



**UNIVERSIDAD ESTATAL PENÍNSULA SANTA ELENA
FACULTAD DE CIENCIAS ADMINISTRATIVAS
GESTIÓN Y DESARROLLO TURÍSTICO**

**TEMA DEL ENSAYO: “PLAN DE NEGOCIO PARA OPERADORA
TURÍSTICA OPERTOURING S.A. CON SERVICIO DE PAQUETES
TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS: ANÁLISIS DEL
ENTORNO, OFERTA Y DEMANDA.”**

**COMPONENTE DE EXÁMEN COMPLEXIVO PREVIO A LA OBTENCIÓN
DEL TÍTULO DE LICENCIADO EN GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO.**

AUTOR:

ORDÓÑEZ TOMALÁ CARLOS ALBERTO

PROFESOR GUÍA:

ING. JOSÉ VALENCIA MEDRANA, MSC.

LA LIBERTAD – ECUADOR

JULIO 2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, “PLAN DE NEGOCIO PARA OPERADORA TURÍSTICA OPERTOURINGS.A. CON SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS: ANÁLISIS DEL ENTORNO, OFERTA Y DEMANDA”, elaborado por el Sr. Carlos Alberto Ordóñez Tomalá, de la Carrera Gestión y Desarrollo Turístico de la Facultad de Ciencias Administrativas de la Universidad Península de Santa Elena, previo a la obtención del título de Licenciado en Gestión y Desarrollo Turístico, con la modalidad examen complejo, me permito declarar que luego de haber dirigido científicamente y técnicamente su desarrollo y estructura final del trabajo, este cumple y se ajusta a los estándares académicos y científicos, razón por la cual la apruebo en todas sus partes.

Atentamente



Ing. José Adrián Valencia Medranda, MSc.

PROFESOR GUÍA

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

El presente trabajo de Titulación denominado “PLAN DE NEGOCIO PARA OPERADORA TURÍSTICA OPERTOOURINGS.A. CON SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS: ANÁLISIS DEL ENTORNO, OFERTA Y DEMANDA”, elaborado por el Sr. Carlos Alberto Ordóñez Tomalá, declaro que la concepción, análisis y resultados son netamente originales que aportan a la actividad científica educativa empresarial y administrativa Transferencia de los derechos autorales. Declaro que, una vez aprobado el trabajo de investigación otorgado por la Facultad de Ciencias Administrativas, Carrera de Gestión y Desarrollo Turístico, pasan a tener los derechos autorales correspondientes, convirtiéndose exclusivamente propiedad de la Universidad Estatal Península de Santa Elena y su reproducción total o parcial en su versión original o en otro idioma será prohibido en cualquier instancia.

Atentamente,



Ordóñez Tomalá Carlos Alberto

C.I. 2400256562

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme la oportunidad de continuar con mis estudios superiores, con lucidez y compromiso hacia mis ideales de desarrollo y mejora constante.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena que me acogió durante 5 años de mi vida, para formarme como profesional en su claustro académico y obtener todas mis metas planteadas.

A mis distinguidos docentes, por ser los guías y compartir sus conocimientos en cada clase, que es el aspecto primordial en el desarrollo académico del futuro profesional, de manera especial a quienes formaron parte de mi vida universitaria brindándome la confianza y motivación para obtener metas extracurriculares.

A mi profesor tutor por su apoyo constante en el transcurso del desarrollo del presente trabajo.

A mi familia por su voto de confianza y apoyo incondicional durante mis estudios de pre grado.

A mis amigos, que pude hacer en la universidad, mi compañera de vida, por brindarme su ayuda y asesoría durante los 5 años de estudio.

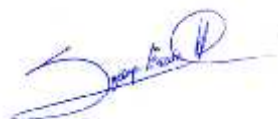
Carlos Alberto Ordóñez Tomalá

DEDICATORIA

El presente documento lo dedico con profunda satisfacción en primer lugar a mi familia, de manera especial a mi Madre, quien ha sido ese apoyo incondicional y fuente de motivación para conseguir todas mis metas. A mis dos docentes guías que me impulsaron a conseguir resultados sobresalientes en mi vida universitaria, A mi querida novia, por estar junto a mí en todo momento y por supuesto a mis amigos quienes hicieron más llevadera la vida universitaria.

Carlos Alberto Ordóñez Tomalá

TRIBUNAL DE GRADO



.....
Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

**DIRECTORA CARRERA DE
GESTIÓN Y DESARROLLO
TURÍSTICO**



.....
Ing. Adrián Valencia Medranda, MSc.

DOCENTE GUÍA



.....
Lic. Andrés Padilla Gallegos, MSc.

