



Ciencias económicas y empresariales

Artículo Científico

El turismo y su influencia en el crecimiento empresarial en el cantón Babahoyo

*Tourism and its influence on business growth in the
Canton Babahoyo*

*O turismo ea sua influência no crescimento dos
Cantão Babahoyo*

Gabriela A. Castro-López ¹
gcastrol@utb.edu.ec

Georgina A. Jácome-Lára ^{II}
gjacome@utb.edu.ec

Magdalena R. Huilcapi-Masacon ^{III}
mhuilcapi@utb.edu.ec

Recibido: 30 de enero de 2017 * **Corregido:** 9 de febrero de 2017 * **Aceptado:** 14 marzo de 2017

- ^I. Magister en Administración de Empresas, Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras, Docente Titular de la Universidad Técnica de Babahoyo, Carrera Ingeniería Comercial Magister en Administración de Empresas mención en Negocios Internacionales, Ingeniero Comercial, Babahoyo, Ecuador.
- ^{II}. Magister en Administración de Empresas, Ingeniera Comercial, Docente Titular de la Universidad Técnica de Babahoyo, Carrera Ingeniería Comercial, Babahoyo, Ecuador.
- ^{III}. Magister en Administración de Empresas, Ingeniera Comercial, Docente Titular de la Universidad Técnica de Babahoyo, Carrera Ingeniería Comercial, Babahoyo, Ecuador.

Resumen.

Existe un pilar fundamental que mueve masas a través del mundo y este es el turismo, el cual permite conocer otras sociedades, otras formas de vivir y otros ambientes geográficos, permitiendo enriquecer a cada visitante su propia cultura y experiencia personal. La industria turística involucra algunos tipos de actividades, como por ejemplo gubernamentales, comerciales además de los servicios que se encuentran asociados a las expectativas de los visitantes (comida, bebida, alojamiento, atracciones y otras). Estas actividades permiten el movimiento y la reactivación económica, es decir, genera empleos, obras de infraestructura, desarrollo de establecimientos, crecimiento del transporte aéreo, terrestre o marítimo entre otros.

Palabras Clave: Turismo; economía; desarrollo socioeconómico; potencial turístico; crecimiento empresarial.

Abstract.

There is a fundamental pillar that moves masses throughout the world and this is the sociocultural factor, which allows to know other societies, other ways of living and other geographic environments, allowing to enrich each visitor their own culture and personal experience. The tourism industry involves some types of activities, such as governmental, commercial and services that are associated with the expectations of visitors (food, drink, lodging, attractions and others). These activities allow the movement and economic reactivation, that is to say, generates jobs, infrastructure works, development of establishments, growth of air transport, land or sea, etc. As regards the object of study in the present, it is composed of the area of Babahoyo, a city that for many years has been abandoned by governmental and non-governmental agencies. Currently, there are great advances in areas of recreation, we have the shopping center Paseo Shopping, and the new Terrestrial Terminal, which has increased the influx of people from other locations.

Keywords: Tourism; economy; socioeconomic development; tourism potential; business growth.

Resumo.

Há um pilar fundamental que move as massas ao redor do mundo e este é o fator sociocultural, que permite conhecer outras sociedades, outras formas de vida e outros ambientes geográficos, permitindo enriquecer cada visitante sua própria cultura e experiência pessoal. A indústria do turismo envolve alguns tipos de atividades, tais como governamentais, comerciais e de serviços que estão associados com as expectativas dos visitantes (comida, bebida, hospedagem, atrações e outros). Estas atividades permitem o movimento e a reativação econômica, ou seja, geram empregos, obras de infra-estruturas, desenvolvimento de estabelecimentos, crescimento do transporte aéreo, terrestre ou marítimo, etc. No que diz respeito ao objecto de estudo no presente, Área de Babahoyo, uma cidade que há muitos anos foi abandonada por agências governamentais e não-governamentais. Atualmente, há grandes avanços em áreas de recreação, temos o Shopping Center Shopping Paseo, eo novo Terminal Terrestre, que tem aumentado o afluxo de pessoas de outros locais.

Palavras chave: Turismo; economia; desenvolvimento socioeconômico; potencial turístico; o crescimento do negócio.

Introducción.

La industria turística y hotelera hoy en día es un rubro importante en la economía ecuatoriana después del petróleo, esto se debe a los miles de turistas extranjeros que ingresan al año al Ecuador en busca de nuevas aventuras, además miles de turistas internos que se dedican a recorrer rutas ecuatorianas. Las estadísticas publicadas por el Ministerio de turismo resultan favorables a nivel nacional, sin embargo, la provincia de Los Ríos abarcó solo el 0.90% de estos turistas internacionales, de los cuales el 25% visitaron el cantón Babahoyo y un 5.5% de la demanda interna, lo que la ubica entre las menos visitadas del país. (Tourism & Leisure Advisory Services, 2009)

Cabe acotar que el cantón Babahoyo no demuestra un gran avance en torno a este tema, debido a que existen pocas empresas registradas en los entes reguladores del turismo, falta de publicidad turística de parte del Gobierno y de la empresas particulares que forman parte de este sector, a la carencia de atractivos turísticos o, a la falta de explotación de los ya existentes.

