservaciones.

### **El valor agregado en el servicio de los GDS**

**Crespo (2021)**, expresa que el valor agregado es una especie de beneficio, el cual se genera a un bien o servicio con el objetivo de brindarle una característica especial, mismo que da un mayor valor comercial y popular a lo que se oferta. Esta característica suele ser la que marca que la diferencia y no la suelen ocupar los competidores de la empresa que lo brinda, es decir, una “ventaja competitiva”.

Para **Olmos (2021)**, el valor agregado dentro de la prestación de un producto o servicio, consiste en tener la capacidad de satisfacer las necesidades de los clientes

que demandan estos mismos, siendo una característica diferenciadora que permite que la empresa mantenga de alguna manera “felices” a los clientes y que la calidad del servicio se incremente. Actualmente, los clientes suelen requerir que la empresa donde buscan un servicio o producto los sorprenda para bien, cumpliendo y superando las expectativas que estos tienen, y cuando esto ocurre empiezan a convertirse en clientes leales a la empresa, puesto que es en la que confían y donde siempre van a recurrir.

Hay que resaltar que el valor agregado hacia un producto o servicio no posee ningún costo adicional a lo que los clientes requieren, sino que más bien, este es un añadido que la empresa le “regala” al cliente por confiar en la misma. Siendo una estrategia de marketing muy ingeniosa y funcional con el único objetivo de satisfacer a los clientes cuidando de recursos como el trabajo y dinero.

Dentro del sector turístico, este valor añadido lo brindan los sistemas de distribución global (GDS), principalmente a la hora de realizar reservaciones de tickets aéreos por parte de las agencias de viajes, puesto que estos sistemas garantizan un excelente servicio al cliente brindando la capacidad a las agencias de poder acceder a diferentes tarifas y disponibilidad en tiempo real, de esta manera permitiendo a las agencias ofrecer una atención personalizada y eficaz a sus clientes (Olmos, 2021).

### **Los GDS en la actualidad**

Según Gómez (2021), actualmente, gracias a la revolución tecnológica, se posee una herramienta muy importante para los proveedores de servicios turísticos (agencias de viajes). La tecnología ayuda en las relaciones entre los agentes del sistema y las funciones de los intermediarios, permitiendo que se amplíen la personalización de la oferta de un servicio turístico.

Los GDS actualmente, si bien es cierto, siguen brindando un excelente servicio, la constante revolución tecnológica ha puesto sobre la mesa una posible desaparición de las agencias de viajes, dejando de lado la gran importancia que suponen las mismas junto con su personal experto a la hora de brindar su producto y/o servicio a los clientes.

**Olmos (2021)**, menciona que la transformación del turismo es algo que, en efecto, ya está sucediendo; sin embargo, las agencias de viajes y su personal son los principales interesados en adaptarse a esta transformación, y esto se ve principalmente en el uso de los GDS con las que se apoyan tanto pequeñas como grandes empresas.

Sin embargo, así como varias agencias mantienen su contacto con estos sistemas, también se han provocado cambios estructurales con la aparición de nuevos instrumentos, canales y consumidores, lo cual ha incitado una disminución de dominación de los GDS. Varias aerolíneas también han decidido no participar en los GDS a pesar de que estos sistemas distribuyen las plazas a nivel mundial, optando por eliminar la intermediación y que todo se haga directamente cliente – aerolínea.

A pesar de esta “amenaza” los GDS han sabido demostrar al sector turístico que poseen una capacidad de recuperación y actualización tecnológica, pues todas las empresas han sabido reinventarse, adaptarse y mantener su posición como líder de los sistemas de distribución en el sector turístico, a través de las agencias de viajes con el objetivo de sobrevivir ante los nuevos cambios estructurales y seguir satisfaciendo a los clientes con su valor agregado (**Gómez, 2021**).

A continuación se presenta un cuadro con la información y las características de la fundamentación de la variable independiente:

**Tabla 1** *Resumen Variable Independiente*

<b>Fundamentación:</b>	<b>Autores</b>	<b>Caracterización</b>
<b>Generalidades</b>	Olmos (2021) Diaz (2019) Ruiz (2021)	Que son los GDS. Sus funciones. Quien hace uso de estos. Que GDS existen
<b>Surgimiento</b>	Olmos (2021) Francos (2020) Diaz (2019)	El origen de los GDS. El uso de la tecnología. La creación de los CRS y evolución a los GDS.
<b>Los GDS más destacados</b>	Galindo (2021) Olmos (2021) Gutiérrez (2017)	Los GDS que más destacan actualmente Corta historia de Sabre. Corta historia Amadeus. El objetivo de estos GDS.

<b>Los GDS en Ecuador</b>	Rodríguez (2017) López (2019) Perea (2018)	Los GDS que se utilizan en Ecuador La situación de los GDS en el país.
<b>Las capacidades de los GDS</b>	Artigas (2018) Olmos (2021)	Las TIC y los GDS Ventajas de estos sistemas. Efectividad de los GDS.
<b>Valor agregado en los GDS</b>	Crespo (2021) Olmos (2021)	Los beneficios que oferta un GDS. Cumplir y superar las expectativas de los clientes Servicios en tiempo real personalizado.
<b>Los GDS en la actualidad</b>	Gómez (2021) Olmos (2021)	Como la revolución tecnológica ha afectado a los GDS. El contacto de agencias con los GDS La recuperación y actualización de los GDS frente a la actualidad.

*Nota.* Información de la variable independiente.

### **Desarrollo teórico de la variable dependiente**

Variable Dependiente: Agencias de viajes internacionales

#### **Las agencias de viajes internacionales**

Según el **Reglamento general de actividades turísticas (2002)**, “las agencias de viajes son aquellas organizaciones sujetas a la vigilancia y control de la Superintendencia de compañías” (p.20). **Rogel (2018)**, menciona que las agencias de viajes son un canal muy importante de intermediación turística entre los prestadores de los servicios y los clientes, pues según datos recopilados por el autor, la mayoría de visitas hacia las islas Galápagos se la realiza a través de una agencia de viajes internacionales u operadoras de turismo. Esto sucede porque las personas sienten que una agencia de viajes representa seguridad entre ellos, el destino que quieren visitar, y el producto final involucra la generación de beneficios.

Las agencias de viajes, según el **Reglamento general de actividades turísticas, (2002)**, podrán encargarse de desarrollar dentro y fuera del país, reserva y venta de asientos en cualquier clase de medio de transporte turístico local e internacional, la reserva y adquisición de servicio de alojamiento y entradas hacia museos, espectáculos y/o áreas protegidas de un determinado país, la organización,

promoción y comercialización de paquetes turísticos que posean servicios turísticos como alojamiento, alimentación, manutención, etc.

También podrán actuar como representantes de otras agencias, ya sean nacionales o extranjeras, para la venta de productos turísticos, una agencia de viajes puede realizar trámites y asesoramientos a los clientes para la obtención de documentos de viaje que son requeridos para un viaje, y para la intermediación en los despachos de carga y/ o equipaje en cualquier medio de transporte turístico.

Las agencias de viajes internacionales son aquellas en donde se distribuye los productos turísticos de una agencia de viajes mayorista, esta distribución se la realiza de manera directa hacia los clientes; las agencias de viajes internacionales también se encargan de organizar y vender otras clases de servicio como tickets aéreos, asesoramiento de visados, seguros de viaje, etc. Así mismo se lo realiza de manera directa con los clientes, hay que resaltar que estas agencias no pueden ofertar ni comercializar productos que se desarrollen en el exterior hacia otras agencias del país (**Reglamento general de actividades turísticas, 2002**).

### **El origen de las agencias de viajes**

De acuerdo con **Serrano (2018)**, las agencias de viajes surgieron de casualidad en Reino Unido, puesto que Thomas Cook, un gran emprendedor por 1841, pretendió ayudar a un grupo de varias personas que poseían problemas con el alcohol. Cook decidió organizar un viaje en el ferrocarril para más de 500 personas entre las ciudades de Leicester y Loughborough en Inglaterra, con el objetivo de ingresar en una reunión denominada “El movimiento por la templanza” en dicho evento hacía pasar un hermoso día de campo a todas estas personas que lamentablemente estaban pasando por una situación muy mala.

Gracias a la organización de Thomas Cook, quiso emprender más viajes y experiencias durante los años siguientes, variando en cada viaje los destinos en Inglaterra, a pesar de que como lo menciona **Plasencia (2019)**, en un principio fueron un fracaso económico, Cook nunca se dio por vencido. A principios de 1850 debido a que los destinos eran muchos y diferentes, además de que muchas personas viajaban no solo para acudir a eventos laborales, sino que también varias

personas lo hacían para tomarse un descanso, es decir, con fines turísticos. Cook al ver esto innova y emprende la primera agencia de viajes internacional de toda la historia, en donde sus primeros destinos como Europa, Egipto y Estados Unidos.

De acuerdo con López, citado por **Serrano (2018)**, al suscitarse esto, muchas personas más crearon agencias de viajes, pero hay que destacar que Cook por el año 1865 inaugura el primer negocio en Londres y junto a su hijo comenzaron a trabajar arduamente, de esta manera la agencia paso a llamarse “Thomas Cook y Son”, este nombre lo mantuvo por más de 100 años hasta que en 1974 se decidió cambiarlo por “Thomas Cook Group” que hasta hoy en día se conserva.

### **Evolución de las Agencias de Viajes**

De acuerdo con **Serrano (2018)**, en el pasado las personas viajaban muy poco y cuando lo hacían eran más por temas de trabajo o de negocios, esto sucedió hasta que llegó el ferrocarril al mundo y las personas ya no viajaban únicamente por negocios, sino que también por temas de ocio; sin embargo, este tipo de viajes en un principio solo se lo podían permitir un determinado grupo de personas, mayoritariamente los de la alta sociedad, puesto que para las demás personas era un tema que conllevaba mucho dinero y sus malas condiciones laborales no se los permitía.

Gracias a los nuevos movimientos que se iban implementando como el obrero, produjo un gran cambio en el ámbito laboral, pues permitió reducir las horas de trabajo, y trajo consigo vacaciones pagadas y tiempo libre. Esto produjo en las personas un incremento de interés en conocer más allá del entorno común, asociado a esto surgieron mejores, más rápidos medios de comunicación y la oportunidad de poder disfrutar de un descanso y visitar lugares fuera de su residencia (**Serrano, 2018**).

Según Ortega, citado por **Falcón (2021)**, las agencias de viajes tradicionales o también conocidas como agencias offline fueron las primeras empresas que se dedicaron meramente a la intermediación turística, es decir que están agencias cuentan con más de 150 años de historia, y hay que destacar que la persona que

impulso esto fue Thomas Cook al ser el primero en crear una agencia de viajes y también el primer agente de viajes.

Antiguamente, las agencias eran una fuente de información turística a la cual las personas se dirigían, para que los agentes les armaran un paquete turístico de acuerdo con lo que solicitaban. Actualmente, esta información está en el internet y cualquier persona la puede visualizar, por lo que los agentes de viajes se convirtieron en asesores en lugar de vendedores y las personas asisten a las agencias de viajes con un destino o lugar ya seleccionado porque lo han investigado en la web e inclusive en ciertos casos suelen tener más información que el propio agente de viajes (**Falcón, 2021**).

## **Tendencias**

La **Organización Mundial del Turismo (2020)**, declaró que la reciente pandemia ocasionada por la COVID-19 ha golpeado fuertemente al turismo, puesto que el confinamiento impuesto por las autoridades redujo hasta un 98% el turismo internacional, es por ello que **Salgado et al. (2021)**, expresan que luego de este golpe asestado, se han formado nuevas tendencias en la comercialización dentro de las agencias de viajes, una de ellas es la comercialización digital, es decir de manera virtual, puesto que como lo menciona Arcos, citado por **Salgado et al. (2021)**, la crisis impuesta por este virus generó cambios drásticos no solo en los medios de consumo, sino que también en la manera en cómo las agencias de viajes dentro de su función como intermediadoras entre los servicios turísticos y el cliente resulta preciso saber que las agencias lleven a cabo nuevos métodos y metas de actuación para formar una etapa de recuperación.

Los avances tecnológicos han producido que la implementación y el uso de las agencias de viajes online se incremente, además de que se resalte la gran importancia de las herramientas tecnológicas en el sector turístico actual, pues la adaptación a la digitalización es vital para tener nuevas formas y oportunidades en el mercado local e internacional, los autores López et al., citado por **Salgado et al. (2021)**, mencionan que el marketing digital se ha convertido en una de las principales maneras en donde las empresas se pueden comunicar con sus clientes

de manera directa y personalizada lo cual mejora el mercado sin necesidad de que la persona este físicamente con un asesor de la empresa.

El surgimiento de las agencias de viajes online (OTA) según Statista citado por **Salgado et al. (2021)**, ha demostrado que su auge ha sido inminente, esto es principalmente debido a que se ha incrementado la tendencia de las personas de utilizar la tecnología prácticamente para todo lo que hacen o desean. Estas agencias han permitido que la oferta y comercialización de sus productos hacia el cliente final sea por la web, de esta manera poniendo en claro que el internet ofrece a las agencias una opción excelente en la actualidad para establecer contacto con los clientes reales y potenciales.

Las OTA han tenido tanto éxito que en el año 2019 se posicionaron como el canal principal de adquisición de viajes frente a las demás alternativas comunes. Hay que destacar que esto se produjo antes de la pandemia de la COVID-19, por lo que se puede ver que el uso de estas agencias se va a ir incrementando en los próximos años, hasta que posiblemente las agencias mayoristas, nacionales y duales sean de manera virtual (**Salgado et al., 2021**).

### **El internet asociado a los productos y servicios en las agencias de viajes**

**Herrera (2019)**, señala que las empresas turísticas, en especial aquellas de operación e intermediación turística, desde el comienzo de sus actividades en 1841, gracias a Thomas Cook, han sido los encargados de la comercialización del turismo. Su correcto funcionamiento por más de 20 años se debe a la recomendación de boca a boca por parte de los clientes de las agencias, consiguiendo que estas se logren posicionar dentro del mercado turístico y ser las principales empresas intermediadoras entre las personas y el turismo.

Sin embargo, durante los últimos años, gracias a la aparición del internet y el constante avance tecnológico, han aparecido nuevas fuentes de información para promover los servicios turísticos que una agencia oferta. Según Alonso y Furio, citado por **Herrera (2019)**, mencionan que la relación entre las agencias de viaje y el internet es una gran oportunidad de que las agencias pasen a transformarse en gestores de información, los cuales controlen información importante para poder



brindarle un valor agregado al cliente con el uso de la tecnología, y este criterio lo comparten los autores Sabate y Velarde, citado por **Herrera (2019)**, en donde indican que las agencias de viajes son las empresas que más hacen uso del internet para poder desarrollar sus funciones de la mejor manera.

Esta última característica se ha visto reflejada durante las dos décadas pasadas, en donde varias agencias a nivel mundial utilizan el internet como una estrategia de marketing, para mejorar sus procesos de comunicación o para posicionarse frente a la competencia. Con esto último, el autor destaca que se debería dejar de lado esa incoherente idea de que las agencias de viajes desaparecerán en el futuro, si no que más bien estas van a evolucionar. Hoy en día el cliente tiene a su alcance la accesibilidad hacia la información que buscan, esto en conjunto con las agencias de viajes crean productos innovadores con el uso de software como los GDS o metabuscadores y así pueden identificar y ofertar un servicio de acuerdo con las necesidades y posibilidades de los clientes (**Herrera, 2019**).

### **Marco Legal**

El **Reglamento general de actividades turísticas (2002)**, en el art. 90, detalla doce servicios que las agencias tienen permitido realizar, en donde se denota que las actividades y servicios de una agencia internacional son principalmente relacionadas a la venta de productos turísticos nacionales e internacionales de manera directa al usuario de las agencias operadoras y/o mayoristas, en conjunto con:

- ✓ Reserva de tickets aéreos, o cualquier medio de transporte turístico,
- ✓ Venta de servicios de alojamiento,
- ✓ Información turística,
- ✓ Venta de servicios de alquiler automovilístico,
- ✓ Trámites y asesoría en documentos de viaje como pasaportes, cédulas, visados, etc. (**Solís, 2021**).

Existen agencias de viajes internacionales que poseen una licencia de la Asociación Internacional de Transporte Aéreo (IATA), la cual, como lo menciona **Sánchez (2018)**, es una asociación comercial de las aerolíneas de todo el mundo, aquellas agencias que poseen esta licencia deben de realizar un pago hacia la entidad BST, la misma que se encarga de recolectar y distribuir el dinero de las agencias a las aerolíneas. Sin embargo, las agencias internacionales IATA tienen la ventaja de ejecutar la consolidación de boletos aéreos que son requeridas por otras agencias de servicios turísticos, es decir, que tienen un contacto más directo a la hora de reservar y vender. En síntesis, las agencias de viajes internacionales tienen permitido promocionar y comercializar paquetes principalmente de agencias mayoristas o realizar alianzas con otras empresas.