DOCENTE TUTOR



.....
Lic. Maritza Pérez Chiquito, MSc

DOCENTE ESPECIALISTA

ÍNDICE GENERAL

INTRODUCCIÓN	1
1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA	2
1.1 DATOS DE LA EMPRESA	3
1.2 MISIÓN	3
1.3 VISIÓN	3
1.4 OBJETIVOS	4
1.4.1 Objetivo General	4
1.4.2 Objetivos Específicos.....	4
1.5 METAS	4
1.5.1 Metas Corto Plazo	4
1.5.2 Metas A Largo Plazo.....	4
1.6 ESTATUTOS DE CONSTITUCIÓN:.....	5
1.6.1 Estatutos Básicos De Constitución De Sociedad Anónima.	5
1.6.2 Estatutos Sociales.....	6
1.6.2.1 Capítulo I - Naturaleza. Nombre, Nacionalidad y Domicilio.	6
1.6.2.2 Capítulo II - Capital y Acciones.....	7
1.6.2.3 Capítulo III - Dirección, Administración y Representación Legal	8
1.7 VIABILIDAD LEGAL	9
1.7.1 Capítulo I - Requisitos y Procedimiento	9
1.7.2 Capítulo II - Procedimiento De Licenciamiento	10
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	12
2.1 Análisis Pest	12
2.1.1 Entorno Político y Legal	12
2.1.2 Entorno Económico.....	14
2.1.3 Entorno Social.....	16
2.1.4 Entorno Tecnológico.....	17
2.2. Análisis FODA.....	18
3. ANÁLISIS DE LA OFERTA	19

3.1 Planta Turística del Cantón Salinas.....	19
3.1.1 Establecimientos de Alojamiento.....	20
3.1.2 Establecimientos de Alimentos y Bebidas	24
3.2 Atractivos Turísticos del Cantón Salinas	32
3.2.1 Atractivos Naturales del Cantón Salinas.....	33
3.2.2 Manifestaciones Culturales del Cantón Salinas	36
4. Análisis de la demanda.....	41
4.1 Demanda Nacional.	41
4.2 Demanda Internacional.	43
CONCLUSIONES	58
BIBLIOGRAFÍA	59

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Detalle del Capital social	7
Tabla 2 Análisis FODA.....	18
Tabla 3 Catastro del Ministerio de Turismo servicio de alojamiento	20
Tabla 4 Catastro del Ministerio de Turismo servicio de Alimentos y Bebidas	24
Tabla 5 Atractivos naturales del cantón Salinas	33
Tabla 6 Manifestaciones Culturales del cantón Salinas	36
Tabla 7 Llegada de turistas a nivel Provincial	41
Tabla 8 Perfil de la demanda Provincial	41
Tabla 9 Características de la demanda	42
Tabla 10 Ingreso de demanda Internacional	44
Tabla 11 Entrada de extranjeros por motivo de viaje, año 2018.....	45
Tabla 12 Entrada de extranjeros por motivo de viaje, según sexo y edad	46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Contribución del sector turismo datos WTTC-2018	14
Figura 2 Empleo generado por la actividad turística	15
Figura 3 Monto Anual de IED en Alojamiento.....	15
Figura 4 Entrada de extranjeros por grupos de edad año: 2018	47
Figura 5 Índice de edad	49
Figura 6 Conocimiento de los atractivos turísticos del cantón Salinas	50
Figura 7 Preferencia de visita.....	51
Figura 8 Frecuencia de visita	52
Figura 9 Compañía de viaje	53
Figura 10 Preferencia de paquete turístico.....	54
Figura 11 Presupuesto promedio para paquete full day	55
Figura 12 Presupuesto promedio para paquete Tour 2D/1N.....	56
Figura 13 Modalidad de pago	57

“PLAN DE NEGOCIO PARA OPERADORA TURÍSTICA OPERTOURING S.A. CON SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS: ANÁLISIS DEL ENTORNO, OFERTA Y DEMANDA.”

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios muestra la propuesta de una operadora turística Salinense que contara inicialmente con 8 empleados, la cual se encargara de crear itinerarios y paquetes turísticos alternativos, basado en el sistema todo incluido. De manera que se diversifique la actividad turística mediante la implementación de paquetes turísticos alternativos que den realce a la cultura y gastronomía local. El presente trabajo hará un uso exhaustivo de la metodología para la creación de un plan de negocios constituido en dos etapas fundamentales como la formulación y la evaluación. La fase organizacional está compuesta de la visión, misión, objetivos generales, metas a corto y largo plazo, así como la forma en que estará constituida legalmente como los estatutos y la viabilidad legal como fase inicial para el proceso de apertura de la empresa. El componente con mayor relevancia y eje fundamental en el plan de negocios son los itinerarios y paquetes turísticos enfocado en la cultura y gastronomía del cantón Salinas para de esta forma romper con la estacionalidad, los cuales en cada una de sus etapas contienen la parte vivencial del turismo orientadas a ofrecer a los clientes lo mejor de cada atractivo con el valor agregado de la calidad y atención que se plantea como política y cultura organizacional de la empresa. Así mismo se tomará en análisis el entorno, la oferta, las relaciones con el marketing y el diseño de los servicios a ofertar como el full Day, tour 2d1n bajo la modalidad all inclusive utilizando la matriz FODA para la elaboración de las estrategias a llevar a cabo fundamentado en la investigación de mercados donde se analizará los datos bibliográficos para proponer la formulación de una operadora turística que pueda satisfacer las necesidades de los turistas. En esta misma fase se encuentra lo que es el análisis de operaciones y el talento humano como base para nuestra empresa. Dentro del presente plan se evidencia el análisis financiero, el estado de resultado proyectado, el flujo de efectivo, análisis del punto de equilibrio que determinan la viabilidad económica del proyecto.