Actualmente se observa en el Cantón Babahoyo, capital fluminense poca afluencia de turistas, poco movimiento comercial, el mismo que se centra en el mercado de legumbres, ropa, los que se realizan mayormente los fines de semana. En días feriados la ciudad permanece sin mayor movimiento de personas, puesto que gran parte de la población elige preferentemente realizar turismo en otras localidades del país.

Algunos de los problemas antes mencionados se deben a que la población no se encuentra realmente capacitada, no se ha socializado cuan rentable puede resultar formar parte de esta industria, también podríamos atribuir a que simplemente no hay otorgamiento de incentivos para aquellos que deciden sumarse a este tipo de negocios, lo que ha hecho que no existan avances en el desarrollo de la planta turística de Babahoyo. (Ascanio, 2011)

Esta investigación tiene como fin brindar información actual y veraz a través del análisis de la actividad turística, para de esta manera dar soluciones o realizar propuestas útiles y adecuadas que aporten en la potencialización del cantón Babahoyo como destino turístico del Ecuador, proponiendo la creación de nuevos atractivos turísticos y potencializando los ya existentes. (Anton Clave & Gonzalez Reverte, 2005)

Conceptos Básicos

Concepto Turismo

Desde sus orígenes, el término “turismo” ha sido asociado a la acción de “viajar por placer”. Aún hoy, muchas personas lo entienden exclusivamente de esta forma sin tener en cuenta sus otras motivaciones y dimensiones.

Para la Organización Mundial del Turismo (OMT, 1998) el turismo:

“Comprende las actividades que realizan las personas durante sus viajes y estancias en lugares distintos al de su residencia habitual por menos de un año y con fines de ocio, negocios, estudio, entre otros. El turismo es, en la práctica, una forma particular de emplear el tiempo libre y de buscar recreación.”

El sistema de actividades turísticas

La manera más operativa de aproximarnos al concepto de turismo es mediante la delimitación de su contenido. En este sentido, y dentro de lo reciente que es esta especialidad, se han venido produciendo algunos intentos de delimitación de ámbito que podemos dividir en dos grupos según que estos se hayan realizado desde la perspectiva de la oferta o de la demanda. (Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier, 2006)

Delimitación de ámbito de turismo según sus perspectivas.

Oferta: Podemos considerarlo como el núcleo más tradicional de los estudiosos del turismo; se considera como un subsector económico restringido a aquellas actividades que se relacionan más directamente con las características de desplazamiento y estancia de sus protagonistas, es decir, hoteles (más tarde ampliado a otros tipos de alojamiento), restaurantes, y viajes organizados (intermediación, información y transporte). (Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier, 2006)

Demanda: Se inclinan por utilizar la demanda como criterio de demarcación de las actividades turísticas, de forma que reconoce como tales todo aquello que las personas que hacen turismo demandan en función de esta finalidad, incluyendo aquí productor y servicios que no están dentro de los sectores que los anteriores consideraban turísticos, como ciertas actividades culturales, deportivas y de ocio en general y otros servicios públicos y privados que los turistas consumen durante su estancia en lugares diferentes al de su residencia, habitualmente de forma compartida con los habitantes de esas zonas. Esta perspectiva, mucho más amplia, es la que hoy en día domina en la gran mayoría de los autores, sobre todo porque permite aproximaciones de planeamiento e intervención más realistas y eficaces, adoptándose incluso en los cálculos más recientes de su valoración económica (cuentas satélite). (Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier, 2006)

Consecuentemente, el principio de demarcación del sistema de actividades turísticas no hay que buscarlo tanto en su contenido, como en el destinatario de las mismas, el turista. Es él quien transforma en turístico un desplazamiento, un recorrido en un campo de golf, una visita a una catedral, una compra o unos baños termales, de ahí la importancia de dejar claro cuándo y cómo se adquiere la condición de turista, esfuerzo en que la OMT y antes la UIOOT han puesto un particular

El turismo y su influencia en el crecimiento empresarial en el cantón Babahoyo

empeño. Partiendo de esta perspectiva, entendemos que el mejor modo de configurar la actividad turística, tanto para entenderla como para poder luego intervenir sobre ella, es abordándola también desde el planteamiento de la teoría de sistemas, basada en los principios de interdependencia y de regulación interna. El sistema de actividades turísticas tiene desde una perspectiva temporal dos características principales, la de ser abierto (va incorporando dentro de sí nuevos elementos haciéndose cada vez más complejo y diverso) y dinámico (va transformándose en la forma de presentarse y de relacionarse sus diferentes elementos).