### **La Relación entre las agencias de viajes internacionales y las aerolíneas**

**Olmos (2021)**, señala que las agencias de viajes que distribuyen productos turísticos, y que requieren de la reserva de tickets aéreos, tienen la necesidad de realizar un vínculo con las aerolíneas más habituales, principalmente con aquellas que trabajan en conjunto con la Asociación de Transporte Aéreo Internacional (IATA). Es clave resaltar que las agencias y aerolíneas poseen un vínculo estrecho desde aquel momento en que surgió la aviación comercial a nivel mundial, este vínculo es beneficioso y sólido para ambas empresas, puesto que, a las aerolíneas, esto les ha permitido incrementar su capacidad aérea hacia todos los destinos en la distribución del servicio de manera correcta y para las agencias de viajes les ha permitido poseer clientes que priorizan su compra en las mismas.

Desde sus inicios la relación de estas empresas se ha mantenido gracias al contrato que la IATA creó, lo cual permite que la liquidación a través de una herramienta muy importante llamada “*Billing and Settlement Plan (BSP)*” el cual es un sistema en donde la IATA recaba las cantidades de los agentes de viajes debidas a cada aerolínea lo cual permite que la liquidación de estas cantidades se realice en una transferencia económica para los participantes.

Es importante señalar que el contrato de la agencia es voluntario para aquellas agencias que requieren distribuir tickets aéreos, puesto que existen varias formas de comercializar estos mismos, puede ser directamente con la aerolínea, con el uso

de un GDS o en conjunto con una consolidadora IATA, es decir que la emisión de la reserva de los tickets la hace una agencia y la emisión de los tickets lo realiza únicamente la consolidadora (**Olmos, 2021**).

La revolución turística y tecnológica ha producido grandes cambios en la aviación comercial, afectando a las aerolíneas, agencias de viajes y a los pasajeros. Surgieron aerolíneas “Low cost” es decir, de bajo costo, que tenían como objetivo ofrecer tickets aéreos lo más baratos posible y extender a la aviación. Por otro lado, para las agencias de viajes, surgieron las OTAs, es decir, las agencias online que se han intentado anteponer ante el modelo tradicional de las agencias comunes, con el objetivo de reducir los costos que requiere estas, reemplazándola por el uso de la tecnología. Estos cambios trajeron consigo una disolución de relaciones entre las aerolíneas de bajo costo con las agencias de viajes y en parte con los sistemas de distribución global (GDS).

Sin embargo, existe una gran cantidad de aerolíneas habituales que mantienen aún la confianza en su relación directa con las agencias de viaje para la reserva y venta de sus tickets aéreos, de manera directa, o mediante el uso de los sistemas de distribución global (GDS) ya sea de manera tradicional o con agencias online, puesto que la relación es beneficiosa para ambas empresas y por ende para los clientes (**Olmos, 2021**).

### **Los tipos de funciones de las agencias de viajes internacionales**

Rodríguez et al. citado por **Falcón (2021)**, mencionan que una agencia de viajes internacional desempeña una variedad de actividades que son de gran importancia para un correcto funcionamiento dentro de la comercialización de servicios turísticos que la misma oferta, para lo cual poseen funciones específicas que identifican de que se encarga cada una, estas son:

**Función productora:** Esta función está dirigida principalmente por las agencias de viajes mayoristas o por los operadores de turismo, en donde establecen y producen tours que tienen como característica principal que son viajes combinados, no obstante, los turistas también han sufrido un cambio con el paso de los años, y es aquí donde los mismos buscan tour personalizados o creados por ellos mismos, es

por ello que las agencias internacionales se tienen que acoplar y desarrollar productos turísticos de acuerdo a las necesidades del cliente.

Función asesora: Es importante señalar en este punto, que una agencia no únicamente produce servicios a sus clientes, sino que se encarga de brindarles información, y la función asesora es prueba de ello, debido a que esta señala que los agentes de viajes deben ser conocedores de aquellos destinos, productos y servicios de sus proveedores, para que así luego de escuchar la propuesta de los clientes, ofrecerles lo que más les convenga a la agencia y al cliente.

Función mediadora: Esta función es la encargada de brindarle un sentido a la intermediación turística, puesto que las agencias de viajes se encargan de mediar o ponerse en contacto con sus proveedores de servicios turísticos y de igual manera a los clientes, con el objetivo de brindar una variedad de actividades que permiten que la actividad turística se desarrolle de manera correcta.

Función Operacional: El Ministerio de Turismo citado por **Falcón (2021)**, señala que esta función está encargada de establecer las formas de organizar los viajes en distintas modalidades como el turismo patrimonial, de aventura, deportivo o educativo, es decir, modalidades que sean aceptadas y avaladas por el MINTUR del Ecuador.

A continuación se presenta un cuadro con la información y las características de la fundamentación de la variable dependiente:

**Tabla 2 Resumen Variable Dependiente**

<b>Fundamentación</b>	<b>Autor</b>	<b>Caracterización</b>
<b>Las Agencias de Viajes Internacionales</b>	Reglamento general de actividades turísticas (2002) Rogel (2018)	Que son las agencias internacionales. Características principales de estos. De que se encargan.
<b>El origen de las agencias de viajes</b>	Serrano (2018) Plasencia (2019)	Como surgen las agencias en el sector turístico. El objetivo de las Agencias de viajes
<b>Evolución de las agencias de viajes</b>	Serano (2018) Falcon (2021)	La evolución de la intermediación turística Lo que ha permitido la tecnología.
<b>Tendencias</b>	Salgado (2021)	Como se sobrepusieron ante la pandemia de la COVID-19 Las OTAs Marketing digital dentro de las agencias.
<b>El internet asociado a los productos y servicios de las AA.VV.</b>	Herrera (2019)	La aparición del internet y su influencia en las agencias de viajes El internet de vital dentro de las operaciones dentro de las Agencias. Creación de productos personalizados y/o innovadores gracias al internet.
<b>Marco Legal</b>	Reglamento general de actividades turísticas (2002) Sánchez (2018)	Actividades y servicios que tienen permitido las agencias de viajes internacionales. Ventajas de las agencias IATA.
<b>Relación entre las AA.VV. y las Aerolíneas</b>	Olmos (2021)	La comunicación entre ambas empresas Las aerolíneas Low cost y su relación con las agencias de viajes. Relación directa e indirecta entre empresas.
<b>Funciones de las AA.VV.</b>	Falcon (2021)	La función productora y los tours personalizados La función asesora y el conocimiento de los agentes de viaje La función mediadora, la intermediación turística y los proveedores de servicios turísticos. La función operacional y las formas de organizar los viajes.

*Nota.* Información de la variable dependiente.

## **1.2 Objetivos**

### **Objetivo general**

Analizar los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato.

### **Objetivos específicos**

1. Esquematizar los sistemas de distribución global y destacar su importancia en el sector turístico.
  - Se recopiló en diversas fuentes de información primaria (encuesta, páginas web, tesis de tercer y cuarto grado) y secundaria (artículos científicos, artículos académicos), acerca de los sistemas de distribución global, principalmente sobre la importancia que representan estos, como plataformas tecnológicas que brindan beneficios a nivel social en el acceso a información y a la mejora de toma de decisiones, y económico en la eficiencia de la distribución, competitividad laboral y/o negociación de tarifas dentro del mercado turístico actual.
2. Analizar el uso de los GDS en las agencias de viajes internacionales que se encuentran en el cantón Ambato para promover su valor intrínseco.
  - Se identificó como los sistemas de distribución global (GDS) benefician a las agencias de viajes internacionales ubicadas en la ciudad de Ambato, a través de la aplicación de una encuesta a 15 empresas, de las cuales se obtuvo información sobre la influencia socioeconómica de los GDS en las empresas, y a su vez, como las agencias aprovechan estos sistemas para mejorar su rendimiento, competitividad a fin de promover el valor intrínseco que poseen los GDS.
3. Diseñar un boletín informativo sobre la importancia de los Sistemas de Distribución Global de las agencias de viajes del cantón Ambato.
  - Por medio de la creación del boletín informativo, se pudo conocer el valor intrínseco que poseen los sistemas de distribución global (GDS) dentro de las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato, a fin de proporcionar información valiosa actualizada sobre los aspectos sociales y económicos para la toma de decisiones dentro del sector turístico.

## CAPÍTULO II

### METODOLOGÍA

A continuación se presenta la metodología de la investigación, en donde se describe una serie de pasos y procedimientos de manera organizada que se siguen para cumplir el estudio de manera sistemática coherente y efectiva.

#### 2.1 Materiales

**Tabla 3** *Materiales para el desarrollo de la investigación.*

<b>Equipo Tecnológico</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Celular</li><li>• Computadora</li><li>• Internet</li><li>• Impresora</li></ul>
<b>Institucionales</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Tutorías</li><li>• Biblioteca</li></ul>

*Nota.* En la tabla se detallan los materiales tecnológicos e institucionales que se utilizaron durante la investigación.

#### 2.2 Métodos

##### Enfoque

La presente investigación tiene un enfoque mixto, que de acuerdo con **Otero (2018)**, tiene como objetivo dar respuesta a un problema de investigación que implica una recolección, análisis e interpretación de datos tanto cuantitativos como cualitativos que el autor de la investigación haya considerado necesarios para su tema de estudio planteado. Este enfoque une a la visión objetiva cuantitativa y a la visión interpretativa. Por lo tanto, la investigación es mixta debido a que la variable independiente (los sistemas de distribución global) es cualitativa, puesto que se realizó una investigación de conceptos, tipos y la influencia que supone el manejo de los GDS, mientras que la variable dependiente (agencias de viajes internacionales) es cuantitativa debido a que se levantó información para conocer cuantas agencias de viajes internacionales operan en el cantón Ambato.

La investigación tiene un método inductivo y deductivo. El método inductivo, según Decoo citado por **Palmero (2020)**, es un proceso que parte desde lo particular hacia lo general, permite realizar un estudio y observación de un hecho o experiencias específicas con el objetivo de llegar a conclusiones que permitan establecer fundamentos de una teoría planteada. Por cuanto se tomarán ideas de varias fuentes de información acerca de la utilidad de los sistemas de distribución global y se profundizarán los mismos para poder generar un concepto consensuado y propio.

Mientras que el método deductivo, según Decoo citado por **Palmero (2020)**, es un proceso en el cual se empieza desde lo general hacia lo particular, está basado en el razonamiento; la deducción da paso al análisis de un tema, que una vez se lo compruebe y verifique se puede aplicarlo a contextos generales. Por cuanto, a partir de una hipótesis de la cantidad de agencias internacionales existentes en Ambato, se podrá generar un elemento particular haciendo uso de la estadística. Para determinar cuántas realmente operan en la actualidad en el cantón.

## **Diseño**

La presente investigación tiene un diseño no experimental, que en base a **Dzusi (2018)**, es aquel que se lo puede realizar sin necesidad de manipular las variables de la investigación, pues se basa plenamente en la observación de las variables en su contexto natural. Para la recolección de datos se utiliza un diseño transversal, el cual se ajusta a la recolección de datos en un solo momento en un tiempo único, pues esta se enfoca en el análisis de cuál es el estado de una de las variables de estudio en un momento dado. Por lo tanto, la investigación es no experimental, transversal. Por cuanto no se realizó ningún experimento, sino que más bien se realizó una investigación mediante la recolección de datos en un solo momento acerca de la importancia de utilizar los sistemas de distribución global al momento de realizar reservaciones de boletos aéreos y también poder conocer la cantidad de Agencias de Viajes Internacionales que operan en la ciudad de Ambato, mediante el catastro turístico de establecimientos a nivel nacional.



## **Alcance**

### **Alcance investigativo**

La presente investigación tiene un alcance fenomenológico, puesto que la variable independiente tiene un enfoque cualitativo, a su vez, según **Fuster (2019)**, es un estudio de las experiencias de vida, esto con respecto a un hecho desde la figura del sujeto. Este alcance toma el estudio de aquello que se puede determinar más a fondo que lo cuantificable. Por lo tanto, la investigación de la variable independiente es fenomenológica. Por cuanto se realizó una caracterización de los sistemas de distribución global para determinar y comprender en lo que consisten este tipo de sistemas dentro del sector turístico.

De igual manera, la investigación tiene un alcance descriptivo, puesto que según **Ramos (2020)**, es un análisis de los datos que poseen una tendencia central y de dispersión, y caracterizar al fenómeno de estudio y generar una situación analítica. Por lo tanto, la investigación de la variable dependiente es descriptiva, ya que permitió analizar los sistemas de distribución global y entender qué está sucediendo con este tipo de sistemas.

### **Alcance territorial**

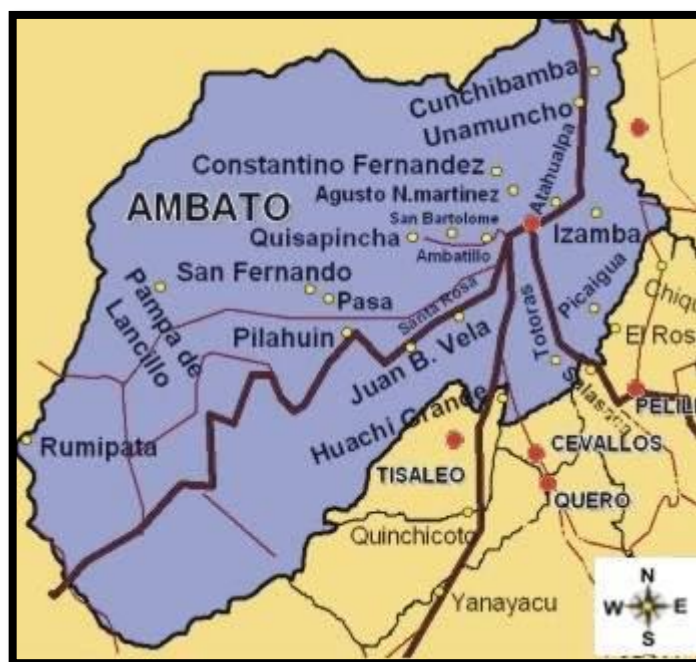
#### Descripción de la ubicación de la investigación

La delimitación espacial de la investigación va a ser el cantón Ambato, la capital de la provincia de Tungurahua, es decir que es el principal cantón de la misma; se encuentra ubicado en la región andina, en el centro del Ecuador, por encima de la orilla del río Ambato, aproximadamente a unos 2500 msnm. La ciudad posee una temperatura que varía desde los 9 °C hasta los 22 °C, los veranos suelen ser cortos y su clima más bien mantiene un clima nublado cómodo (**Hidalgo, 2018**).

Ambato es una ciudad que ha sabido sobreponerse ante las adversidades, prueba de ello es que, después del desastroso terremoto ocurrido el 05 de agosto de 1949, los ambateños han sabido reponerse, talvez, de una manera lenta pero progresiva. Con el paso de los años, el cantón se ha desarrollado de gran manera, pues el progreso de la misma se ve reflejado en sus habitantes. los cuales demuestran un gran empuje y esfuerzo para sacar al cantón adelante.

Ambato posee 15 parroquias y localidades de menor densidad, mismas que poseen pueblos y comunidades de gran importancia. Los habitantes del cantón se dedican a una gran diversidad de labores, tanto en empresas públicas y privadas, pero hay que destacar también que parte de la población se dedica a la producción floral y frutal, los cuales se han convertido en un emblema de la ciudad, el cual se ve reflejado en la Fiesta de la Fruta y de las Flores (**GAD Municipalidad de Ambato, 2020**).

**Figura 2** Mapa de la ciudad de Ambato con sus parroquias



*Nota.* Figura obtenida del GAD Municipalidad de Ambato (2020).

### **Población, muestra y tipo de muestreo**

La presente investigación posee una población cuantitativa, por este motivo se han identificado a las agencias de viajes del cantón Ambato, y dentro de su clasificación, según el **Reglamento de operación e intermediación turística (2016)**, se determinó a las agencias de viajes internacionales, que se encuentran en el catastro del **MINTUR (2023)**, son 17, entonces la población es finita. Por lo tanto, la aplicación del enfoque cuantitativo se realizó a un representante de todas las agencias de viajes internacional, puesto que dependiendo de su punto de vista se analizará la influencia de los GDS dentro de las agencias.

Para el desarrollo de la investigación se utilizó el muestreo no probabilístico, que según **Hernández & Carpio (2019)**, se basa en seleccionar cuidadosamente a los sujetos de una población, utilizando características específicas, indagando hasta donde sea posible diferenciarlo de los demás, es decir, que no brinda a todos los sujetos la misma oportunidad de ser elegidos. Por lo tanto, la investigación es no probabilística y se utilizó el criterio de inclusión de la muestra, para determinar a las agencias de viajes internacionales a las cuales se aplicó el instrumento.