Palabras claves: actividad turística, turismo vivencial, paquetes turísticos.

ABSTRACT

This business plan shows the proposal of a Salinense tour operator that will initially have 8 employees, which will be in charge of creating alternative tour packages and itineraries, based on the all-inclusive system. In such a way that the tourist activity is diversified through the implementation of alternative tourist packages that enhance the local culture and gastronomy. This work will make an exhaustive use of the methodology for the creation of a business plan consisting of two fundamental stages such as formulation and evaluation. The organizational phase is composed of the vision, mission, general objectives, short and long-term goals, as well as the way in which it will be legally constituted as the statutes and legal viability as the initial phase for the process of opening the company. The most relevant component and fundamental axis in the business plan are the itineraries and tourist packages focused on the culture and gastronomy of the Salinas canton in order to break with seasonality, which in each of its stages contain the experiential part of the tourism aimed at offering customers the best of each attraction with the added value of quality and care that is proposed as a policy and organizational culture of the company. Likewise, the environment, the offer, the relationships with marketing and the design of the services to be offered will be taken into analysis, such as the full day, 2d1n tour under the "all-inclusive" mode using the SWOT matrix for the elaboration of the strategies to be carried out based on market research where bibliographic data will be analyzed to propose the formulation of a tour operator that can meet the needs of tourists. In this same phase is what is the analysis of operations and human talent as the basis for our company. Within this plan, the financial analysis, the projected income statement, the cash flow, analysis of the equilibrium point that determine the economic viability for the formulation of the project is evidenced.

Keywords: tourist activity, experiential tourism, tourist packages, seasonality

INTRODUCCIÓN

El destino turístico receptor del cantón salinas ha sido identificado como uno de los principales ejes de desarrollo local y dinamizador de la economía, teniendo en cuenta que en la actualidad es uno de los destinos turísticos más importantes del Ecuador por las características muy interesantes en sus atractivos turísticos, que invitan a una gran cantidad de turistas tanto a nivel local, nacional e internacional, han iniciado sus actividades empíricamente sin tener el conocimiento necesario para un eficiente funcionamiento además que hasta la presente ninguno de ellas ha incorporado un medio de transporte propio como, con el cual puedan realizar recorridos hacia cada uno de los atractivos, ocasionando así la falta de difusión e insatisfacción de los visitantes . Por lo anotado se propone la creación de una operadora turística e implementación de una chiva como medio de transporte para la movilización hacia los atractivos turísticos y de esta manera, satisfacer las demandas de los turistas por visitar dichos atractivos. Se contó con la facilidad para obtener información apropiada, adquirir datos concretos sobre los diferentes atractivos turísticos de la ciudad, así como el estudio de mercado para conocer los antecedentes, la segmentación del mercado e identificación del perfil del turista para conocer sus características como elemento que permite apoyar y tomar decisiones sobre inversiones en el sector, La implementación de la chiva a la operadora turística permitió conocer el tipo de vehículo, su diseño y la capacidad con la cual contará para realizar los recorridos además de conocer los requisitos para la operación de la misma. El estudio técnico administrativo permitió establecer la visión, la misión, los principios y valores de la operadora turística, además de plantear los objetivos para alcanzarlos. Principios Administrativos que permite establecer quienes conforman la operadora turística estableciendo su función y como alcanzarlas. Estructura Organizativa de la Operadora Turística corresponde al proceso de organización de los talentos humanos, financieros y materiales de los que dispone la empresa, para alcanzar los objetivos deseados. Estudio Económico Financiero permite establecer los gastos las inversiones las pérdidas y ganancias de la operadora turística

1 DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

La operadora turística OPERTOURING S.A. nace a partir de la necesidad de potenciar una oferta turística, pensando en la satisfacción de los clientes, cooperando e incentivando al desarrollo socio-económico local y nacional, siendo la actividad turística un eje fundamental en el cambio de la matriz productiva del país, que se extiende en el impulso de productos y servicios turísticos en base a la diversificación de destinos a nivel nacional, se plantea una oferta inicial incluyendo los atractivos más sobresalientes de las zonas rurales del cantón Salinas y se oferta en mercados nacionales e internacionales, pues se pretende generar divisas provenientes del flujo monetario originario del turismo internacional. El servicio comprende en ofertar al turista un escape de su vida cotidiana por medio de tours y paquetes turísticos innovadores, que permitan una visión general de los atractivos y actividades alternativas que, por su deficiente difusión no son reconocidas, los paquetes turísticos garantizarán el disfrute total de sus actividades mediante un servicio de calidad.