Para poder comprender al turismo en toda su complejidad y extensión, hay que entenderlo como un gran sistema de actividades, ahora en continuo crecimiento. Este sistema se divide a su vez en tres subsistemas principales, interrelacionados y complementarios entre sí:

- El de actividades características del turismo o de naturaleza turística
- El de actividades de aplicación turística
- El de actividades de apoyo al turismo

Caracterización de los recursos a partir de su valoración

A partir de toda esta información se procede a la valoración de los recursos, distinguiendo dos grandes grupos:

Factores internos

Dentro de ellos se consideran:

El grado de utilización del recurso

Urbanización. Se considera su carácter, turístico o no, su calidad de construcción y de trazado y su intensidad.

El turismo y su influencia en el crecimiento empresarial en el cantón Babahoyo

Infraestructuras. Se centra en los medios y en la calidad y capacidad para atender a la demanda de los mismos.

Equipamientos y servicios turísticos.

Calidad y cantidad de los alojamientos, restaurantes, agencias, servicios de información y otras ofertas complementarias.

Características intrínsecas se refieren a la propia naturaleza del producto y dependen mucho del tipo de que se trate.

Factores externos

Se consideran cuatro aspectos básicos:

Accesibilidad desde los centros de demanda, teniendo en cuenta las infraestructuras y la calidad de los servicios.

Proximidad a los centros emisores. Deriva de la anterior y se valora mediante el principio de gravedad.

Especificidad del recurso en comparación con otros de la misma naturaleza.

Importancia del recurso dentro del mercado turístico y de la demanda que genera.

Costes de transformación para la puesta en explotación turística de los recursos

En la gran mayoría de los casos los recursos precisan de ciertas transformaciones para su puesta en explotación turística que suponen unos costes, no siempre monetarios, que deben ser tenidos en cuenta a la hora de decidir su jerarquización. (Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier, 2006)

Costes económicos

En primer lugar tenemos los costes económicos, que a su vez podemos diferenciar en varios apartados, principalmente:

Inversión y financiación: Los costes de inversión y financiación deberán tener en cuenta, según el tipo de recurso de que se trate, las obras destinadas a la accesibilidad al recurso (tema relacionado con el valor de situación), las de adecuación del mismo para su uso y disfrute y los costes propios de explotación.

Tecnológicos, de organización y de capacitación: Los costes tecnológicos, de organización y capacitación, deberán calcularse cuando no se disponga del know-how preciso para la puesta en producción del recurso y vendrán referidos a patentes, sistemas de organización y formación en general. (Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier, 2006)

Costes medioambientales

En segundo lugar hemos de valorar los costes medioambientales, fundamentales en cualquier planteamiento de desarrollo sostenible que se haga en la actualidad. Estos costes no son siempre de carácter monetario, aunque existen ya técnicas, cada vez más sofisticadas, para su "monetarización", y tienen su origen en la necesidad de preservar los recursos para su uso por generaciones venideras, evitando en lo posible el consumo de los no recuperables y consiguiendo una máxima tasa de retorno para los

Del mismo modo, podrán tener su origen en medidas para la conservación de la biodiversidad, incluso en la mejora del medioambiente en general. Ésta implicará en muchos casos la necesidad de calcular la capacidad de carga del recurso. Los costes medioambientales deberán ser

El turismo y su influencia en el crecimiento empresarial en el cantón Babahoyo

calculados tanto para su puesta en explotación, como para su funcionamiento. (Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier, 2006)

Costes sociales

También deberán ser tenidos en cuenta de cara a lograr la sostenibilidad de los proyectos, los costes sociales de los mismos. Hoy en día es comúnmente admitido que en cualquier proyecto de desarrollo económico, y la explotación de los recursos turísticos suele estar siempre dentro de estos planteamientos, ha de contar con la participación y voluntad de la población residente. Aunque el turismo tiene una gran capacidad de creación de renta y empleo, también puede generar cambios culturales y problemas de desplazamiento y desarraigo, cuyo coste habrá de tenerse en cuenta. De nuevo nos encontramos con el problema de medir la capacidad de carga de un recurso. (Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier, 2006)

Valoración económico-social o de mercado

Nos referimos en este caso a su valoración estratégica dentro de la economía de la zona o país donde esté ubicado el recurso.