### **Técnicas**

Para la recolección de datos se utilizó la técnica de encuesta, según **Sánchez (2022)**, son un medio de recolección de datos, los cuales poseen los procedimientos y la manera en cómo el investigador va a obtener la información para poder dar respuesta a la pregunta de la investigación. Por otro lado, las encuestas son la técnica de recolección de datos más utilizada para las investigaciones en donde debe existir un encuestador(a) capacitado, un cuestionario estructurado y un encuestado que pertenezca a la muestra poblacional seleccionada. Existen diferentes formas de aplicar las encuestas, tanto presencial como online (**Cisneros et al., 2022**). Para el presente estudio se aplicó la visita in-situ, es decir, en cada una de las 17 agencias de viajes internacionales; sin embargo, con dos agencias no se pudo recolectar la información, debido a estas, trabajan de manera interna.

### **Instrumentos**

La encuesta utilizada para el levantamiento de información de la presente investigación emplea la escala de Likert, es por ello que **Cisneros et al. (2022)**, mencionan que este instrumento mide las cualidades de los encuestados, determinando que tan de acuerdo están con una afirmación, reactivo o ítem. Cada pregunta del cuestionario posee de una escala de valores establecidos que van de menor a mayor, con el objetivo de obtener el resultado de satisfacción.

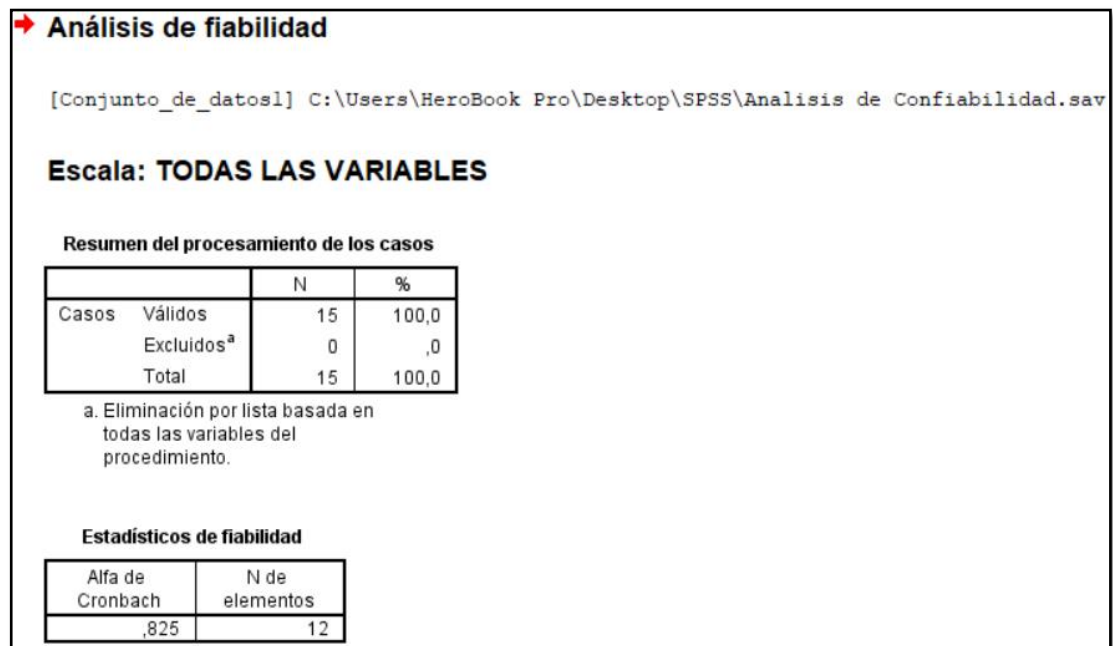
La herramienta de recolección de información está estructurada en dos secciones:

1. Datos generales con 7 preguntas sociales.
2. Cuestionario con 12 preguntas, las cuales fueron seccionadas en diversas categorías relacionadas con la influencia económica y social de los GDS dentro de la ciudad de Ambato.

Este instrumento permite conocer mediante que plataforma, sea esta un GDS o metabuscador, el agente de viajes trabaja de mejor manera y conocer cuál es la relación e influencia socioeconómica que poseen actualmente en las agencias de viajes internacionales, dentro de sus operaciones en la empresa, dando respuesta a la pregunta de investigación.

Es importante señalar que para medir la confiabilidad de este instrumento, se utilizó el Alfa de Cronbach que, según **Rodríguez & Reguant (2020)**, es un recurso de confiabilidad el cual se calcula con una fórmula general, este sirve para calcular la fiabilidad de un instrumento de recolección de datos en donde la respuesta dada hacia los ítems o preguntas es dicotómica, es decir que tiene dos valores. Por lo tanto, se usó el programa estadístico “SPSS” por cuanto se necesitó conocer el procedimiento. En él se colocó las preguntas de la encuesta, y el *software* arrojó los resultados expuestos en la figura 3, donde se puede observar que se obtuvo un coeficiente de “0,825”, lo que indicó que el instrumento diseñado es confiable para su uso dentro de la investigación. Además, se contó con la validación de expertos, para aquello se utilizó un instrumento de validación y se acudió a dos personas expertas en el tema del presente estudio.

**Figura 3** *Análisis de Fiabilidad*



*Nota.* Resultados del análisis de Alfa de Cronbach **Fuente:** Software estadístico SPSS.

## CAPÍTULO III

### RESULTADOS Y DISCUSIÓN

#### 3.1 Análisis y discusión de los resultados

##### Análisis de resultados

A continuación se presentan los resultados de la encuesta (Anexo B) aplicada durante la semana del 15 al 21 de mayo del 2023 a quince agencias de viajes internacionales que se encuentran ubicadas en la ciudad de Ambato, de acuerdo al siguiente detalle:

**Tabla 4** *Agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato.*

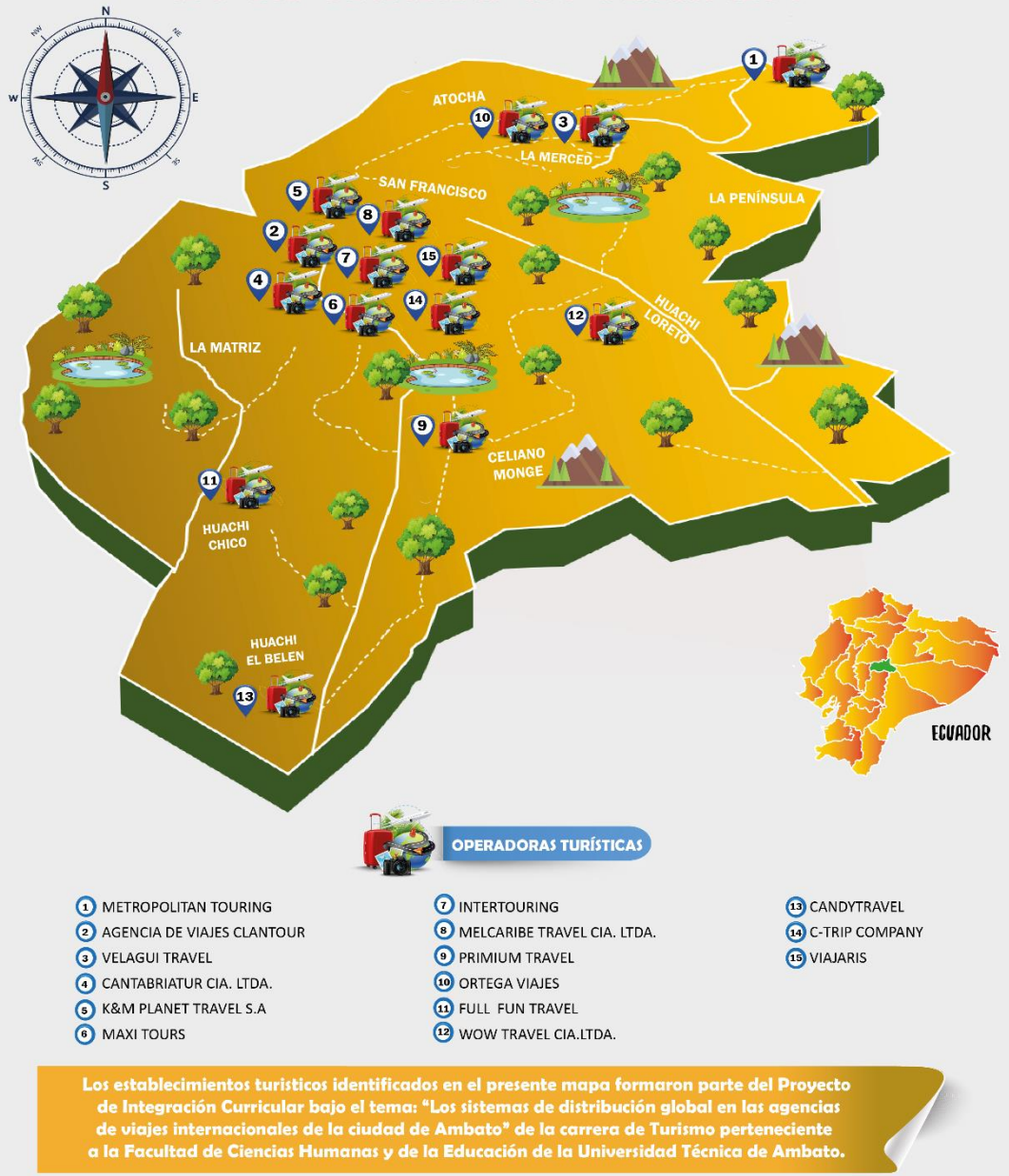
<b>N.</b>	<b>Nombre Comercial</b>	<b>Parroquia</b>	<b>Dirección</b>	<b>Teléfono</b>
<b>1</b>	Metropolitan Touring	Atocha – Ficoa	Av. Rodrigo Pachano 0577 Juan Montalvo	032421615
<b>2</b>	Agencia de Viajes Clantour	Matriz	Juan Montalvo 05-59 y Av. Cevallos	032587448
<b>3</b>	Velagui Travel	La Merced	Av. Panamá y Brasil	0999212153
<b>4</b>	Cantabriatur Cia. Ltda.	Matriz	Sucre 11-19 y Guayaquil	032422289
<b>5</b>	K&M Planet Travel S.A.	Matriz	Mariano Eguez y Sucre	0987280194
<b>6</b>	Maxi Tours	Matriz	Bolivar 2023 y Quito	032826130
<b>7</b>	Intertouring	Matriz	Av. Cevallos 17-14 y Montalvo	0999009913
<b>8</b>	Melcaribe Travel Cia. Ltda.	Matriz	Sucre 544 Mera y Martinez	032426657
<b>9</b>	Primium Travel	Celiano Monge	Rio Coca y pasaje Tiputini	0984414150
<b>10</b>	Ortega Viajes	La Merced	Av. Las Américas 01-101 Julio Paredes	032403093
<b>11</b>	Full Fun Travel	Huachi Chico	Ramon del Valle 03-48 y García Lorca	032840967

<b>12</b>	Wow Travel Cia. Ltda.	Huachi Loreto	Nazacota Puento 250 y A. Los Incas	032848201
<b>13</b>	Candytravel	Matriz	Juan Benigno Vela 0940 y Quito	0998705029
<b>14</b>	C - Trip Company	Matriz	Calle La Niña 01 104 y los Shyris	0998388986
<b>15</b>	Viajaris	Matriz	Sucre 04 32 y Castillo	0992670670

*Nota.* Información obtenida del Catastro Turístico Nacional del MINTUR (2023).

**Figura 4** *Mapa de la ciudad de Ambato con las agencias de viajes internacionales*

# Agencias de Viajes Internacionales de la ciudad de Ambato



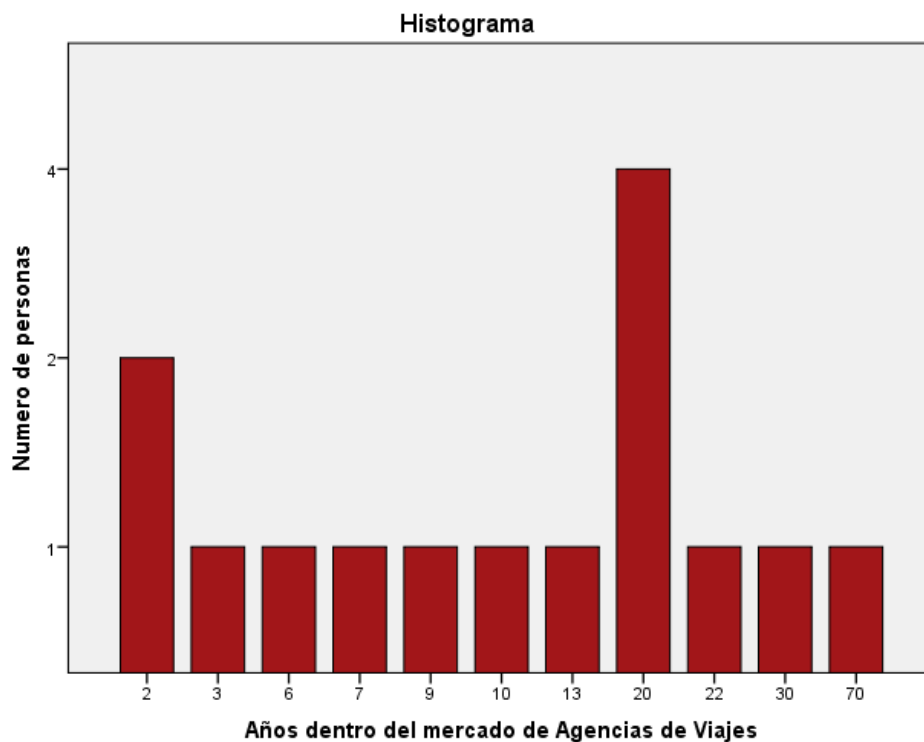
Nota. Figura con la ubicación de las 15 agencias de viajes internacionales encuestadas de la ciudad de Ambato.



## Análisis de Datos Informativos

### 1. Años dentro del mercado de Agencias de Viajes:

**Figura 5** Años en el mercado de agencias de viajes



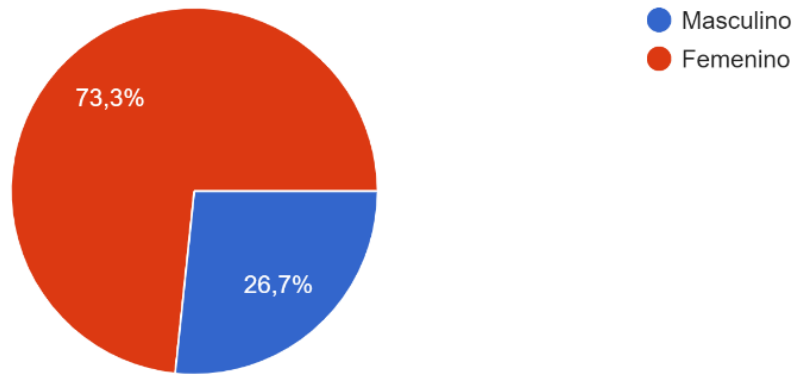
*Nota.* La figura refleja un histograma del resultado de la encuesta sobre los años dentro del mercado de agencias de viajes expuestos por los encuestados de las agencias internacionales de la ciudad de Ambato.

### Análisis

Las agencias de viajes encuestadas señalan que dentro del mercado turístico presentan un rango de permanencia entre 2 a 70 años, en donde la mayoría de agencias cuentan con 20 años, siendo la más nueva Viajaris y la más antigua Metropolitan Touring, esto demuestra que existen agencias de viajes que poseen una amplia experiencia; sin embargo, también existen otras agencias que están empezando a adquirir experiencia en este ámbito del sector turístico en el cantón Ambato.