La empresa OPERTOURING S.A. busca diversificar la oferta turística alternativa de la provincia de Santa Elena, tomando los atractivos turísticos de las zonas rurales del Cantón Salinas, esto se realiza para dinamizar la economía y generar un desarrollo socioeconómico en la localidad.

El cantón Salinas es uno de los destinos reconocidos a nivel nacional e internacional, tiene un gran desarrollo de la industria turística, sus principales atractivos son: La Reserva Faunística Marino Costera Puntilla de Santa Elena, que es una de las áreas más visitadas a nivel nacional, según (Mintur, 2017) los visitantes extranjeros registrados en la REMACOPSE representan el 8,4% y los nacionales en el 91,6%. De la misma manera se encuentra la playa San Lorenzo caracterizada por el maravilloso paisaje determinado por sus pacíficas olas que permiten el disfrute familiar, además de los servicios complementarios como alojamiento y establecimientos de restauración, el clima en la localidad varía entre 21° a 33° C

1.1 DATOS DE LA EMPRESA

Nombre: OPERTOURING S.A.

Objeto social: Operación Turística

R.U.C. N°: 2400256562001

Fecha de constitución: 24 de marzo del 2018

Actividad Económica: Operación Turística Intermediación.

Representante: Carlos Alberto Ordóñez Tomalá

Provincia: Santa Elena

Cantón: Salinas

Ubicación: Sector Las Palmeras

1.2 MISIÓN

Ser referente para los viajeros, generando un ambiente de comodidad, tranquilidad y esparcimiento a través de procesos y personal altamente calificado con el objetivo de satisfacer las más altas exigencias de nuestros clientes.

1.3 VISIÓN

Ser al año 2025 la mejor operadora turística ecuatoriana especializada en promocionar diversidad de paquetes turísticos alternativos del cantón Salinas, ubicándonos como la opción preferida de turistas y visitantes nacionales e internacionales

1.4 OBJETIVOS

1.4.1 Objetivo General

Diseñar un producto turístico de calidad, mediante la diversificación de la oferta en paquetes turísticos alternativos, que satisfaga las expectativas y necesidades del usuario que visita el cantón Salinas.

1.4.2 Objetivos Específicos

- Identificar los atractivos turísticos del Cantón Salinas.
- Analizar la planta turística del Cantón Salinas.
- Diseñar paquetes turísticos alternativos, mediante la puesta en valor de los atractivos de las zonas rurales del cantón Salinas.

1.5 METAS

1.5.1 Metas Corto Plazo

- Satisfacer las expectativas y necesidades de la demanda turística Local, ofreciéndole un servicio de calidad y a un excelente precio.
- Diversificar la oferta turística tradicional del cantón Salinas.
- Liderar el mercado local en operación Turística.

1.5.2 Metas A Largo Plazo

- Posicionamiento en el mercado nacional e internacional.
- Incrementar la oferta de paquetes turísticos a nivel provincial.
- Ser referente de la operación turísticas a nivel provincial.

1.6 ESTATUTOS DE CONSTITUCIÓN:

El día 22 de octubre del 2019, los directivos **Alejandro Avelino Kevin Alexander, Franco Rodríguez Emma Narcisa, García Vera Brando Gregory, Ordóñez Tomalá Carlos Alberto**, crearon la empresa **OPERTOURING S.A.**, que ha tenido un desarrollo en el mercado local. La compañía está ubicada en la Provincia de Santa Elena, Cantón Salinas.

Operadora Turística OPERTOURING S.A.

Acta de Constitución de la Operadora OPERTOURING S.A.

1.6.1 Estatutos Básicos De Constitución De Sociedad Anónima.

La Libertad, 24 de marzo del 2018

Por medio del presente documento privado los señores

Alejandro Avelino Kevin Alexander, mayor de edad, domiciliado (a) en la ciudad de La Libertad, identificado (a) con la cédula de ciudadanía número **0922863675**, de estado civil soltero, de nacionalidad ecuatoriana, quien obra en su propio nombre.

Emma Narcisa Franco Rodríguez, mayor de edad, domiciliado (a) en la ciudad de Santa Elena, identificado (a) con la cédula de ciudadanía número **2450313354**, de estado civil soltero, de nacionalidad ecuatoriana, quien obra en su propio nombre.