Adecuación del producto

En primer lugar nos encontramos con el posible "encaje" del producto o productos turísticos que procedan de la explotación de los recursos puestos en explotación en los flujos de demanda. Para ello se deberá tener en cuenta la demanda turística real y potencial, externa e interna, tanto del país o zona en cuestión, como de las tipologías de productos a que dé lugar el recurso. También deberá contarse con las megatendencias presentes en los mercados turísticos, así como con las relaciones de complementariedad o incompatibilidad que puedan existir entre las tipologías

El turismo y su influencia en el crecimiento empresarial en el cantón Babahoyo

turísticas que se generen, y con las ya existentes. (Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier, 2006)

Capacidad de generación de renta y empleo

Otro factor valorativo de gran importancia a tener en cuenta es la capacidad de generación de renta y empleo que puede ofrecer a la población local y a los posibles inversores la puesta en explotación del recurso. Es éste el aspecto más positivo que el turismo suele ofrecer, aunque depende también de las tipologías de productos que en concreto se desarrollen.

No obstante, hay que reconocer como tendencia en los últimos años una mayor sofisticación y especialización de los productos finales dentro de esta actividad, que se traduce en mayores exigencias de cualificación y gestión, de forma que en muchas ocasiones es preciso traer de fuera parte de la mano de obra que precisan los proyectos, al menos en los primeros años de funcionamiento. (Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier, 2006)

Influencia sobre otros sectores

Por último, también será preciso valorar la capacidad de arrastre que los proyectos que procedan de la explotación del recurso tengan sobre otros sectores y actividades ya existentes o que puedan aparecer en la zona, o, si se prefiere, su capacidad para liberar sinergias, hecho fundamental en las estrategias de desarrollo. Para valorar estos aspectos serían de gran utilidad la existencia de tablas input-output y de un sistema de cuentas satélite para la zona. (Esteve Secall, Fuentes García, Martín Rojo, & Torres Bernier, 2006)

Materiales y métodos.

En la presente investigación se utilizó el método descriptivo que permitió comprender la descripción, registro, análisis e interpretación de la naturaleza actual, composición o procesos de los fenómenos, apoyándose además en la investigación bibliográfica, para sustentar la investigación, además se utilizó instrumentos para la aplicación de las encuestas y entrevistas, que permitieron llegar a conclusiones, así como la técnica de la observación para verificar la presencia de empresas y atractivos turísticos, así como la necesidad de la población para mejorar el turismo.

Resultados y discusión.

1. ¿Cuál es el motivo de su viaje?

| Motivo de Viaje | Encuestados | Porcentaje |
|--------------------------|--------------------|-------------------|
| Negocios | 34 | 26% |
| Estudios | 51 | 39% |
| Vacaciones | 2 | 2% |
| Otros | 45 | 34% |
| TOTAL ENCUESTADOS | 132 | 100 |

Tabla N° 1.- Motivo de viaje

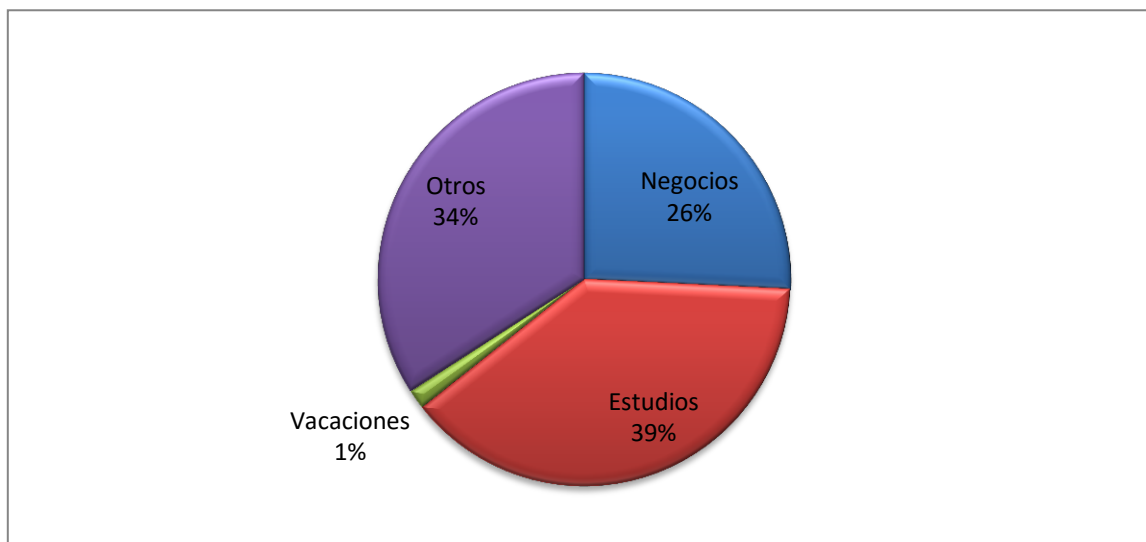


Gráfico N° 1.- Motivo de viaje

El 39% de los encuestados expresa que viajan por estudios, por negocios y por realizar otras actividades como visitar a familiares o realizarse chequeos médicos, situación que debe ser aprovechada para promocionar lugares turísticos y captar a potenciales turistas.