## 2. Género:

**Figura 6** *Género de los encuestados*



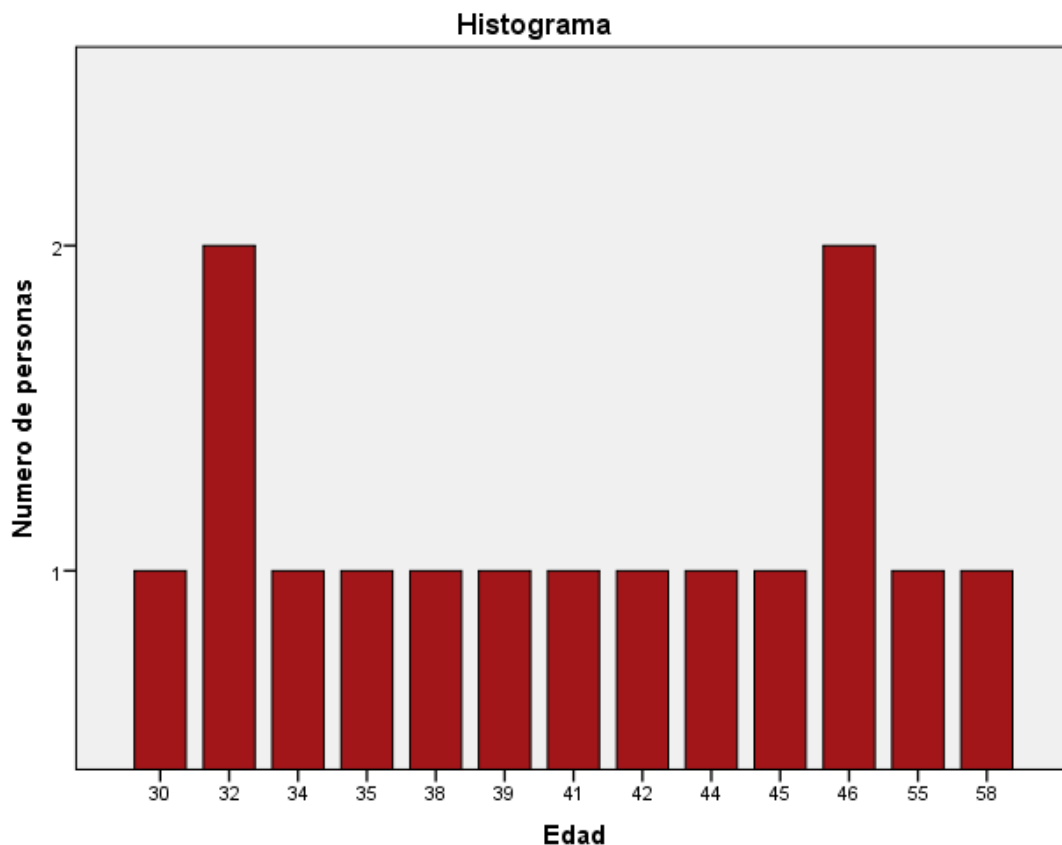
*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta sobre el género de las personas encuestadas.

### **Análisis**

El 73,3% de las agencias que respondieron al instrumento de recolección de información son mujeres, por otra parte, tan solo un 26,7% son hombres, esto demuestra que la mayoría de personas que laboran dentro de una agencia de viajes internacional en la ciudad de Ambato son mujeres y con un menor porcentaje los hombres, en donde se puede llegar a deducir que existe una mayor cantidad de personal femenino dentro de estas agencias de viajes que se encuentran distribuidas en los diferentes cargos de la empresa, tanto en el ámbito administrativo como en el operativo.

### 3. Edad:

Figura 7 Edad de los encuestados



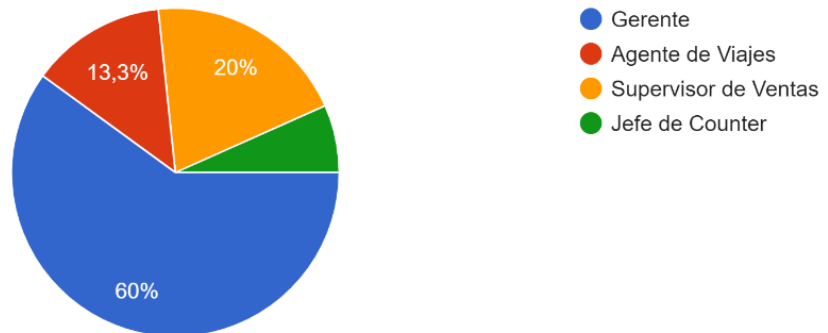
*Nota.* La figura refleja un histograma con el resultado de la encuesta sobre la edad de las personas encuestadas.

#### **Análisis**

El personal de las agencias de viajes encuestadas tiene un 13,3% que representa a 2 personas con 32 años, el siguiente 13,3% abarca a 2 personas más que cuentan con 46 años, y el 73,7% de las 11 personas restantes poseen un rango de edad que va desde los 30 a los 58 años, demostrando que dentro de las agencias de viajes internacionales el personal está compuesto principalmente de personas adultas mayores de 30 años, las cuales brindan atención al cliente.

#### 4. Cargo:

**Figura 8** Cargo de los encuestados



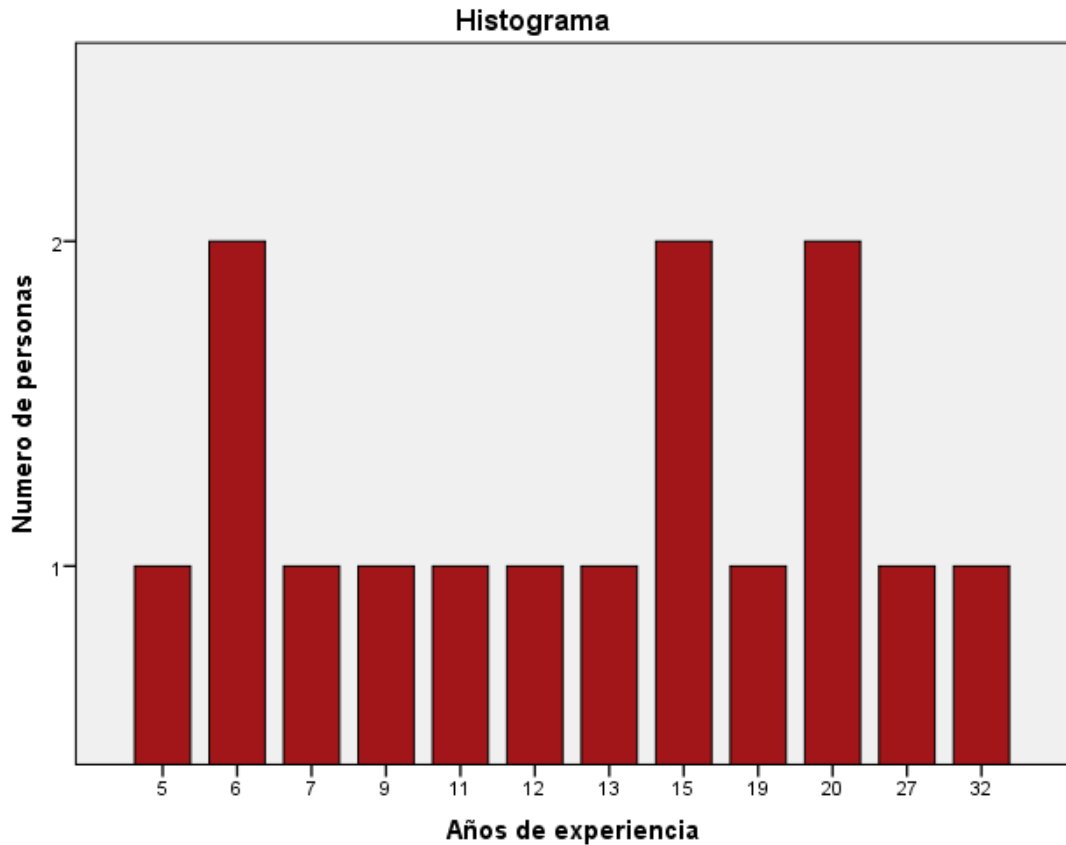
*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta sobre el cargo que ocupan las personas encuestadas.

#### **Análisis**

El cargo del personal de las agencias de viajes encuestadas fue de un 60% por parte de los/las gerentes encargados, seguido por un 20% por parte de supervisores de ventas, un 13,3% por parte de agentes de viajes y finalmente un 6,7% por parte de jefes de counter, esto demuestra que la mayoría de los encuestados fueron las máximas autoridades (dueños / propietarios) de las agencias quienes brindaron la información.

## 5. Años de experiencia:

Figura 9 Años de experiencia de los encuestados



*Nota.* La figura refleja un histograma con el resultado de la encuesta sobre los años de experiencia de las agencias de viajes encuestadas.

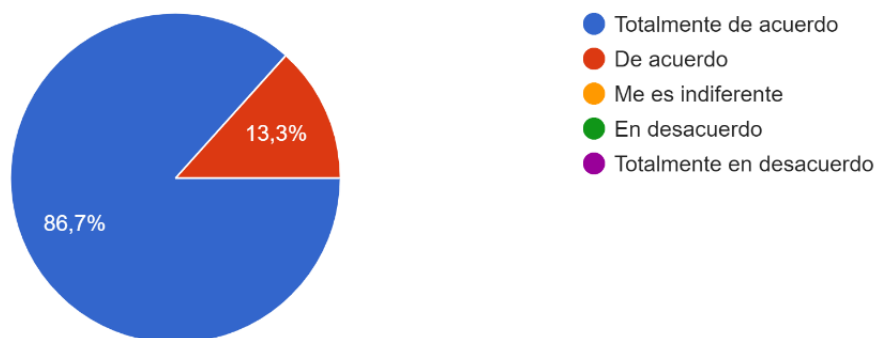
### Análisis

El personal de las agencias de viajes encuestadas tiene un 13,3% que representa a 2 personas con 6 años, el siguiente 13,3% abarca a 2 personas más, que cuentan con 15 años, otro 13,3% con 2 personas tienen 20 años y el 60,3% de las 9 personas restantes poseen un rango de año de experiencia que va desde los 5 a los 32 años, demostrando que las agencias de viajes internacionales encuestadas actualmente poseen personal con varios años de experiencia, lo cual garantiza que se oferta un servicio de calidad dentro de las mismas.

## Análisis del cuestionario

### 1. ¿Está usted de acuerdo con que las agencias de viajes internacionales deben contar con un sistema de distribución global (GDS)?

**Figura 10** *Los GDS dentro de las agencias de viajes internacionales*



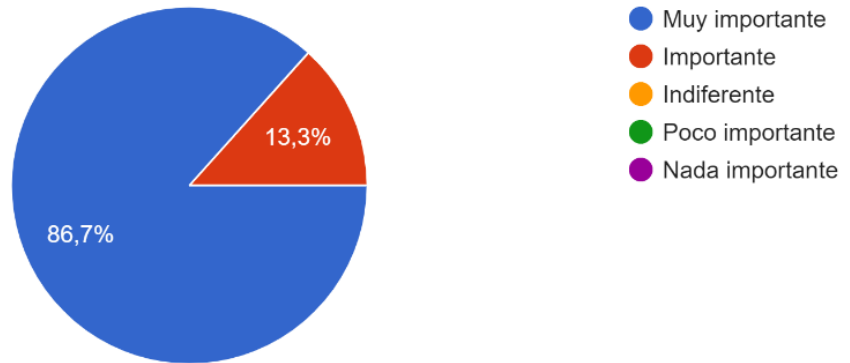
*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta acerca de que las agencias de viajes internacionales deben contar con un GDS.

### Análisis

El 86,7% de agencias de viajes encuestadas estuvieron totalmente de acuerdo, y el 13,3% de agencias restantes, están de acuerdo en que las agencias de viajes internacionales deberían contar con sistemas de distribución global (GDS), esto se debe gracias a que este tipo de sistemas tienen la capacidad de ofertar una variedad de servicios como tickets aéreos, rentas de autos, habitaciones de hoteles, etc. Estos servicios son muy importantes y necesarios para que una agencia de viajes puede ofertar algún producto turístico.

**2. ¿Cuán importante cree usted que es un sistema de distribución global (GDS) hoy en día para la gestión operativa en una agencia de viajes?**

**Figura 11** *Importancia sobre los GDS actualmente*



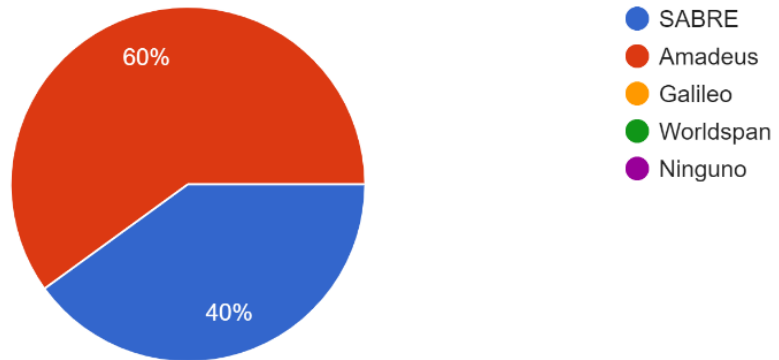
*Nota.* La figura refleja el resultado de la importancia que representan los GDS dentro de la gestión operativa de una agencia de viajes internacional en la actualidad.

**Análisis**

El 86,7% de agencias de viajes encuestadas consideran que actualmente es muy importante y el 13,3% de agencias restantes mencionan que es importante un sistema de distribución global (GDS) dentro de la gestión operativa de las mismas, esto se debe a que estos sistemas ofrecen un valor agregado a sus operaciones, puesto que permiten acceder a servicios en tiempo real, de esta manera se produce una mejor gestión en las reservas realizadas, además de que ofertan precios más competitivos y por consiguiente mejoran la operatividad y productividad de una agencia de viajes.

**3. ¿Cuál de los siguientes sistemas de distribución global (GDS) usted utiliza dentro de su agencia de viajes?**

**Figura 12** *Los GDS más utilizados*



*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta sobre los GDS utilizados dentro de las agencias de viajes internacionales de Ambato.

**Análisis**

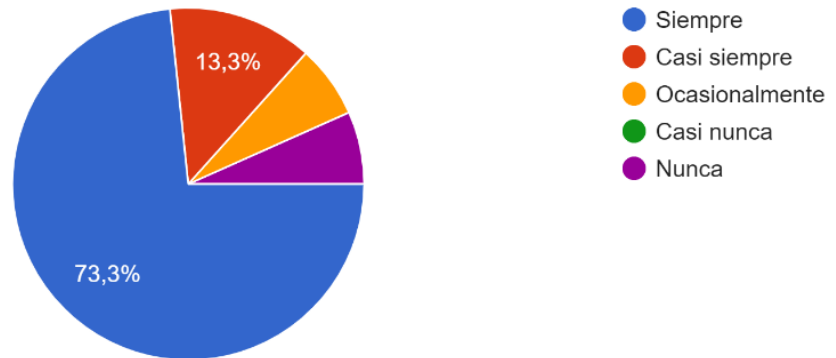
El 60% de agencias de viajes encuestadas señalan que el sistema de distribución global (GDS) que utilizan en su empresa, es el sistema Amadeus, esto es debido a la gran variedad de servicios que permite realizar, posee una alianza con más de 450 aerolíneas, y también se debe a que hoy en día Amadeus es considerado como el GDS más utilizado en el sector turístico.

Mientras que el resto de agencias de viajes utilizan SABRE, debido a que este sistema es considerado como el segundo GDS más grande e importante, generador de aproximadamente 35% de las reservas de agencias de viajes del mundo, sin embargo, este porcentaje se representa en las reservas hoteleras.



#### 4. ¿Con qué frecuencia usted utiliza el sistema de distribución global (GDS) dentro de su desempeño laboral?

**Figura 13** Frecuencia del uso de los GDS



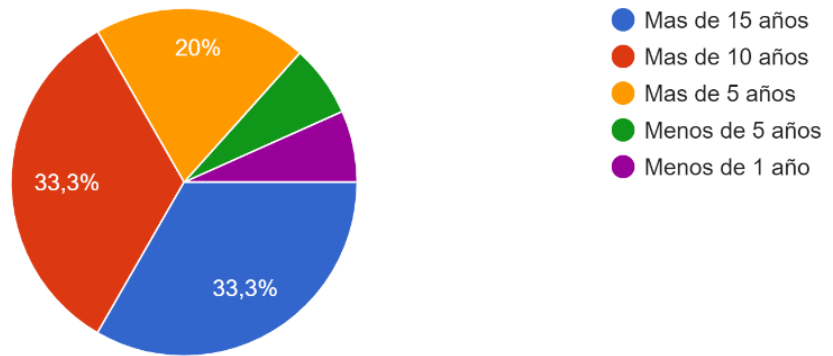
*Nota.* La figura refleja el resultado de la frecuencia de uso de los GDS dentro de las agencias de viajes internacionales encuestadas de la ciudad de Ambato.

#### **Análisis**

El 73,3% que representa a 11 de las agencias de viajes encuestadas indican que siempre hacen uso de los sistemas de distribución global (GDS), seguido por un 13,3% con 2 agencias que mencionan que casi siempre los utilizan, un 6,7% con una agencia, señala que ocasionalmente los utilizan y el 6,7% con la agencia restante indica que nunca hace uso de estos sistemas dentro de su desempeño laboral, estos resultados arrojados revelan que al desarrollar productos turísticos, o al momento de realizar reservaciones aéreas, utilizan mayoritariamente los GDS para buscar disponibilidad, precios y/u ofertas que se acoplen a la demanda.

**5. ¿Cuántos años lleva utilizando los sistemas de distribución global (GDS) dentro de su agencia de viajes?**

**Figura 14** Años de uso de los GDS



*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta sobre los años de uso de los GDS dentro de las agencias de viajes internacionales encuestadas de la ciudad de Ambato.