Brandon Gregory García Vera, mayor de edad, domiciliado (a) en la ciudad de La Libertad, identificado (a) con la cédula de ciudadanía número **2450181272**, de estado civil soltero, de nacionalidad ecuatoriana, quien obra en su propio nombre.

Carlos Alberto Ordóñez Tomalá, mayor de edad, domiciliado (a) en la ciudad de La Libertad, identificado (a) con la cédula de ciudadanía número **2400256562**, de estado civil soltero, de nacionalidad ecuatoriana, quien obra en su propio nombre.

Manifestaron de forma libre y voluntaria entre sí para establecer una sociedad de la especie anónima, la cual se registrará por las disposiciones legales que regulan el

funcionamiento de las sociedades anónimas y los siguientes estatutos y dando cumplimiento a lo establecido en los reglamentos de la constitución del Ecuador, Ley de compañías, debido a que la sociedad cuenta con cuatro (4) trabajadores o los activos totales, excluida la vivienda, por valor inferior a quinientos.

1.6.2 Estatutos Sociales

1.6.2.1 Capítulo I - Naturaleza, Nombre, Nacionalidad y Domicilio.

ARTICULO 1. Nombre: La Sociedad actuará bajo la denominación de (OPERTOURING S.A.).

ARTÍCULO 2. Especie y nacionalidad: La compañía es anónima, de naturaleza comercial, y de nacionalidad ecuatoriana.

ARTICULO 3. Domicilio: El domicilio donde actuará la compañía es la ciudad de (Salinas- Sector Las Palmeras) Provincia de Santa Elena Republica de Ecuador. Sin embargo, la sociedad podrá crear sucursales y agencias en cualquier lugar del país.

ARTICULO 4. Duración: La sociedad tendrá un término de 10 años contados partir de la fecha de este documento.

ARTICULO 5.- Descripción del objeto social: La operadora turística OPERTOURING S.A. nace a partir de la necesidad de potenciar una oferta turística alternativa, pensando en la satisfacción de los turistas, cooperando e incentivando al desarrollo socio-económico local y cantonal.

1.6.2.2 Capítulo II - Capital y Acciones

ARTÍCULO 6. CAPITAL AUTORIZADO, SUSCRITO Y PAGADO

Tabla 1

Detalle del Capital social

Capital por Socio	\$ 15.704.36
CLASES DE ACCIONES	Nominales y Ordinarias
Capital por socio	
Alejandro Avelino Kevin	\$ 3.926,09
Franco Rodríguez Emma	\$ 3.926,09
García Vera Brandon	\$ 3.926,09
Ordóñez Tomalá Carlos	\$ 3.926,09

ARTICULO 7. Capitalización: La Asamblea General de Accionistas puede convertir en capital social, en cualquier tiempo, mediante la emisión de nuevas acciones o el aumento del valor nominal de las ya existentes, cualquier reserva de ganancias, ajustes, primas por colocación de acciones y cualquier clase de utilidades líquidas repartibles.

ARTÍCULO 8. Colocación De Acciones: Para la colocación de acciones provenientes de cualquier aumento del capital social se preferirán como suscriptores a quienes ya sean accionistas, salvo que la Asamblea General de Accionistas resuelva, para casos concretos, lo contrario. La Asamblea General de Accionistas reglamentará el ejercicio del derecho de preferencia sobre la base de que los accionistas podrán suscribir nuevas acciones en proporción al número de acciones que posean en la fecha de aprobación del reglamento. Corresponde a la Junta Directiva reglamentar toda colocación de acciones.

ARTÍCULO 9. Derechos Del Accionista: Todas las acciones confieren a su titular un igual derecho en el haber social y en los beneficios que se repartan y cada una de ellas tiene derecho a un (1) voto en las deliberaciones de la Asamblea General de Accionistas.

ARTICULO 10. Libro De Registro De Acciones: La sociedad llevará un LIBRO DE REGISTRO DE ACCIONES en el cual se inscribirán el nombre completo, dirección y legitimación del propietario, con indicación del número que posee cada persona.

ARTICULO 11. Cesión De Acciones: Los accionistas pueden ceder todas, algunas o alguna de las acciones que posean, mediante el endoso del título correspondiente, sin estar sujetos al derecho de preferencia.

ARTICULO 12. Ventas de Acciones: Los accionistas tienen la potestad de vender sus acciones, pero se retendrá el 40% del valor de cada acción. Por derecho de capitalización Inicial.

1.6.2.3 Capítulo III - Dirección, Administración y Representación Legal

ARTICULO 13. Órgano de dirección y Gestión Principal. La sociedad funcionará mediante dirección de Gerente y suplente.