2. ¿Cree Ud. que el Cantón Babahoyo cuenta con infraestructura hotelera y turística adecuada para captar turistas nacionales e internacionales?

| Infraestructura Hotelera y turística adecuada | Encuestados | Porcentaje |
|---|-------------|-------------|
| Si | 1 | 1% |
| No | 131 | 99% |
| TOTAL ENCUESTADOS | 132 | 100% |

Tabla N° 2.- Infraestructura hotelera y turística

El turismo y su influencia en el crecimiento empresarial en el cantón Babahoyo

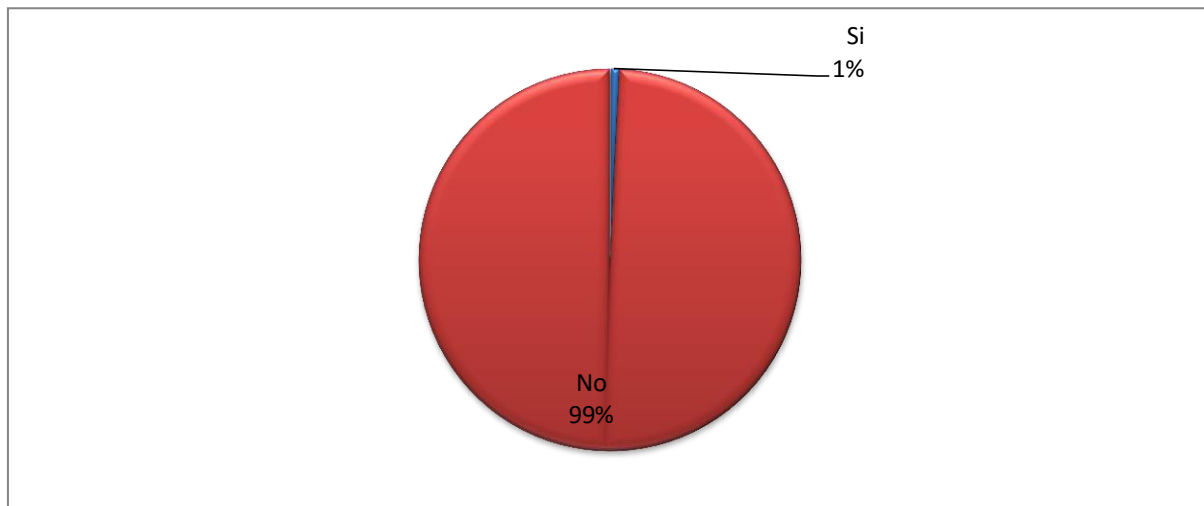


Gráfico N° 2.- Infraestructura hotelera y turística

El 99% de los encuestados señala que Babahoyo no cuenta con infraestructura hotelera y turística adecuada para la recepción de turistas, mientras que el 1% señala que si se encuentra apto.

Se puede notar que se deberá trabajar para la mejora de la infraestructura, en razón que es uno de los pilares fundamentales para la potencialización turística.

3. ¿Qué factores considera Ud. debería mejorar el Cantón Babahoyo para ser considerado un buen destino turístico?

| Factores a mejorar | Encuestados | Porcentaje |
|--------------------------|-------------|-------------|
| Imagen | 1 | 1% |
| Promoción Turística | 3 | 2% |
| Infraestructura | 2 | 2% |
| Servicios Básico | 0 | 0% |
| Seguridad | 12 | 9% |
| Todas las anteriores | 114 | 86% |
| TOTAL ENCUESTADOS | 132 | 100% |