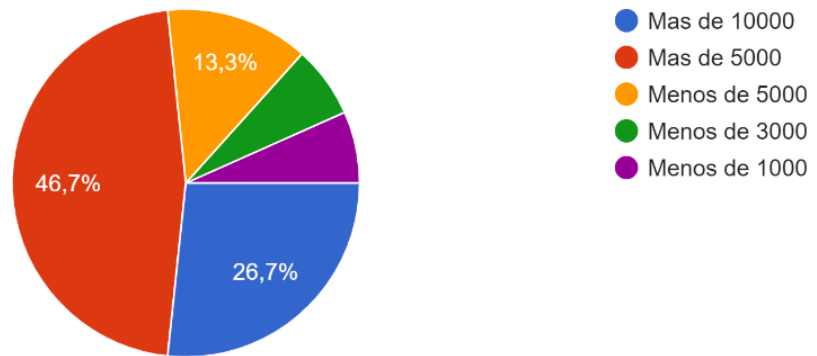
**Análisis**

Un 33,3% que representa a 5 de las agencias de viajes encuestadas señalan que llevan más de 15 años haciendo uso de los sistemas de distribución global (GDS); no obstante, existe también otro 33,3% con 5 agencias encuestadas que mencionan que llevan más de 10 años utilizando estos mismos en sus empresas respectivas, seguido por un 20% con 3 de las agencias revela que llevan más de 5 años, un 6,7% con una agencia que señala que lleva menos de 5 años y el 6,7% restante señala que una agencia lleva menos de 1 año.

En síntesis se puede apreciar que un 66,6% de los encuestados llevan un largo periodo de tiempo con estos sistemas, esto es debido a que como agencias de viajes internacionales requieren de algún tipo de sistema de reservas para poder ofertar productos turísticos internacionales.

**6. ¿En promedio cuanto genera su agencia de viajes mediante los sistemas de distribución global mensualmente?**

**Figura 15** Promedio de ingresos mensuales con el uso de GDS



*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta sobre el promedio de ingresos mensuales con el uso de los GDS dentro de las agencias de viajes internacionales encuestadas de la ciudad de Ambato.

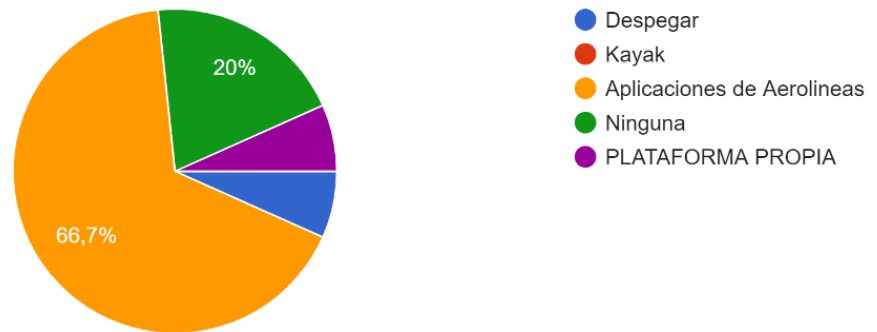
**Análisis**

El 46,7% de las agencias de viajes encuestadas, indican que generan más de \$5000, sin embargo, existe un 26,7% de los encuestados que generan más de \$10000, un 13,3% genera menos \$5000, un 6,7% genera menos de \$3000 y un 6,7% restante genera menos de \$1000 mensualmente mediante el uso de los sistemas de distribución global (GDS).

Esto representa que un 73,4% de los encuestados generan grandes cantidades de dinero para su empresa haciendo uso de estos sistemas, demostrando los GDS generan grandes cantidades de dinero para una agencia de viajes internacionales.

**7. ¿Cuál de los siguientes metabuscadores usted utiliza con mayor frecuencia?**

**Figura 16** *Los metabuscadores más utilizados*



*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta sobre los metabuscadores utilizados dentro de las agencias de viajes internacionales encuestadas de la ciudad de Ambato.

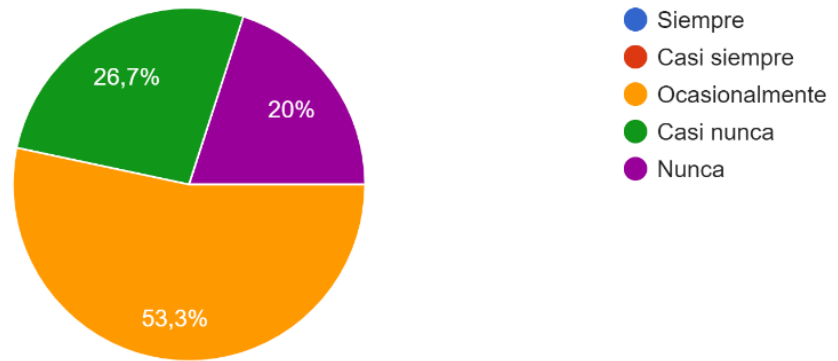
**Análisis**

El 66,7% de las agencias de viajes encuestadas señalan que el metabuscador que utilizan con mayor frecuencia son los sitios web de las aerolíneas, seguidamente un 20% de los encuestados señala que no utilizan ningún metabuscador, un 6,7% menciona que utiliza una plataforma propia y el 6,7% restante indica que usan Despegar.com.

Estos datos reflejan que las agencias de viajes en su mayoría solo hacen uso de las plataformas propias de las aerolíneas para tener una compra directa o simplemente no hacen uso de un metabuscador.

**8. ¿Con qué frecuencia usted utiliza los metabuscadores (Despegar, Kayak, etc.) para realizar la venta de servicios turísticos?**

**Figura 17** Frecuencia del uso de metabuscadores



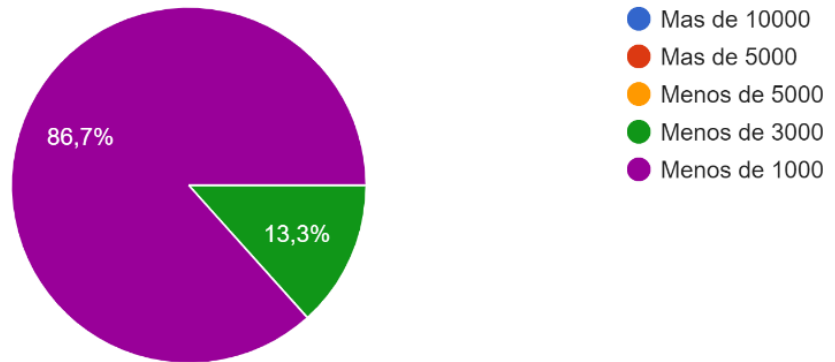
*Nota.* La figura refleja el resultado de la frecuencia de uso de metabuscadores dentro de las agencias de viajes internacionales encuestadas de la ciudad de Ambato.

**Análisis**

El 53,3% de las agencias de viajes encuestadas indican que ocasionalmente hacen uso de metabuscadores, seguido por un 26,7% que mencionan que casi nunca lo utilizan y un 20% indica que nunca hace uso de estos *software*; esto se debe a que las empresas solo utilizan estas plataformas para poder comparar precios, tener un contacto más directo con alguna aerolínea o para distribuir una pequeña cantidad de servicios principalmente venta de tickets aéreos.

**9. ¿En promedio cuanto genera su agencia de viajes a través de metabuscadores (Despegar, Kayak, etc.) mensualmente?**

**Figura 18** Promedio de ingresos mensuales con el uso de metabuscadores



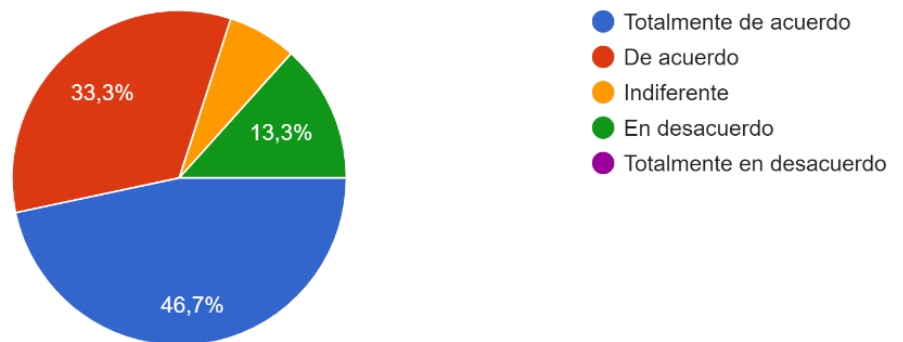
*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta sobre el promedio de ingresos mensuales con el uso de metabuscadores dentro de las agencias de viajes internacionales encuestadas.

**Análisis**

El 86,7% de las agencias de viajes encuestadas señalan que con el uso de metabuscadores, generan menos de \$1000, mensualmente y un 13,3% indica que general menos de \$3000 mensuales, esto indica que al momento de vender un producto o servicio, la mayoría de agencias no requiere en gran medida de este tipo de plataformas, sino que la mayoría de sus ventas se reflejan con el uso de otro tipo de sistemas.

**10. ¿Está usted de acuerdo que la aparición de nuevos software como los metabuscadores están opacando a los sistemas de distribución global (GDS) dentro de las agencias de viajes internacionales?**

**Figura 19** *Los nuevos software y los GDS*



*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta acerca de que los nuevos softwares están opacando a los GDS dentro de las agencias de viajes internacionales encuestadas.

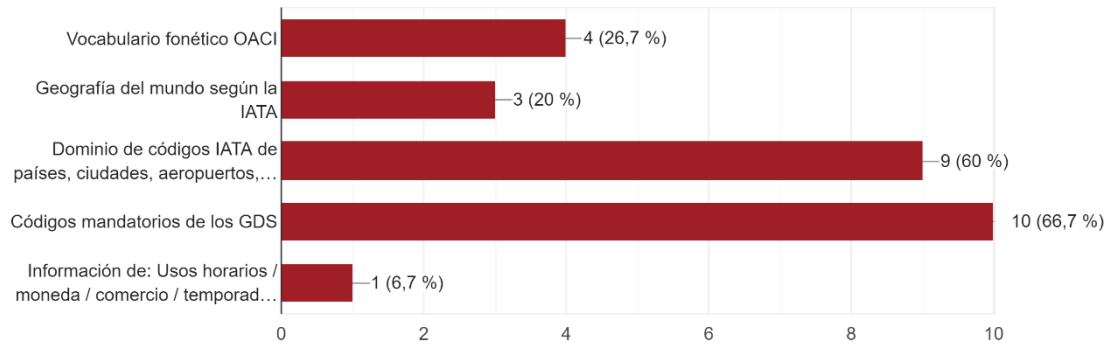
**Análisis**

El 46,7% de las agencias de viajes encuestadas están totalmente de acuerdo, un 33,3% está de acuerdo, seguidamente un 13,3% está en desacuerdo, y un 6,7% indica que le es indiferente que la aparición de nuevos software durante los últimos años opacan cada vez más a los sistemas de distribución global (GDS).

Esto se debe al avance tecnológico que el mundo actualmente se está atravesando, puesto que la creación de nuevas plataformas, son abiertas a todo el público e inclusive al alcance de la mano, y brindan nuevas opciones tanto para las agencias de viajes como para los consumidores.

## 11. ¿Cuál de los siguientes conceptos considera usted que son básicos para el uso y manejo de un sistema de distribución global (GDS)?

**Figura 20** Los conceptos básicos para utilizar GDS



*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta sobre los conceptos básicos que se requieren para el uso y manejo de los GDS.

### **Análisis**

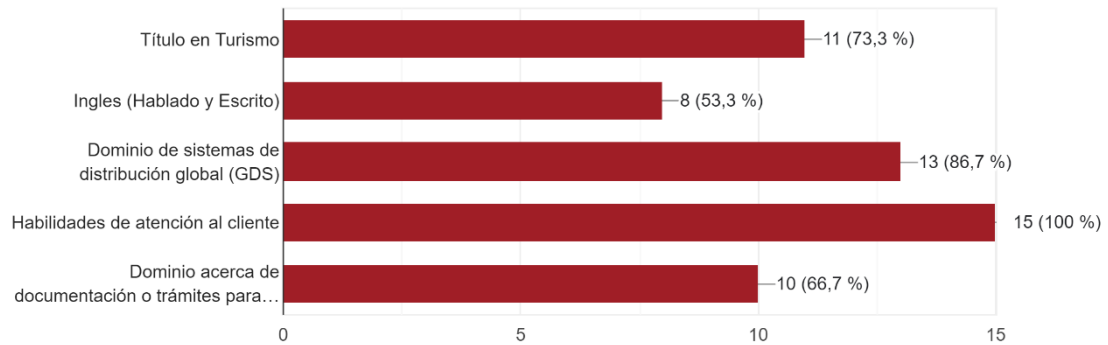
Con un 66,7% las agencias de viajes encuestadas consideran que los códigos mandatorios de los sistemas de distribución global (GDS) son un requisito básico para poder utilizar de manera correcta los distintos GDS, seguidamente con un 60% los encuestados indican que el dominio de códigos IATA tanto de países, ciudades, aeropuertos, aeronaves, etc. son otro requisito básico e importante para poder manejar un GDS.

Esto se debe a que cada GDS tiene sus propios códigos mandatorios y que para poder realizar reservaciones de manera más efectiva es muy importante conocer la codificación de países, ciudades, aeropuertos, etc. más utilizados en los GDS.



## 12. ¿Cuál de los siguientes requisitos considera usted, que necesita una persona si desea trabajar en una agencia de viajes internacional?

**Figura 21** *Requisitos necesarios para trabajar en agencias de viajes internacionales*



*Nota.* La figura refleja el resultado de la encuesta sobre los requisitos básicos que necesitaría una persona si desea laborar dentro de una agencia de viajes internacional.

### **Análisis**

Con un 100% las agencias de viajes encuestadas consideran que las habilidades de atención al cliente son uno de los requisitos más importantes, seguidamente con un 86,7% los encuestados indican que el dominio de los sistemas de distribución global (GDS) es otro requisito necesario para una persona que desea trabajar en una agencia de viajes internacional.

Esto se debe a que cada la atención al cliente es clave, ya que es como una carta de presentación al público, y la capacidad de brindar información a las personas, por otro lado, el dominio de los GDS es muy importante, por el hecho de que estos sistemas son utilizados para poder realizar la mayoría de reservas aéreas principalmente o para la elaboración de un producto turístico que requiere del dominio de GDS y lo que este abarca (Códigos, geografía, etc.).

## **Discusión**

La investigación tiene como objetivo el analizar la importancia económica y social que poseen los sistemas de distribución global (GDS) en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato dentro del sector turístico.

De acuerdo con los resultados expuestos por los 15 encuestados a las 12 preguntas planteadas de manera estructural, validadas por los expertos y con una confiabilidad de 0,825 según el Alfa de Cronbach, se identificó que más del 70% de las personas que laboran en las agencias de viajes internacionales en la ciudad de Ambato son mujeres, permitiendo corroborar este resultado con la, **OMT (2021)**, que en relación con el Informe Global indica que el 54% de la fuerza laboral mundial en el sector turístico corresponde al sector femenino, un ejemplo de esto es que actualmente en varios países cada vez muchas más mujeres consiguen licencias para guías de turismo, otro ejemplo es que una aerolínea perteneciente al Reino Unido posee más mujeres pilotas que trabajan para la misma, o en Uganda donde la asociación de propietarios de hoteles son lideradas por mujeres, lo cual demuestra que de a poco se está consiguiendo una promoción de igualdad de género dentro del sector turístico (**OMT, 2019**).

Esta información va de la mano con otra pregunta planteada n. 7 en datos informativos en la encuesta en donde se puede apreciar que el 60% de los encuestados ocupan el cargo de gerente en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato, recalando que a su vez son los y las propietarias de la empresa, recordando que de 15 encuestados 11 son mujeres; sin embargo, de acuerdo con **García (2018)**, menciona que durante los últimos años se ha demostrado un cierto empuje desempeñado por mujeres dentro del sector del turismo a pesar de que la ocupación laboral en cargos administrativos son mínimos, puesto que señala, que si bien es cierto aproximadamente un 50% de los puestos de trabajo son ocupados por mujeres, este dato no representa una situación de “igualdad” debido a que los cargos de trabajo son operativos vinculados a estereotipos femeninos como: cocina, servicios de bares, limpieza, etc. y por ende los salarios son más bajos, afirmación respaldada por **Carducci (2020)**, y (**Náñez, 2020**).

Por otro lado, Huete et al. citado por García (2018), indica que actualmente se ha notado que cada vez existen más mujeres en puestos administrativos, es decir, que las mujeres están en la “cúspide”; no obstante, la autora señala que en el sector turístico son muy pocos estos casos, debido a las siguientes causas:

La sujeción de lo femenino vinculado al manifiesto que exhibe a lo masculino como el género “predominante” lo cual genera una división sexual dentro del ámbito laboral (Meza, 2018).

La segregación vertical en el desarrollo laboral, en puestos administrativos, en el sector turístico, ya que el perfil de para una trabajadora en este cargo comúnmente suele ser de mujeres con menos de dos hijos o hijas, puesto que estos representarían una “carga” (Cano, 2020).

Sin embargo, los resultados de la encuesta aplicada en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato, han permitido contrastar la ideología sobre el “techo de cristal” que mencionan López & Alarcon (2019), debido a que la mayoría de mujeres ocupan puestos administrativos en las agencias de viajes internacionales e incluso son dueñas y/o propietarias de las empresas.