ARTICULO 14. Composición de la directiva de la asociación. La asociación tiene una asamblea que actualmente están inscritos en el Libro de registro de acciones, la cuales tienen derecho a la votación para la elección de la directiva que administrará la asociación.

ARTICULO 15. Convocatoria. Los accionistas sesionarán de forma ordinaria, todos los quince días del mes y de forma Extraordinaria con mínimo doce horas de anticipación cada vez que sea necesario.

ARTICULO 16. Segunda Convocatoria: Cuando por falta de quórum requerido, no pueda llevarse a cabo la Asamblea General de Accionistas ordinaria o extraordinaria, se levantará un Acta por quienes hayan asistido, en la cual se dejará constancia de tal hecho y se convocará por el Representante Legal de la Sociedad a una nueva reunión, la cual se efectuará no antes de los diez (10) días hábiles siguientes, ni después de los treinta (30) días hábiles, contados desde la fecha fijada para la primera reunión. En la nueva reunión se deliberará y decidirá válidamente con un número plural de personas, cualquiera que sea la cantidad de acciones representadas.

1.7 VIABILIDAD LEGAL

REGLAMENTO DE OPERACION E INTERMEDIACION TURISTICA

TITULO II DEL REGISTRO

LICENCIA DE FUNCIONAMIENTO E IDENTIFICACION

1.7.1 Capítulo I - Requisitos y Procedimiento

Art. 8.- Requisitos para obtención del Registro de Turismo. - Las personas jurídicas, previo a iniciar el proceso de registro de las agencias de servicios turísticos, deberán cumplir con los siguientes requisitos:

- a) Registro único de Contribuyentes (RUC)
- b) Escritura de constitución, último aumento de capital y reforma de estatutos, debidamente inscrita en el Registro Mercantil, en caso de que aplique estas dos últimas
- c) Nombramiento vigente del o los representantes legales, debidamente inscrito en el Registro Mercantil
- d) Pago de la contribución del 1x1.000 a la autoridad nacional de turismo. No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la autoridad nacional de turismo.

Art. 9.- Del procedimiento de registro e inspección de agencias de servicios turísticos.

- El procedimiento para el registro e inspección de una agencia de servicios turísticos será el siguiente:

- a) La autoridad nacional de turismo contará con una herramienta digital de uso obligatorio para el registro de las agencias de servicios turísticos
- b) Para el registro, la persona jurídica deberá seguir los pasos del sistema digital que será establecido por la autoridad nacional de turismo. Al finalizar el proceso, el sistema emitirá un certificado de registro del establecimiento;

c) La autoridad nacional de turismo realizará inspecciones de verificación y/o control a las agencias de servicios turísticos. Al final de la inspección, se emitirá un acta suscrita entre el funcionario de la autoridad nacional de turismo y el propietario, representante legal, administrador o encargado de la agencia de servicios turísticos, donde se dejará constancia de la diligencia realizada. Una copia de esta acta será entregada a la agencia de servicios turísticos; y,

d) En caso de que los resultados de la inspección, determinen que la agencia no consignó información veraz al registrarse o posteriormente en caso de reclasificaciones, la autoridad nacional de turismo o los gobiernos autónomos descentralizados a los que se les haya transferido la competencia de control, impondrán las sanciones establecidas en la Ley de Turismo.

Art. 10.- Cambio de clasificación. - Toda agencia de servicios turísticos que manifieste su voluntad de cambiar su clasificación, deberá realizar el proceso correspondiente determinado en la herramienta digital de la autoridad nacional de turismo. Sin perjuicio de lo previsto en el inciso anterior, la autoridad nacional de turismo no exigirá la presentación de documentación alguna, que ya hubiere sido acreditada en el momento pertinente.

1.7.2 Capítulo II - Procedimiento De Licenciamiento

Art. 11.- Del procedimiento y requisitos de la Licencia Anual de Funcionamiento. - Para el proceso de licenciamiento de las agencias de servicios turísticos, la autoridad nacional de turismo o el gobierno autónomo descentralizado al cual se le haya transferido esta competencia, deberá solicitar como requisito indispensable el certificado de Registro de Turismo y los demás que sean requeridos conforme a la normativa vigente, de ser el caso.

El procedimiento de obtención de la Licencia única Anual de Funcionamiento será realizado obligatoriamente mediante la herramienta en línea de la autoridad nacional de

turismo, o de acuerdo al procedimiento establecido por el gobierno autónomo descentralizado al cual se le haya transferido la competencia, según corresponda.

Los requisitos para obtener la Licencia única Anual de Funcionamiento, a parte del Registro de Turismo serán los siguientes:

- a) Activos de la empresa según lo declarado en el impuesto a la renta del último ejercicio económico;
- b) Pago efectuado por concepto de renovación de Licencia única Anual de Funcionamiento, de ser el caso
- c) Estar al día en el pago de las obligaciones previstas en la Ley de Turismo y normativa pertinente. No se exigirá al usuario los documentos físicos cuando estos puedan ser obtenidos en línea por la autoridad nacional de turismo.