Tabla N° 3.- Aspectos a mejorar en el Cantón Babahoyo

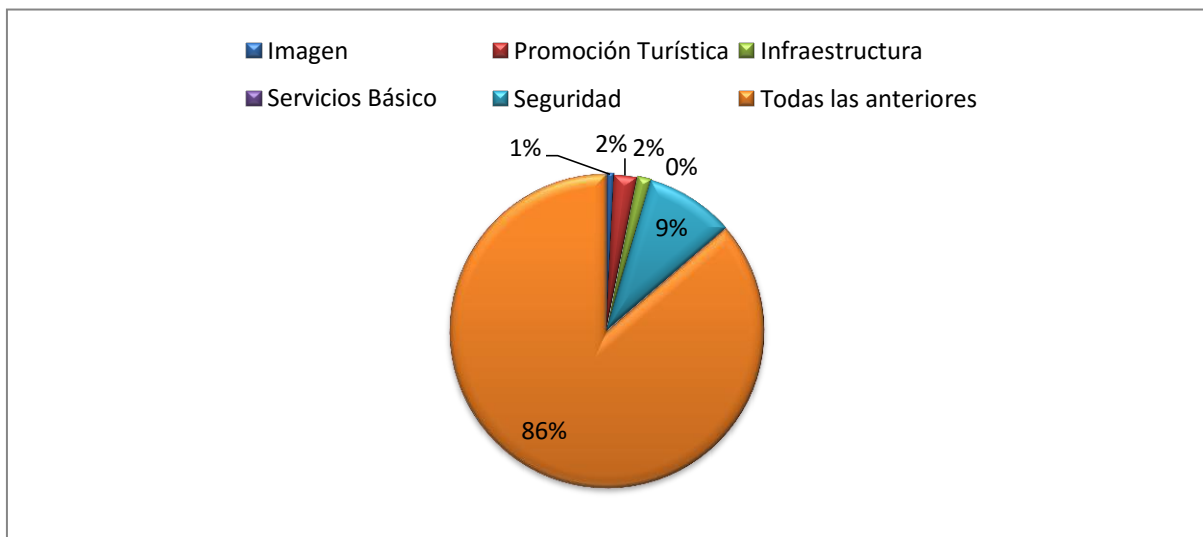


Gráfico N° 3.- Aspectos a mejorar en el Cantón Babahoyo

Al consultar por los factores que debería mejorar Babahoyo para ser considerado un buen destino turístico el 1% señaló la imagen, el 2% la promoción turística, el 2% la infraestructura, el 9% la seguridad y el 86% señaló que todas las anteriores deben ser mejoradas.

El turismo y su influencia en el crecimiento empresarial en el cantón Babahoyo

Babahoyo para potencializar su turismo debe realizar cambios importantes, como por ejemplo la renovación de la imagen turística, para de esta manera ser reconocidos a nivel nacional e internacional.

4. ¿Cuál es su actividad turística?

| ACTIVIDAD TURÍSTICA | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|---------------------------|-------------|-------------|
| Agencias de Viaje | 2 | 3% |
| Comidas y Bebidas | 45 | 66% |
| Alojamiento | 15 | 22% |
| Diversión y esparcimiento | 6 | 9% |
| TOTAL ENCUESTADOS | 68 | 100% |

Tabla N° 4.- Actividad Turística

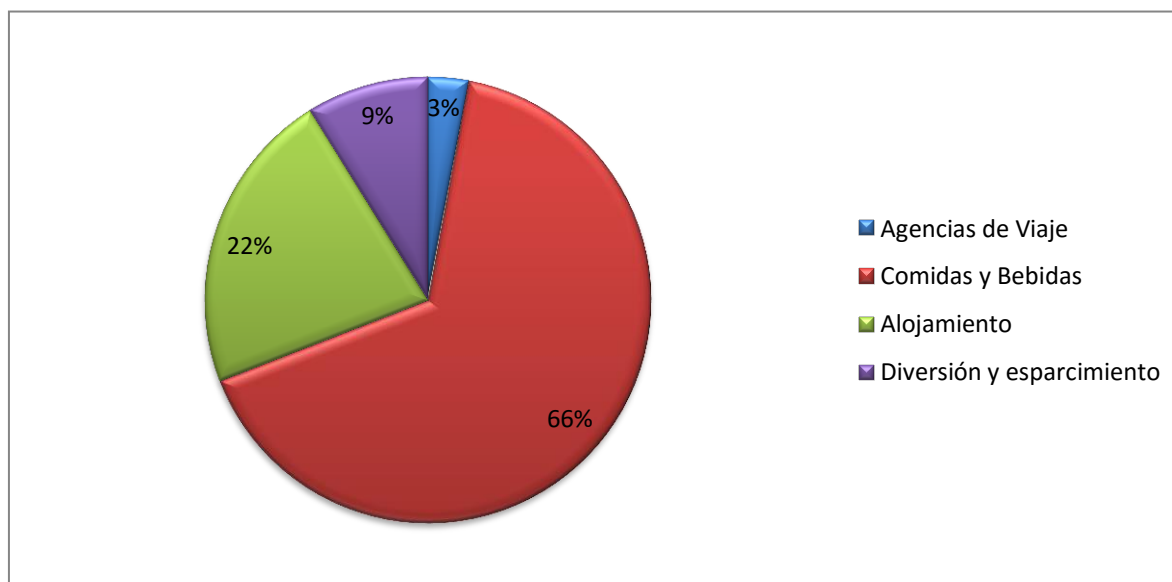


Gráfico N° 4.- Actividad Turística

El turismo y su influencia en el crecimiento empresarial en el cantón Babahoyo

Al consultar cual es la actividad turística de las empresas se logró determinar que el 3% son Agencias de Viaje, el 66% son negocios de Comidas y Bebidas, el 22% son de Alojamiento y el 9% son de Diversión y Esparcimiento.