Actualmente, el uso de los sistemas de distribución global (GDS) en las agencias de viajes se ha vuelto un factor muy importante, puesto que estos sistemas integran servicios eficientes en tiempo real. Acorde con los resultados expuestos en el cuestionario, los datos arrojan que un 86,7% de las agencias, están totalmente de acuerdo con que las agencias de viajes internacionales deberían contar con un GDS, de la misma manera consideran que hoy en día los GDS son muy importantes para la gestión operativa de una agencia de viajes. Esta información se corrobora con la investigación de Olmos (2021), en donde este último menciona, que las agencias, de viajes, al contar con un GDS, poseen un valor agregado, puesto que estos sistemas permiten acceder a tarifas y disponibilidad, conformando una variedad de itinerarios con diversas aerolíneas, mismas que no están abiertas al público general en meta plataformas.

Otra de las ventajas competitivas que permiten fortalecer el sector social en el turismo a través del uso de los GDS en las agencias de viajes internacionales, en ofertar los servicios mediante una atención personalizada y eficaz según lo que busquen sus

clientes, lo cual demuestra que los GDS poseen un valor intrínseco que permite mejorar la gestión operativa de un intermediario turístico, como también la experiencia del cliente.

Por otra parte, los GDS han revolucionado la industria turística y se mantienen como los sistemas más utilizados, esto se puede apreciar en la frecuencia de uso de estos mismos, ya que un 73,3% de las agencias encuestadas indicaron que siempre hacen uso de los GDS dentro de su desempeño laboral, porque los GDS cubren las necesidades que más requiere una agencia de viajes, como productos aéreos, transporte ferroviario, transporte marítimo, habitaciones de hoteles o alquileres de coches, y no únicamente como instrumento de distribución, sino que mejora la productividad de las agencias al tenerlo todo en una base de datos que puede ser modificada en cualquier momento en tiempo real (**Artigas, 2018**). A su vez, **Correa (2020)**, menciona que la relación de la comercialización y la tecnología es clave, ya que impulsa el desarrollo social y/o económico, mejorando los ingresos y la competitividad de una empresa.

Su frecuencia de uso también se debe a la rentabilidad económica que estos sistemas tienen en las agencias de viajes, prueba de ello es que en los resultados de la encuesta aplicada, se puede observar que más del 70% de las agencias generan mensualmente entre \$5000 y de \$10000, recalcando la venta de servicios a través de los GDS, sin tomar en cuenta la venta de los demás servicios ofertados por las agencias de viajes, es decir que los GDS tienen la capacidad de generar beneficios económicos rentables muy importantes para las agencias de viajes internacionales de Ambato.

Es indudable que la aparición de nuevas plataformas digitales “metabuscadores” como *Kayak*, *Despegar*, *Scyscanner*, *Flapper*, páginas web de aerolíneas, etc. brindan a cualquier persona la posibilidad de tramitar sus propios viajes desde cualquier dispositivo que permita una conexión a internet. Debido al constante avance de la tecnología han aparecido nuevos intermediarios turísticos, tales como las agencias de viajes virtuales (OTAs), inclusive con la aparición de las tecnologías de la información y comunicación (TIC), las agencias de viajes se han sumado a estas nuevas tendencias en el uso de plataformas digitales que se encuentran al alcance de la mano, para poder ofertar e inclusive vender productos turísticos (**Martínez, 2021**). Sin embargo, los resultados arrojados en la encuesta señalan un 66,7% hacen uso de las aplicaciones de aerolíneas, seguido por un 20% donde se indica que no hacen uso de ningún

metabusador, un 6,7% que utiliza Despegar.com y un 6,7% que hace uso de una plataforma propia.

De modo similar, el 53,3% de las agencias de viajes internacionales encuestadas reflejan que ocasionalmente hacen uso de estas plataformas; no obstante, en ocasiones se utilizan los metabuscadores con finalidad de consulta, comparaciones de precios o búsqueda de disponibilidad, afirmación respaldada en las visitas realizadas a las agencias de viajes internacionales de Ambato mientras se desarrollaron las encuestas; sin embargo, la información se afirma con la investigación de **(Castro et al., 2018)**.

De acuerdo con **Olmos (2021)**, las utilidades de las agencias de viajes proviene de la venta de tickets aéreos, renta de buses, cruceros, paquetes turísticos, seguros de viaje, traslados. Sin embargo, hoy en día las agencias generan ingresos menores a \$1000 mensuales por medio del uso de metabuscadores, demostrando que las agencias a través de estas plataformas son mínimas, en diferencia con el uso de GDS.

La industria digital actual sigue avanzando, y la constante aparición de nuevos *software* en el sector turístico es inminente, las plataformas digitales tales como los metabuscadores han llegado como una nueva opción de libre acceso tanto para los clientes como para los intermediarios turísticos, prueba de ello son los resultados arrojados por los encuestados en donde opinan que, están de acuerdo con la idea de que lamentablemente estos nuevos sistemas están generando una vulnerabilidad a los sistemas de distribución global (GDS) dentro de las agencias de viajes internacionales, esta información se corrobora con la investigación de **Bellomusto, (2019)**, el cual menciona que con la revolución tecnológica, los GDS están reduciendo su rol como intermediarios principales, puesto que las meta plataformas (*Despegar, Kayak, Scyscanner*, etc.) y/o los nuevos portales web propios de las aerolíneas han decidido prescindir de los GDS, lo cual demuestra que la digitalización poco a poco está trayendo nuevas opciones de intermediación para el sector turístico dejando de lado el uso de GDS principalmente por los elevados costos de su instalación.

Como un último análisis en base a los resultados obtenidos, se analiza la formación del personal para el uso y manejo de los sistemas de distribución global (GDS), destacando que se requiere de una previa capacitación, desarrollo de habilidades, conocimientos y experiencias referentes a cada sistema, y aún más importante si es

que se desean utilizar estos recursos dentro de agencias de viajes para impulsar las ventas en la misma. Es por ello, que en la encuesta realizada a las agencias de viajes internacionales, se resaltan dos conceptos básicos en el uso y manejo de un GDS:

- Conocer los códigos mandatorios de los diferentes GDS (SABRE, Amadeus, Galileo, etc.).
- El dominio de los códigos IATA de países, ciudades, estados, aeropuertos, aviones, etc.

Esta información es corroborada por **Ruíz (2021)**, en donde señala que en el ámbito profesional para el manejo de GDS es importante conocer el lenguaje técnico que estos sistemas ocupan, es decir, los códigos IATA, la terminología, geografía, etc.

De igual manera, para poder trabajar en una agencia de viajes internacional es necesario de varias competencias, en este punto los dos requisitos que más consideraron los encuestados fueron los siguientes:

- Habilidades de atención al cliente.
- Dominio de sistemas de distribución global (GDS).

**Melgarejo (2018)**, indica que las agencias de viajes poseen una diversidad de competencias laborales que ejercen las personas para conseguir los objetivos de las mismas. Una de las principales es la atención al cliente, esta deber ser eficiente y veloz, puesto que demuestra la calidad del servicio de la empresa, y respecto a los GDS, se debe conocer su manejo para poder realizar reservas, consultar disponibilidad y/o vender productos turísticos, debido a que aproximadamente un 70% de las agencias de viajes internacionales a nivel mundial actualmente poseen y laboran con estos sistemas de distribución global.

En este sentido, en la ciudad de Ambato, a través de las 15 agencias de viajes internacionales encuestadas, en el sector social, el uso de GDS permite incluir la participación de mujeres y hombres en el sector turístico, a pesar de que las mujeres ocupen cargos administrativos y por ende la operación de los servicios, se realiza con mayor participación de hombres, dando respuesta a la inclusión tanto de hombres y mujeres. En el sector económico, el uso de estos sistemas (GDS) generan grandes cantidades de ingresos y un valor agregado para la empresa y para sus clientes.

### 3.2 Verificación de hipótesis

#### Hipótesis

**H1:** Los sistemas de distribución global (GDS) **SI** influyen económica y socialmente dentro de las agencias de viajes internacionales de Ambato.

**H0:** Los sistemas de distribución global (GDS) **NO** influyen económica y socialmente dentro de las agencias de viajes internacionales de Ambato.

**Figura 22** Pruebas de chi-cuadrado

Pruebas de chi-cuadrado			
	Valor	gl	Sig. asintótica (bilateral)
Chi-cuadrado de Pearson	27,267 <sup>a</sup>	9	,001
Razón de verosimilitudes	27,552	9	,001
Asociación lineal por lineal	10,807	1	,001
N de casos válidos	15		

a. 16 casillas (100,0%) tienen una frecuencia esperada inferior a 5. La frecuencia mínima esperada es ,60.

*Nota.* La figura muestra el valor de chi cuadrado para verificar la hipótesis.

El valor de significación asintótica es menor a 0,05 lo cual sugiere rechazar la hipótesis nula y aceptar la hipótesis alternativa, por lo tanto, **Los sistemas de distribución global (GDS) SI influyen económica y socialmente dentro de las agencias de viajes internacionales de Ambato.**

## CAPITULO IV

### CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

#### 4.1 Conclusiones

- En conclusión, se puede afirmar que los sistemas de distribución global (GDS) desempeñan un papel importante dentro del sector turístico, ya que posibilitan la conexión entre proveedores de servicios turísticos (aerolíneas, agencias de alquiler de vehículos, hoteles, etc.) con los intermediarios (agencias de viajes), además de ofrecer acceso instantáneo en tiempo real sobre la disponibilidad de los servicios. Su ventaja principal consiste en la capacidad de estandarizar y concentrar los datos a nivel mundial, y gracias a que han revolucionado la forma de gestionar reservas, permiten promover eficiencia y competitividad en la industria, lo que convierte a estos sistemas en un servicio esencial dentro del sector turístico actual, afirmación que se sustenta en la revisión de seis artículos científicos de la variable de estudio “los sistemas de distribución global”.
- El uso de los sistemas de distribución global (GDS) han transformado las estrategias de comercialización en las agencias internacionales, en base a los resultados obtenidos de las encuestas recolectadas a las 15 agencias de viajes internacionales ubicadas en la ciudad de Ambato, identificando que el uso de los sistemas brindan una amplia variedad de servicios (reservas de tickets aéreos, habitaciones de hoteles, alquiler de autos, etc.) dentro de una misma plataforma centralizada con acceso a tarifas competitivas, lo que permite ofertar mejores precios, y las agencias pueden optimizar sus ganancias al obtener mejores comisiones o beneficios. En síntesis, puesto que los GDS han sido y continúan siendo una herramienta vital para este tipo de agencias de viajes, mejoran la productividad y competitividad de estas y ofrecen un valor agregado a sus clientes.
- A través de la creación de un boletín informativo, que contiene información actualizada, se pudo determinar que prima la presencia de mujeres en cargos administrativos, además se observa la importancia, tendencias y/o beneficios de los sistemas de distribución global (GDS) en las agencias de viajes



internacionales de Ambato, pues permite que los gerentes vendan más servicios turísticos y oferten un valor agregado a sus clientes, caso contrario a los metabuscadores, demostrando de esta manera el valor intrínseco que poseen estos sistemas en el sector turístico en la actualidad.

#### **4.2 Recomendaciones**

- Se recomienda que las empresas y profesionales en turismo conozcan y sepan aprovechar la gran importancia que poseen los sistemas de distribución global (GDS) junto a los avances tecnológicos, como aquella herramienta que puede llegar a ser la clave del éxito dentro del mercado actual, ya que estos sistemas en conjunto con la tecnología pueden generar eficiencia y mejorar la experiencia tanto para los intermediarios como para los clientes.
- Se recomienda a las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato reconocer y promover el valor intrínseco de los GDS como una herramienta fundamental en la actualidad, comunicando los beneficios de estos sistemas a sus clientes, además de fomentar al personal de las agencias debe la garantía que se obtiene de los GDS, y de esta manera el personal comprenda el valor agregado que ofrecen sistemas.
- Se recomienda a futuros investigadores actualizar constantemente el boletín informativo sobre la importancia de los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato para que el personal logre proporcionar información valiosa actualizada dentro del sector turístico. Dando como efecto la mejora en la toma de decisiones que provoquen beneficios e impactos socioeconómicos que trae consigo el uso de los GDS en una actualidad llena de competencia y que está en constante cambio.

#### **Propuesta**

- **Título de la propuesta**  
Boletín informativo de los GDS en las agencias de viajes internacionales de Ambato.

- **Objetivo de la propuesta**

Diseñar un boletín informativo sobre el valor intrínseco y las ventajas sociales y económicas de los sistemas de distribución global (GDS) de las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato.

**Justificación**

La investigación reveló que las agencias de viajes internacionales encuestadas, en su gran mayoría, utilizan los sistemas de distribución global (GDS) dentro de sus empresas; sin embargo, existen agencias que desconocen el valor intrínseco que estas brindan, destacando la información sobre las características sociales del personal que labora en las agencias de viajes y así también los valores económicos que representa el uso de los GDS para las agencias de viajes, provocando mejores beneficios, eficiencia, productividad, competitividad y el impacto en el cantón al que pertenecen.

- **Desarrollo de la Propuesta**

**Figura 23** *Boletín informativo*

# BOLETÍN

INFORMATIVO

¡LOS **GDS** EN LAS AGENCIAS DE VIAJES INTERNACIONALES DE **AMBATO**!



UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DE AMBATO



**Créditos:**

**Titulo original:**

*Los sistemas de distribución global (GDS) en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato.*

**Un sincero agradecimiento:**

*Universidad Técnica de Ambato  
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación  
Carrera de Turismo  
Agencias de viajes internacionales de Ambato*

**Fotos:**

*Google - Wallpaperbetter  
Ministerio del Turismo  
Tungurahua Turismo  
Adobe Stock  
Canva  
Living Ecuador Travel  
Ecuador Planet*

**Autores:**

**Estudiante:**

*Roberto Santiago Armendariz Reinoso*

**Tutor/a:**

*Ing. Angélica María González Sánchez, Mg.*

**Diseño del boletín informativo:**

*Mauricio Alejandro Flores Ramos*

*Ambato - Ecuador  
2023*



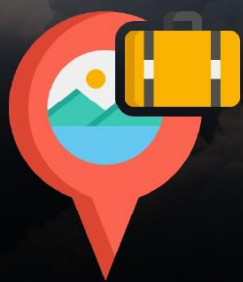
**CONTENIDO PÁGINA**

<b>Índice</b>	<b>.....2</b>
<b>Introducción</b>	<b>.....3</b>
<b>Que son los GDS?</b>	<b>.....4</b>
<b>¿Por qué los GDS son herramientas fundamentales?</b>	<b>.....5</b>
<b>Datos Estadísticos</b>	<b>.....6</b>
<b>Perfil de las personas que laboran en las agencias de viajes internacionales en Ambato</b>	<b>.....6</b>
<b>Características Sociales</b>	<b>.....8</b>
<b>Valor Económico de los GDS</b>	<b>.....10</b>

## INTRODUCCIÓN

En un mundo cada vez más conectado, las agencias de viajes internacionales se enfrentan a la creciente demanda de ofrecer a sus clientes opciones de viaje más amplias y una experiencia personalizada, para lo cual las agencias deben estar preparadas para enfrentar estas situaciones.

En este boletín informativo, exploraremos la importancia, e influencia económica y social que los Sistemas de Distribución Global (GDS), han representado a las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato, además de conocer cómo han revolucionado la industria turística, permitiéndoles prosperar en un entorno altamente competitivo.



## ¿QUÉ SON LOS GDS?

Los sistemas de distribución global (GDS por sus siglas en Inglés) son plataformas tecnológicas que conectan a las agencias de viajes con proveedores de servicios de viaje, como aerolíneas, hoteles, compañías de alquiler de autos y empresas de cruceros. Estos sistemas actúan como intermediarios y facilitan la búsqueda, reserva y venta de productos y servicios relacionados con los viajes y el turismo.

## ¿PARA QUÉ SIRVEN?

Los GDS permiten realizar diferentes de reservas en tiempo real relacionadas con los servicios de viaje. Algunos de los tipos de reservas incluyen:

- Reservas de tickets aéreos
- Reservas de habitaciones de hoteles
- Reservas de alquiler de autos
- Reservas de cruceros, etc.

## ¿POR QUÉ LOS GDS SON HERRAMIENTAS FUNDAMENTALES?

Los GDS han tenido un impacto significativo en la industria de viajes y se han convertido en herramientas fundamentales para las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato puesto que poseen ventajas tales como:

- Acceso a una amplia gama de opciones
- Eficiencia en la búsqueda y reserva
- Integración de servicios
- Información actualizada en tiempo real
- Generación de ingresos adicionales
- Competitividad en el mercado
- Colaboración con proveedores

Los GDS han transformado la industria de viajes al proporcionar a las agencias acceso a una amplia gama de opciones, agilizar los procesos de búsqueda y reserva, generar ingresos adicionales y mejorar su competitividad en el mercado.