Una vez obtenida la Licencia Unica Anual de Funcionamiento según el procedimiento establecido, se deberá contar con dicho documento para su exhibición, en un lugar que sea visible para el cliente.

En el caso de que el gobierno autónomo descentralizado no cuente con una herramienta informática para el registro y licenciamiento de las agencias de servicios turísticos, la autoridad nacional de turismo otorgará un enlace a su herramienta digital con el fin de mejorar los procesos y dar cumplimiento a lo establecido en el presente reglamento.

En caso de que el gobierno autónomo descentralizado cuente con una herramienta informática, el mismo deberá enlazarlo con el de la autoridad nacional de turismo.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO

2.1 Análisis Pest

El análisis PEST se considera como una herramienta que facilita la comprensión de la situación actual de la empresa y su relación ante sectores de producción en concordancia al negocio que se desea implementar.

Se focaliza en analizar los siguientes aspectos:

- Entorno Político y Legal
- Entorno Económico
- Entorno Social
- Entorno Tecnológico

2.1.1 Entorno Político y Legal

En el contexto nacional según la Constitución de la República en la Sección octava, del trabajo y seguridad social, art. 33 menciona que ***“El trabajo es un derecho y un deber social, y un derecho económico, fuente de realización personal y base de la economía. El Estado garantizará a las personas trabajadoras el pleno respeto a su dignidad, una vida decorosa, remuneraciones y retribuciones justas y el desempeño de un trabajo saludable y libremente escogido o aceptado”***

Ley de Compañías de las disposiciones generales art.1 estipula que el ***“Contrato de compañía es aquel por el cual dos o más personas unen sus capitales o Industrias, para emprender en operaciones mercantiles y participar de sus utilidades”***

Ecuador es un país que posee políticas que priorizan al sector turístico para su desarrollo en el caso de la Política de Turismo del Ecuador 2017 donde mencionan aspectos acordes al diagnóstico del turismo, oferta y demanda, además del marco regulatorio. (MINTUR, turismo.gob.ec, 2008)

Políticas gubernamentales como el Plan Nacional Toda una Vida que tiene como objetivo quinto *impulsar la productividad y competitividad para el crecimiento económico sostenible de manera redistributiva y solidaria*. (PNTV, 2017-2021)

Nuevas medidas laborales que afectan la estabilidad de trabajadores tanto en empresas públicas como en privadas, con ello se motiva al emprendimiento, de manera que se genere productividad en mercado nacional.

Medidas regulatorias como las que presenta el Ministerio de Turismo y SRI menciona que toda persona natural o jurídica que posea establecimientos turísticos en Ecuador debe cancelar el impuesto de Uno x Mil de los activos fijos registrados, dicha obligación fue puesta en marcha en el año 2003 según acuerdo 2005015 del Ministerio de Turismo.

Según Acuerdo Ministerial Nro. 20160007 acuerda:

Artículo 1.- Fijar en tarifa cero (\$0.00) el valor de la contribución del uno por mil sobre el valor de los activos fijos imponible a todos los establecimientos turísticos, para el año fiscal 2016.

Artículo 2.- Los establecimientos antes mencionados deberán realizar las declaraciones correspondientes aplicando la tarifa cero (\$0.00).

En caso de ser un Nuevo Establecimiento

Todo establecimiento oferente de servicios turísticos y registrados en el Ministerio de Turismo debe declarar su inventario valorado de activos fijos (edificaciones e instalaciones, maquinarias, muebles enseres y equipos de computación), sobre el cual se hará el cálculo de la Contribución 1x1000, que para el 2016 es tarifa 0,00 USD. (Ministerio de Turismo, servicios.turismo.gob.ec, 2015)

Por parte del SRI se planteó un sistema de devolución de impuestos a turistas extranjeros, “aplicando para bienes producidos en el país y servicios de alojamiento en montos superiores a USD 50,00 por factura... la acreditación de la devolución será únicamente a través de tarjeta de crédito que deberá estar a nombre del solicitante” (SRI, 2019)

La Ley de Emprendimiento es importante mencionar puesto que aspectos claves para considerar como el apartado del financiamiento que indica el acceso preferente a servicios financieros y a fondos de inversión públicos. La normativa también menciona la posibilidad de colocar activos intangibles en el sistema financiero nacional, como garantía para las operaciones de crédito.

El Crowdfunding que menciona la implementación o adopción de crowdfunding o red de financiamiento colectivo que servirá para capitalización de proyectos. Este mecanismo ha ganado terreno en el ecosistema emprendedor y ahora estará respaldado por la nueva normativa.