La mayor parte de los negocios vinculados al turismo corresponde a la Alimentación lo que lleva a la conclusión que se puede utilizar estrategias para potencializar la Gastronomía Babahoyense.

5. ¿Considera que la cantidad de visitantes al cantón Babahoyo repercute favorablemente en su negocio?

| REPERCUSIÓN DEL TURISMO | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--------------------------------|--------------------|-------------------|
| Si | 66 | 97% |
| No | 2 | 3% |
| TOTAL ENCUESTADOS | 68 | 100% |

Tabla N° 5.- Repercusión de la cantidad de visitantes al cantón Babahoyo

El turismo y su influencia en el crecimiento empresarial en el cantón Babahoyo

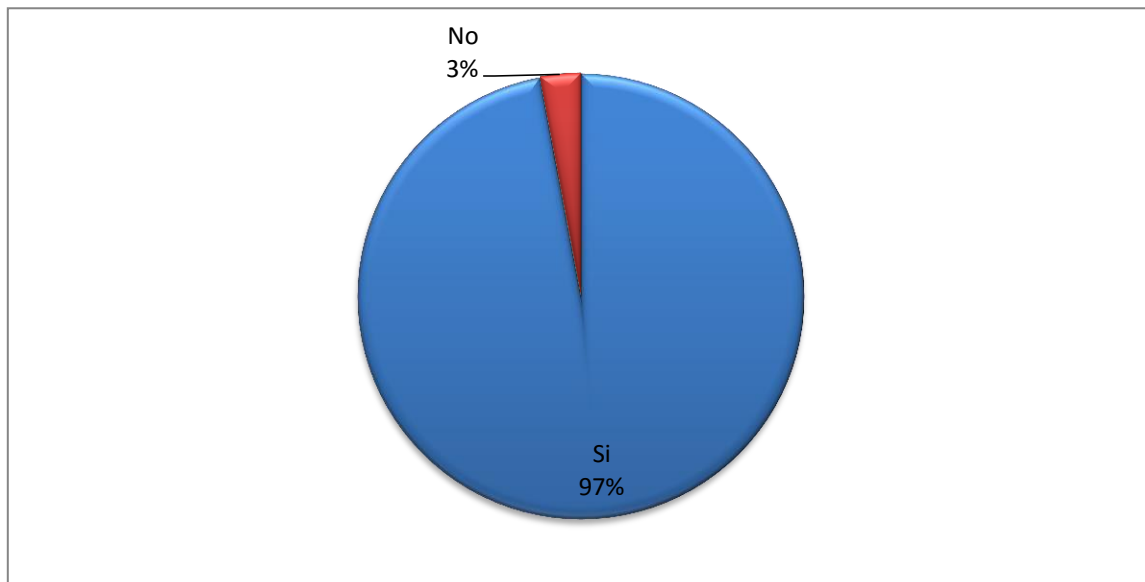


Gráfico N° 5.- Repercusión de la cantidad de visitantes al cantón Babahoyo

El 97% de los encuestados señaló que consideran que la cantidad de visitantes repercute favorablemente en sus negocios, mientras que el 3% señaló que no repercute de ninguna manera.

El Turismo repercute favorablemente a los negocios que brindan servicios que se encuentran vinculados directa o indirectamente, incrementando las ventas y mejorando la calidad de vida de propietarios y empleados de los negocios.

6. ¿Qué factores considera usted necesarios para considerar a Babahoyo un destino turístico?

| NÚMERO DE EMPLEADOS | ENCUESTADOS | PORCENTAJE |
|--|-------------|-------------|
| La imagen | 3 | 4% |
| Promoción turística | 5 | 7% |
| Infraestructura(Alojamiento, Alimentación, Recreación) | 8 | 12% |
| <u>Servicios Básicos</u> | 3 | 4% |
| <u>Seguridad</u> | 13 | 19% |
| <u>Todas las anteriores</u> | 36 | 53% |
| TOTAL ENCUESTADOS | 68 | 100% |

Tabla N° 6.- Aspectos necesarios para considerar a Babahoyo destino turístico.