# PERFIL DE LAS PERSONAS QUE LABORAN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES INTERNACIONALES EN AMBATO

## Género

26,70%



73,30%

## Rango de edad

De 30 a 41



60 %

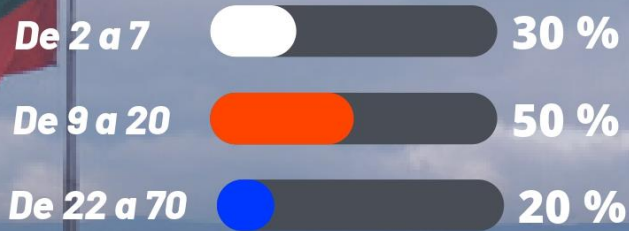
De 42 a 58



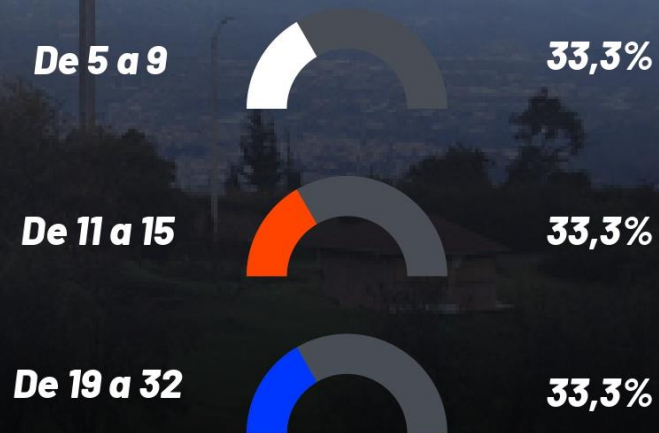
40 %

## PERFIL DE LAS PERSONAS QUE LABORAN EN LAS AGENCIAS DE VIAJES INTERNACIONALES

### Años dentro del mercado de agencias de viajes



### Años de Experiencia

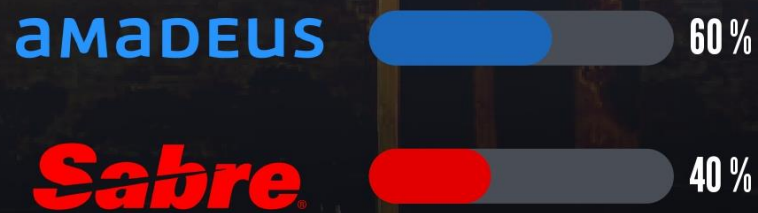


## CARACTERÍSTICAS SOCIALES

### Importancia de un GDS en la gestión operativa según las agencias de viajes internacionales



### Los GDS más utilizados



## CARACTERÍSTICAS SOCIALES

### Frecuencia de uso de los GDS



### Años de uso de los GDS



## VALOR ECONÓMICO DE LOS GDS



### Promedio de Ingresos mensuales a través de GDS

**Mas de 10 000**  
**26,7,%**

**Menos de 5 000**  
**13,3%**

**Mas de 5 000**  
**46,7%**

**Menos de 3 000**  
**13,4%**



# BOLETÍN

INFORMATIVO



¡LOS **GDS** EN LAS AGENCIAS DE VIAJES INTERNACIONALES DE **AMBATO**!



UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DE AMBATO



## C. MATERIALES DE REFERENCIA

### Referencias bibliográficas

- Agudelo, M., Chomali, E., & Suniaga, J. (2020). *Las oportunidades de la digitalización en América Latina frente al COVID-19*. CEPAL, CAF.  
<https://hdl.handle.net/11362/45360>
- Artigas, I. (2018). *La influencia de Internet en la intermediación turística* [Universidad de la Laguna].  
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/12335/La+influencia+de+internet+en+la+intermediacion+turistica.pdf?sequence=1>
- Bellomusto, H. (2019). *Análisis descriptivo de la posibilidad de que las Online Travel Agencies estén en un escenario de winner take all en el mercado de vuelos de LATAM* [Universidad de San Andrés].  
<https://repositorio.udesa.edu.ar/jspui/bitstream/10908/16743/1/%5BP%5D%5BW%5D%20T.%20M.%20Ges.%20Bellomusto,%20Hugo%20Gustavo.pdf>
- Cano, B. (2020). *Revista del Ministerio de Trabajo y Economía Social*. 1(1), 01–326.
- Caparros, A. (2018). *Social Sales: Una nueva manera de intermediación turística online* [Universidad de Girona]. [https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/18937/tabcv\\_20190215.pdf?sequence=4&isAllowed=y](https://dugi-doc.udg.edu/bitstream/handle/10256/18937/tabcv_20190215.pdf?sequence=4&isAllowed=y)
- Carducci, A. (2020). *Mujer y turismo: Estereotipos y roles de género en el ámbito laboral* [Universidad Nacional de San Martín].  
<https://ri.unsam.edu.ar/bitstream/123456789/1272/1/TFPP%20EEYN%202020%20CAM.pdf>

- Castro, D., Peñaloza, L., & Tamayo, A. (2018). *Tecnologías en línea populares para viajar: ¿cuáles utilizan los jóvenes universitarios para hacer turismo?* 18(2), 1–30. <http://dx.doi.org/10.15517/aie.v18i2.33149>
- Cisneros, A., Urdánigo, J., Guevara, A., & Garcés, J. (2022). *Técnicas e Instrumentos para la Recolección de Datos que apoyan a la Investigación Científica en tiempo de Pandemia*. 8(1), 1165–1185. <http://dx.doi.org/10.23857/dc.v8i41.2546>
- Correa, L. (2020). *Relación entre la tecnología y la comercialización en la PyME ubicada en Zacatecas*. 1(41), 107–124.
- Crespo, S. (2021). *Estandarización de Procesos y Análisis de la Cadena de Valor de la Empresa Andean Products Andfood CIA.LTDA* [Universidad del Azuay]. <https://dspace.uazuay.edu.ec/bitstream/datos/10781/1/16326.pdf>
- Díaz, A. (2019). *Los actores de la distribución comercial en turismo y viajes. Gds y crs. Mitos y realidades*. <https://www.eumed.net/rev/caribe/2020/01/actores-distribucion-comercial.html>
- Dzusl, M. (2018). *Aplicacion basicade los metodos cientificos*. 1(1), 01–13.
- Falcón, D. (2021). *Implementación para la atención online en las agencias de viaje internacionales de la ciudad de Ambato*. [Universidad Tecnica de Ambato]. <https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/34092/1/1TESIS%20MAE%20STRI%cc%81A%20-%20DIANA%20FALCO%cc%81N%20SALAZAR-signed-signed-signed-signed.pdf>
- Franco, J., & Rivas, D. (2021). *Uso de aplicaciones tecnológicas en agencias de viajes para la comercialización de productos turísticos en Manabí* [Escuela superior politecnica agropecuaria de Manabi: Juan Felix Lopez]. <https://repositorio.espam.edu.ec/bitstream/42000/1591/1/TTT21D.pdf>



- Francos, J. (2020). *La nueva capacidad de distribución en el mercado aerocomercial argentino* [PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA ARGENTINA].  
[https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/11948/1/Francos%20Juan%20Pablo\\_Trabajo%20Final%20de%20MBA.pdf](https://repositorio.uca.edu.ar/bitstream/123456789/11948/1/Francos%20Juan%20Pablo_Trabajo%20Final%20de%20MBA.pdf)
- Fuster, D. (2019). *Investigación cualitativa: Método fenomenológico hermenéutico*. 7(1), 201–229.
- GAD Municipalidad de Ambato. (2020). *Historia de la Ciudad* [GAD Ambato].  
Historia de Ambato. <https://ambato.gob.ec/historia/>
- Galindo, J. (2021). *Agencias de viajes virtuales ventajas y desventajas. Caso práctico* [Universidad Nacional de Educacion Enrique Guzman y Valle].  
<https://repositorio.une.edu.pe/bitstream/handle/20.500.14039/6649/Agencias%20de%20viajes%20virtuales%20ventajas%20y%20desventajas.%20Caso%20pr%C3%A1ctico%20-Monograf%C3%ADA.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- García, S. (2018). *El techo de cristal en la industria hotelera de Tenerife (Islas Canarias): El acceso de las mujeres al liderazgo en el sector*. 16(4).  
<https://doi.org/10.25145/j.pasos.2018.16.076>
- Gómez, M. (2021). *Análisis de la influencia de la distribución online en la evolución del sistema de distribución turístico* [Universidad de Zaragoza].  
<https://zaguan.unizar.es/record/108268/files/TESIS-2021-304.pdf>
- González, A. (2017). *Trafico Aereo Acepiones en servicios aeroportuarios* (Vol. 1).  
<http://repositorio.espe.edu.ec/xmlui/bitstream/handle/21000/13752/978-9942-765-18-5%20TR%20FICO%20A%20REO.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- González-Sánchez, A., Coronel-Grados, M., Villacís-Mejía, C., & Ludeña-Villacís,

- L. (2022, July). Mobile Tourism, the use of QR Codes and the Diversification of the Tourist Offer. In 2022 International Conference on Inventive Computation Technologies (ICICT) (pp. 191-196). IEEE.
- Guerra, C. (2020). *Análisis estratégico de Amadeus*. Universidad de Zaragoza.
- Gutiérrez, J. (2020). *Análisis estratégico de Amadeus* [Universidad de Zaragoza].  
<https://zaguan.unizar.es/record/101887/files/TAZ-TFG-2020-2002.pdf>
- Hernandez, C., & Carpio, N. (2019). *Introducción a los tipos de muestreo*. 2(1), 01–05.
- Herrera, F. (2019). *Internet aplicado a los procesos de venta de productos y servicios turísticos en la Agencia de Viajes Cuernavaca Reservas* [Universidad abierta y a distancia de Mexico].  
<http://www.repositorio.unadmexico.mx:8080/jspui/bitstream/123456789/329/1/HERRERA%20ROSALES%20FRANCISCO.pdf>
- Hidalgo, J. (2018). *Creación de marca a partir del gentilicio guaytambito de la ciudad de ambato y aplicación en un sistema de packaging para la producción frutal de la ciudad*. [Escuela Superior Politécnica de Chimborazo].  
<http://dspace.esPOCH.edu.ec/bitstream/123456789/9175/1/88T00265.pdf>
- López, A. (2019). *El sistema de reservas electrónico amadeus y su importancia actual en los estudiantes de la carrera de turismo y hotelería de la universidad técnica de ambato* [Universidad Técnica de Ambato].  
[https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/4519/1/ts%20hoteleria%20y%20turismo\\_2009\\_30.pdf](https://repositorio.uta.edu.ec/bitstream/123456789/4519/1/ts%20hoteleria%20y%20turismo_2009_30.pdf)
- López, P., & Alarcon, M. (2019). *¿Existe un techo de cristal que limita el ascenso laboral a las mujeres en las empresas?* [Universidad Peruana de Ciencias

Aplicadas].

[https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653637/Lopez\\_MP.pdf?sequence=3&isAllowed=y](https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/653637/Lopez_MP.pdf?sequence=3&isAllowed=y)

Martínez, M. (2021). *Reintermediación: El papel de los infomediarios y las agencias de viajes virtuales en el proceso de reservar un alojamiento turístico hotelero* [Universidad Nacional de la Plata].

[http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/130150/Documento\\_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://sedici.unlp.edu.ar/bitstream/handle/10915/130150/Documento_completo.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Melgarejo, M. (2018). *Gestión de recursos humanos por competencias en relación al e-commerce en las agencias de viajes minoristas, lima, 2018* [Universidad de San Martín de Porres].

[https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4774/MELGAREJO\\_KM.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repositorio.usmp.edu.pe/bitstream/handle/20.500.12727/4774/MELGAREJO_KM.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Meza, C. (2018). *Discriminación labor Discriminación laboral por género al por género: Una mirada desde el efecto techo de cristal*. 1(32), 11–31.

Reglamento general de actividades turísticas, Pub. L. No. 3400, 01 (2002).

<https://www.gob.ec/sites/default/files/regulations/2018-09/3.Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>

Reglamento de operación e intermediación turística, Pub. L. No. 21, 01 (2016).

<https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/07/Reglamento-de-Operacion-e-Intermediacion-Turistica.pdf>

MINTUR. (2023). *Catastro Turístico Nacional*. Catastro Turístico.

<https://servicios.turismo.gob.ec/portfolio/catastro-turistico-nacional>

- Náñez, P. (2020). “Yo le cocino igual que una mujer”. *Los hombres en las cocinas: El hacer desvirtuando estereotipos*. 28(1), 01–21.
- Niebuhr, P., & Yarushka, H. (2018). *Los sistemas de distribución global, la educación virtual y la problemática de la accesibilidad tecnológica*. 6(1), 26–34.
- Olmos, M. (2021). *Impacto del valor agregado que un sistema de distribución global (GDS) y una atención especializada representan en el servicio que brindan las agencias de viaje* [Universidad Iberoamericana Puebla].  
<http://repositorio.iberopuebla.mx/bitstream/handle/20.500.11777/4958/Olmos%20Andrade%20Miguel%20%20c3%81ngel.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- OMT. (2019). *Turismo: Las mujeres toman la iniciativa*. UNWTO.  
<https://www.unwto.org/es/press-release/2019-03-06/turismo-las-mujeres-toman-la-iniciativa>
- OMT. (2021). *Las oportunidades para las mujeres en el turismo crecen en todo oriente medio*. Las oportunidades para las mujeres en el turismo crecen en todo oriente medio. <https://www.unwto.org/es/news/las-oportunidades-para-las-mujeres-en-el-turismo-crecen-en-todo-orientemedio#:~:text=A%20escala%20mundial%2C%20las%20mujeres,en%20la%20econom%C3%ADa%20en%20general>.
- Organización Mundial del Turismo. (2020). *El Impacto de la COVID-19 en el turismo mundial queda patente en los datos de la OMT sobre el coste de la parálisis*. OMT. <https://www.unwto.org/es/news/el-impacto-de-la-covid-19-en-el-turismo-mundial-queda-patente-en-los-datos-de-la-omt-sobre-el-coste-de-la-paralisis>

- Otero, A. (2018). Enfoques de investigación. En *Enfoques de Investigación*.  
[https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435\\_ENFOQUES\\_DE\\_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Alfredo-Otero-Ortega/publication/326905435_ENFOQUES_DE_INVESTIGACION/links/5b6b7f9992851ca650526dfd/ENFOQUES-DE-INVESTIGACION.pdf)
- Palmero, S. (2020). *La enseñanza del componente gramatical: El método deductivo e inductivo* [Universidad de la Laguna].  
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/23240/La%20ensenanza%20de%20componente%20gramatical%20el%20metodo%20deductivo%20e%20inductivo.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Panosso, A., & Lohmann, G. (2012). *Teoría del Turismo: Conceptos, modelos y sistemas* (Vol. 1). Editorial Trillas. <https://www.entornoturistico.com/wp-content/uploads/2017/06/Teor%C3%ADa-del-Turismo-Conceptos-modelos-y-sistemas-de-Panosso-PDF.pdf>
- Perea, L. (2018). *Servicios de transportes turísticos y su distribución a través de los sistemas de distribución global (GDS)*. [Universidad Técnica de Machala].  
<http://repositorio.utmachala.edu.ec/bitstream/48000/5456/1/ECUACE-2015-HT-CD00033.pdf>
- Plasencia, A. (2019). *La touroperación tras Thomas Cook* [Universidad de la Laguna].  
<https://riull.ull.es/xmlui/bitstream/handle/915/21478/La%20touroperacion%20Otras%20Thomas%20Cook.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Ramos, C. (2020). *Los alcances de una investigación*. 9(3), 01–05.
- Rodríguez, C., Rodríguez, M., Mahauad, M., & Martínez, V. (2017). *Impacto de las tecnologías digitales en la transformación del modelo de negocio de las*

*agencias de viajes en Ecuador: Del ámbito analógico al digital.* 38(59), 03–20.

Rodríguez, J., & Reguant, M. (2020). *Calcular la fiabilidad de un cuestionario o escala mediante el SPSS: el coeficiente alfa de Cronbach.* 13(2), 01–13.

Rogel, J. (2018). *La calidad del servicio y satisfacción del cliente: Binomio clave en agencias de viajes en Ecuador.* 1(1), 128–139.

Ruíz, F. (2021). *Estrategias enseñanza aprendizaje para la materia de agencia de viajes, con apoyo de tecnología* [Universidad Autónoma del Estado de México].