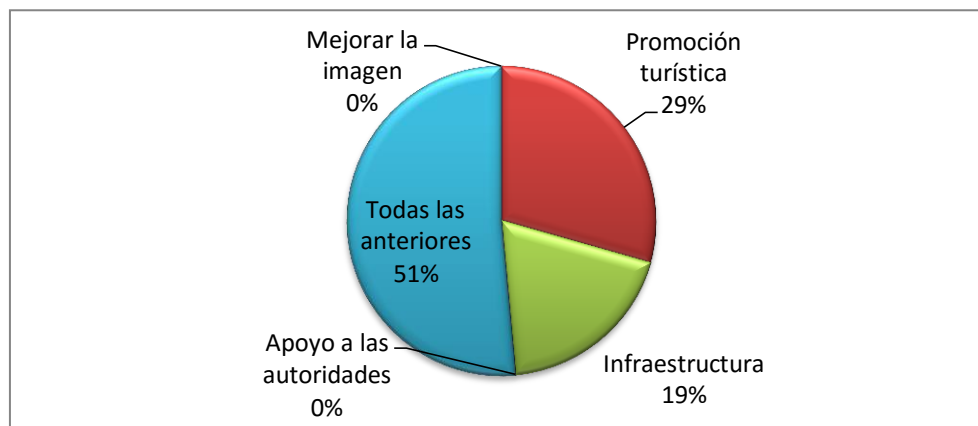


Gráfico N° 6.- Aspectos necesarios para considerar a Babahoyo destino turístico.

El turismo y su influencia en el crecimiento empresarial en el cantón Babahoyo

Al consultar que factores debe mejorar Babahoyo para ser considerado un destino turístico, el 3% señaló que no posee una imagen turística, el 7% contestó que carece de Promoción turística, el 12% considera que le falta Infraestructura, el 4% indicó que hay que mejorar los servicios básicos, el 19% de los encuestados eligió la seguridad y el 31% señaló a todos los factores anteriores.

Babahoyo para ubicarse entre los mejores destinos del Ecuador debe de mejorar su imagen, realizar campañas publicitarias, mejorar seguridad, servicios básicos e infraestructura.

Discusión.

Durante muchos años se ha venido dando la actividad turística en el Cantón Babahoyo, a pesar de pasar casi desapercibida por causa del poco interés en la misma, restando importancia a una actividad capaz de mejorar el estilo de vida de los habitantes.

El Cantón Babahoyo cuenta con 7 atractivos turísticos considerados por el Ministerio de Turismo, los cuales aún no han sido explotados en su totalidad, pero además de estos pueden generarse otros atractivos que complementen los ya existentes, existen muchos recursos que pueden ser tomados en cuenta como por ejemplo el río Babahoyo que cruza la ciudad, la comida típica, las balsas flotantes, parques temáticos.

Esta investigación confirma que a paso lento el turismo ha venido incrementándose, actualmente se cuenta con Agencias de Viajes lo que facilita a las personas la movilización..

Los propietarios han asegurado que desean formar parte de algún Plan Estratégico de Desarrollo Turístico, además están dispuestos a recibir capacitaciones de tal manera que los ingresos que tienen en la actualidad puedan ir acrecentándose con la llegada de visitantes y turistas.

Conclusiones.

A pesar de que en la ciudad de Babahoyo el turismo es una actividad poco explotada, existen más de ochenta negocios cuyos ingresos se ven reflejados de acuerdo al número de turistas y visitantes que llegan al cantón Babahoyo diariamente, por lo cual existe una relación estrecha entre el potencial turístico y el desarrollo socio-económico del cantón Babahoyo.

El turismo levemente va avanzando en el cantón, esto está relacionado con algunos factores que impiden el desarrollo del mismo: como la falta de una imagen turística, la carencia de infraestructura turística, la inseguridad, lo que disminuye el interés de los potenciales visitantes.

El crecimiento empresarial se encuentra vinculado con el turismo, en razón que, existe un número considerable de negocios que prestan servicios directa o indirectamente a los visitantes, y su beneficio económico se ve reflejado en relación al número de personas que llegan a Babahoyo.

El turismo en Babahoyo puede ser potencializado fuertemente, debido a que cuenta con atractivos turísticos que actualmente no son explotados en su totalidad y que generarían mayores ingresos a negocios que se vinculen al mismo.

Bibliografía.

- Anton Clave, S., & Gonzalez Reverte, F. (2005). *Planificación territorial del Turismo*. UOC.
- Ascanio, A. (2011). *Economía del turismo. Técnicas y procedimientos de valoración*. Ediciones de la U.
- Esteve Secall, R., Fuentes García, R., Martín Rojo, M. d., & Torres Bernier, E. (2006). *Estructura de Mercados Turísticos*. Barcelona: Editorial UOC.
- OMT. (1998). *Ecoturismo*. Madrid: Organización Mundial del Turismo OMT.
- Tourism & Leisure Advisory Services. (2009). *Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador PIMTE 2014*. Quito: Ministerio de Turismo del Ecuador .