[http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/113138/TTG\\_Fco.%20Ruiz.pdf?sequence=1&isAllowed=y](http://ri.uaemex.mx/bitstream/handle/20.500.11799/113138/TTG_Fco.%20Ruiz.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Ruiz, R. (2021). *La transformación de las relaciones comerciales en las agencias de viajes.* 15(1), 99–118. <https://doi.org/10.17979/rotur.2021.15.1.6364>

Salgado, E., Morejón, P., & Hernández, Y. (2021). *Tendencias en la comercialización digital de las agencias de viajes en el escenario del COVID-19.* 5(2), 131–145. <https://doi.org/10.21071/riturem.v5i2.13747>

Sanchez, C. (2018). *Viabilidad de implementación de comercio electrónico en la agencia de viajes Adescubrir Travel & Adventure S.A.S.* [Universidad EIA]. [https://repository.eia.edu.co/bitstream/handle/11190/1888/GomezMariantonia\\_2018\\_ViabilidadImplementacionComercio.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://repository.eia.edu.co/bitstream/handle/11190/1888/GomezMariantonia_2018_ViabilidadImplementacionComercio.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Sánchez, D. (2022). *Técnicas e instrumentos de recolección de datos en investigación.* 09(17), 38–39.

Serrano, L. (2018). *El comportamiento del turismo de residentes en España según el método de compra. Las agencias de viaje.* [Universitat de les Illes Balears].

[https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/153931/Serrano\\_Buzon\\_Laura.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/153931/Serrano_Buzon_Laura.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Solis, A. (2021). *Derecho constitucional, agencia de viajes internacionales* [Universidad Estatal Peninsula de Santa Elena].

<https://repositorio.upse.edu.ec/bitstream/46000/5677/1/UPSE-TDT-2021-0013.pdf>

Vasquez, L. (2021). *Uso de las TIC y la competitividad en las agencias de viaje en la ciudad de Tacna, 2019* [Universidad Privada de Tacna].

<http://161.132.207.135/bitstream/handle/20.500.12969/1810/Vasquez-Pena-Lindsey.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Venturi, M., & Lohmann, G. (2006). *Mapeando os Canais e as Tecnologias de Distribuição de uma Empresa Aérea Brasileira* (1a ed.).

[https://www.researchgate.net/publication/235963356\\_Mapeando\\_os\\_Canais\\_e\\_as\\_Tecnologias\\_de\\_Distribuicao\\_de\\_uma\\_Empresa\\_Aerea\\_Brasileira](https://www.researchgate.net/publication/235963356_Mapeando_os_Canais_e_as_Tecnologias_de_Distribuicao_de_uma_Empresa_Aerea_Brasileira)

## Anexos

### Anexo A. Carta Compromiso

#### ANEXO 3 FORMATO DE LA CARTA DE COMPROMISO.

### CARTA DE COMPROMISO

Ambato, 05/04/2023

Dr. Marcelo Núñez  
Presidente  
Unidad de Integración Curricular  
Carrera de Turismo  
Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación.

Daniel Rodríguez en mi calidad de Jefe de Turismo de la Dirección de cultura y turismo del Gobierno Autónomo Descentralizado Municipalidad de Ambato, me permito poner en su conocimiento la aceptación y respaldo para el desarrollo del Trabajo de Integración Curricular bajo el Tema: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato" propuesto por el estudiante Roberto Santiago Armendariz Reinoso, portador de la cédula de ciudadanía 1501004392, estudiante de la Carrera de Turismo, Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato.

A nombre de la Institución a la cual represento, me comprometo a apoyar en el desarrollo del proyecto.

Particular que comunico a usted para los fines pertinentes.



Atentamente.



.....  
Daniel Rodríguez-Jefe de Turismo  
C.I. 1804743522  
Tfno. 032826315  
Cel. 0995976668  
Correo: [cutecnico13@ambato.gob.ec](mailto:cutecnico13@ambato.gob.ec)



## Anexo B. Instrumento




UNIVERSIDAD  
TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS  
Y DE LA EDUCACIÓN

# Instrumento de Recolección de Información

**Universidad Técnica de Ambato**  
**Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación**  
**Carrera de Turismo**  
**2023**

**Objetivo de la encuesta:** Analizar como el uso de los sistemas de distribución global (GDS) influye económica y socialmente dentro de las agencias de viajes internacionales de Ambato.

santirob1999@gmail.com [Cambiar de cuenta](#) 

\* Indica que la pregunta es obligatoria

Correo electrónico \*

Registrar **santirob1999@gmail.com** como el correo que se incluirá al enviar mi respuesta

**A. Datos Informativos:** \*

**1. Nombre de la Agencia de Viajes que representa:**

Tu respuesta \_\_\_\_\_

**2. Dirección de la empresa: \***

Tu respuesta \_\_\_\_\_

**3. Años dentro del mercado de Agencias de Viajes: \***

Tu respuesta \_\_\_\_\_

**4. Género: \***

Masculino

Femenino

Otro: \_\_\_\_\_

**5. Edad: \***

Tu respuesta

---

**6. Cargo: \***

- Gerente
- Agente de Viajes
- Supervisor de Ventas
- Jefe de Counter

**7. Años de experiencia: \***

Tu respuesta

---

[Siguiente](#)



Página 1 de 2

[Borrar formulario](#)

## B. Cuestionario

**Instrucciones:** Por favor, conteste las siguientes interrogantes con responsabilidad y honestidad, de acuerdo a su criterio como agente de viajes.

**1. ¿Está usted de acuerdo con que las agencias de viajes internacionales deben contar con un sistema de distribución global (GDS)? (Seleccione una opción) \***

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Me es indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo

**2. ¿Cuán importante cree usted que es un sistema de distribución global (GDS) hoy en día para la gestión operativa en una agencia de viajes? (Seleccione una opción) \***

- Muy importante
- Importante
- Indiferente
- Poco importante
- Nada importante

**3. ¿Cuál de los siguientes sistemas de distribución global (GDS) usted utiliza dentro de su agencia de viajes? (Seleccione una opción) \***

- SABRE
- Amadeus
- Galileo
- Worldspan
- Ninguno

**4. ¿Con qué frecuencia usted utiliza el sistema de distribución global (GDS) dentro de su desempeño laboral? (Seleccione una opción) \***

- Siempre
- Casi siempre
- Ocasionalmente
- Casi nunca
- Nunca

**5. ¿Cuántos años lleva utilizando los sistemas de distribución global (GDS) dentro de su agencia de viajes? (Selecciones una opción) \***

- Mas de 15 años
- Mas de 10 años
- Mas de 5 años
- Menos de 5 años
- Menos de 1 año

**6. ¿En promedio cuanto genera su agencia de viajes mediante los sistemas de distribución global mensualmente? (Seleccione una opción) \***

- Mas de 10000
- Mas de 5000
- Menos de 5000
- Menos de 3000
- Menos de 1000

**7. ¿Cuál de los siguientes metabuscadores usted utiliza con mayor frecuencia? \***  
(Seleccione una opción)

- Despegar
- Kayak
- Aplicaciones de Aerolíneas
- Ninguna
- Otro: \_\_\_\_\_

**8. ¿Con qué frecuencia usted utiliza los metabuscadores (Despegar, Kayak, etc.) \***  
para realizar la venta de servicios turísticos? (Seleccione una opción)

- Siempre
- Casi siempre
- Ocasionalmente
- Casi nunca
- Nunca

**9. ¿En promedio cuanto genera su agencia de viajes a través de los metabuscadores (Despegar, Kayak, etc.) mensualmente? (Seleccione una opción)** \*

- Mas de 10000
- Mas de 5000
- Menos de 5000
- Menos de 3000
- Menos de 1000

**10. ¿Está usted de acuerdo que la aparición de nuevos software como los metabuscadores están opacando a los sistemas de distribución global (GDS) dentro de las agencias de viajes internacionales? (Seleccione una opción)** \*

- Totalmente de acuerdo
- De acuerdo
- Indiferente
- En desacuerdo
- Totalmente en desacuerdo



**11. ¿Cuál de los siguientes conceptos considera usted que son básicos para el uso y manejo de un sistema de distribución global (GDS)? (Seleccione una o varias opciones)** \*


- Vocabulario fonético OACI
- Geografía del mundo según la IATA
- Dominio de códigos IATA de países, ciudades, aeropuertos, etc.
- Códigos mandatorios de los GDS
- Información de: Usos horarios / moneda / comercio / temporadas de viaje.

**12. ¿Cuál de los siguientes requisitos considera usted, que necesita una persona si desea trabajar en una agencia de viajes internacional? (Seleccione una o dos opciones máximo)** \*

- Título en Turismo
- Inglés (Hablado y Escrito)
- Dominio de sistemas de distribución global (GDS)
- Habilidades de atención al cliente
- Dominio acerca de documentación o trámites para viajar (Pasaportes, visados, etc.)

[Atrás](#)

[Enviar](#)

 Página 2 de 2

[Borrar formulario](#)

## Anexo C. Carta entrega recepción del producto al beneficiario

Ambato, 05/07/2023

**Lic. Daniel Rodríguez**  
Jefe de Turismo  
GADMA  
Presente.

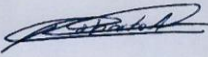
De mi consideración:

Reciba un cordial saludo por parte del señor Roberto Santiago Armendariz Reinoso, estudiante de la carrera de turismo de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación, perteneciente a la Universidad Técnica de Ambato, quien se dirige a usted para realizar la entrega del producto del proyecto de investigación **“Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato”**. El cual es un boletín informativo denominado “Los GDS en las agencias de viajes internacionales de Ambato”, esperando que dicho boletín sea de utilidad para conocer la importancia que supone el uso de estos sistemas tecnológicos para las agencias de viajes internacionales.

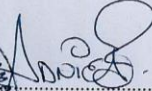
Por la favorable atención que se dé al presente, agradezco y suscribo.

Entregado por:

Recibido por:


  
.....  
Roberto Santiago Armendariz Reinoso  
C.I. 1501004392  
Tfno. 032845164  
Cel. 0995254994  
Correo: rarmendariz4392@uta.edu.ec



  
.....  
Daniel Rodríguez - Jefe de Turismo  
C.I. 1804743522  
Tfno. 032826315  
Cel. 0995976668  
Correo: cutednico13@ambato.gob.ec

## Anexo D. Evidencias

**Figura 24** Solicitudes de autorización para realizar las encuestas

 UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO  FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA EDUCACIÓN

Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Paulina Pazmiño  
Gerente General  
**INTERTOURING**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

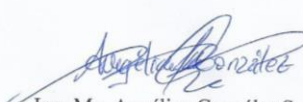
Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec



De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

  
Ing. Mg. Angélica González S.  
**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**

   
Paulina Pazmiño.



Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Daysi Meléndez  
Gerente General  
**MELCARIBE TRAVEL CIA. LTDA.**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter  
investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica Gonzáles S.  
**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.**  
**TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**



Recibido 16/05/2023

Daysi Melendez  
MELCARIBE TRAVEL CIA LTDA  
Deyli Sánchez



Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Karina Alcívar  
Gerente General  
**K&M PLANET TRAVEL S.A**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter  
investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.

**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**

RECIBIDO





Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. María Verónica Vela Lalama  
Jefe Counter  
CANTABRIATUR CÍA. LTDA.

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter  
investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.  
COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.





Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Lisseth Mazón  
Gerente General  
**VIAJARIS**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter  
investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.  
**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**





Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Mónica Suárez  
Gerente General  
**MAXI TOURS**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.

**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD**  
**TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR**







Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Paulina Salazar  
Gerente  
**AGENCIA DE VIAJES "CLANTOUR"**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,



Ing. Mg. Angélica Gonzáles S.  
**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**

**CLANTOUR**  
AGENCIA DE VIAJES S.A.  
1890139511001  
Telf: 2422455



Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Luz Villacis  
Gerente General  
**WOW TRAVEL CIA. LTDA.**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter  
investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.  
**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**



Recibido  
14/05/2023





Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Daniel Calvopiña  
Gerente General  
**C-TRIP COMPANY**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter  
investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.  
**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.**  
**TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**





Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Diana Falcón  
Gerente General  
**PRIMIUM TRAVEL S.A.**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter  
investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	ramendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.  
**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**



Primum Travel  
Calle y Psj. Tigutini, Tel: 032 849803  
RUC: 1891755573001

14-MAY-2023



Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Andrea Freire  
Gerente  
**FULL FUN TRAVEL**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter  
investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.  
**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**



8226100  
17 - MAYO - 2023



Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Pamela Arias  
Gerente General  
**METROPOLITAN TOURING**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter  
investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica Gonzáles S.

**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**



Metropolitan  
Touring  
*[Handwritten signature]*



Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Vicky Velarde  
Gerente General  
**VELAGUI TRAVEL**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter  
investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

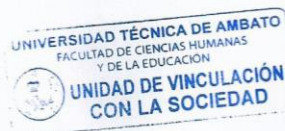
De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.  
**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**





Ambato mayo 10, 2023

PARA: **AGENCIA DE VIAJES "ORTEGA VIAJES"**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.

**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD  
TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**







Ambato mayo 10, 2023

PARA: Sr/a. Andrea Hurtado  
Gerente General  
**CANDYTRAVEL**

ASUNTO: Solicitud de autorización para realizar una encuesta de carácter investigativo

De mi consideración:

En calidad de Coordinadora de la Unidad de Vinculación de la Facultad de Ciencias Humanas y de la Educación de la Universidad Técnica de Ambato, me dirijo a usted muy respetuosamente, para solicitar se permita autorizar al estudiante de la Carrera de **Turismo** realizar una encuesta de carácter académico - investigativo en su agencia de viajes que Usted muy acertadamente dirige, instrumento que servirá para recabar información importante y necesaria para el desarrollo del proyecto de investigación titulado: "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato"- previo a la obtención del título de Licenciado (a) en Turismo.

Nombres y Apellidos	Cedula	Nro. de Teléfono	Correo Institucional
Armendariz Reinoso Roberto Santiago	1501004392	0995254994	rarmendariz4392@uta.edu.ec

De la manera más cordial se solicita dar atención a la presente encuesta en el enlace que se adjunta a continuación:

<https://forms.gle/ZM9NAP5XEf6aTt5F6>

Por la favorable atención que dé a la presente, anticipo mi sincero agradecimiento.

Atentamente,

Ing. Mg. Angélica González S.  
**COORDINADORA UNIDAD DE VINCULACION CON LA SOCIEDAD.**  
**TUTORA DE TRABAJO DE INTEGRACION CURRICULAR.**



*Nota.* Solicitud de autorización para aplicar las encuestas a las 15 agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato.

## Anexo E. Validación de encuestas por expertos

### Figura 25 Validación de encuesta



**INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN**

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	/			
Calidad de redacción de los ítems	✓			
Pertinencia de las variables con los indicadores	✓			
Relevancia del contenido	✓			
Factibilidad de aplicación	✓			

**Apreciación General:**

**Observaciones:** NINGUNA.

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable  Aplicable después de corregir ( ) No aplicable ( )

**Validado por:** Diana Alexandra Falcon Salazar

**Firma:** 

**Lugar de trabajo:** Primium Travel

**Cargo que desempeña:** Gerente General

**Fecha:** 02-06-2023

  
**Primiumtravel**  
 Rio Coca y Psi, Tiputini Telf.: 032 849803  
 RUC. 1891756573001

Ambato 02, de junio de 2023

Ing. Juan Carlos López Flores  
Primium Travel

Me es muy grato comunicarme con usted para expresarle mi saludo y así mismo, poner en su conocimiento que, siendo estudiante de la Universidad Técnica de Ambato, requiero validar el instrumento con el cual realizaré el levantamiento de información necesaria para poder desarrollar mi investigación, mismo con el cual optaré por el título de Licenciado en Turismo.

El tema del proyecto de desarrollo es "Los sistemas de distribución global en las agencias de viajes internacionales de la ciudad de Ambato" y siendo imprescindible contar con la aprobación de personas especializados en el tema para poder aplicar el instrumento en mención, he considerado conveniente recurrir a usted, ante su connotada experiencia en temas de investigación.

El expediente de validación contiene:

*Anexo 1: Instrumento para la validación*  
*Anexo 2: Instrumento a validar*

Atentamente



.....  
Roberto Santiago Armendariz Reinoso  
**ESTUDIANTE**

**INSTRUMENTO PARA LA VALIDACIÓN**

CRITERIOS	APRECIACIÓN			
	EXCELENTE	BUENO	REGULAR	DEFICIENTE
Presentación del instrumento	X			
Calidad de redacción de los ítems	X			
Pertinencia de las variables con los indicadores	X			
Relevancia del contenido	X			
Factibilidad de aplicación	X			

**Apreciación General:**

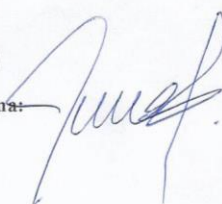
**Observaciones:** Ninguna.

**Opinión de aplicabilidad:**

Aplicable (X)    Aplicable después de corregir ( )    No aplicable ( )

**Validado por:** Juan Carlos López Flores

**Firma:**



**Lugar de trabajo:** Primium Travel

**Cargo que desempeña:** Agente de Viajes

**Fecha:** 02-06-2023

*Nota.* Validación del instrumento de recolección de información realizada a dos expertos en el tema de investigación.