2.1.2 Entorno Económico

En el marco de la economía es importante considerar el PIB Nacional (Producto Interno Bruto) pues es el indicador de los bienes y servicios producidos en el lapso de un año en el Ecuador.



Figura 1 Contribución del sector turismo datos WTTC-2018

El sector Turístico aporta con el 2,8% de manera directa al PIB Nacional, convirtiéndose en un sector no petrolero de relevancia para la productividad del Ecuador.

Empleo en las industrias del turismo (3er trimestre 2019) ¹⁸

- 522.508 empleados
- ▲ 1,8% → T3 2018 (513.223 empleados)
- 6,5% del empleo nacional

Figura 2 Empleo generado por la actividad turística

La tasa de ocupación laboral en turismo evidencia un crecimiento del 1,8% en el tercer trimestre del 2019, cifra que indica el crecimiento del sector turístico en materia de la planta turística.

Como indicador de la inversión extranjera (IED) del 2014 al 2018 se registró una inversión en el área de Alojamiento de 281 millones de dólares, siendo el año 2015 donde se evidenció mayor cantidad de inversión, por ende, es importante considerar que los emprendimientos forman parte de la dinámica económica para incentivar las inversiones. (MINTUR T. e., 2019)

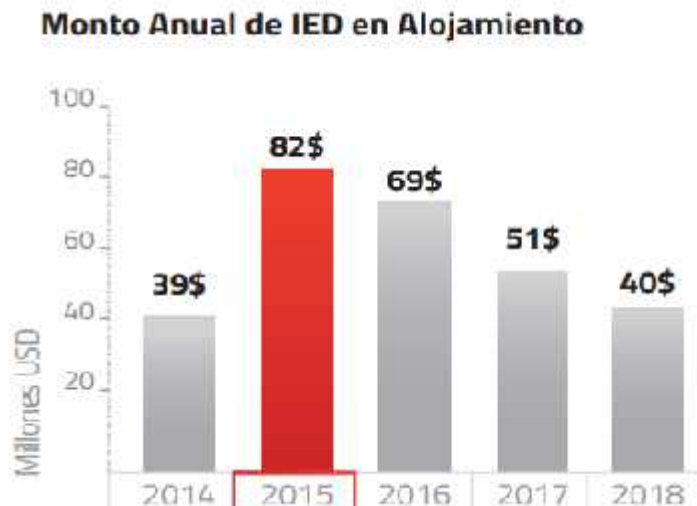


Figura 3 Monto Anual de IED en Alojamiento

Del total de ingresos extranjeros en el año 2019, refleja 630.153 turistas según los indicadores turísticos proporcionados por el Ministerio de Turismo del Ecuador. (Turismo, 2019)

Desde el 29 de agosto del 2018 el Ministerio de Turismo lanzó oficialmente la convocatoria a “Emprende Turismo”, un proyecto que premiará las ideas turísticas más innovadoras a nivel nacional, consta de tres categorías sean para negocios que están iniciando como aquellos que ya poseen experiencia en el mercado, el objetivo primordial de este programa es identificar nuevos emprendimientos o productos turísticos para contribuir al fortalecimiento y diversificación de oferta en tema de turismo a nivel nacional. (MINTUR, Emprende Turismo, 2019)

Pese a que el Gobierno ha tratado de poner en orden las cuentas, se han cumplido varias metas de ajuste del gasto y se han recibido créditos internacionales, el indicador no cede. El 6 de enero pasado se ubicó en 774 puntos, lo que representó la mitad de lo que se había registrado cuando la Asamblea negó la Ley de Crecimiento Económico. Pero luego de esa fecha más bien ha ido subiendo.

2.1.3 Entorno Social

La Provincia de Santa Elena se caracteriza por ofertar el turismo tradicional de Sol y Playa, sin embargo, existen atractivos turísticos cuya difusión y conocimiento no ha llegado a los segmentos de mercado que eligen este destino.

El cantón Salinas de manera específica se caracteriza por poseer atractivos turísticos de jerarquía IV según la ficha de jerarquización de atractivos turísticos del Ministerio de Turismo, motivo por el cual recibe demanda extranjera en temporadas altas, lo que hace factible diversificar la oferta con la finalidad de brindar nuevas experiencias al turista.

Dentro de los hábitos de consumo del turista se consideran variables como las psicográficas, que determinan el nivel socioeconómico del visitante, siendo la media en el nivel medio, buscan el turismo tradicional sol y playa, adicional que cada servicio que adquiera sea de calidad.

2.1.4 Entorno Tecnológico

En la actualidad se presencia la era digital, donde toda búsqueda, reservación se la efectúa a través del internet por medio de plataformas convirtiéndose en un factor importante para la promoción de atractivos turísticos a nivel nacional e internacional.

Se maximizan los beneficios que brindan los canales de promoción basados en el internet, como son las redes sociales, la página web, o la utilización de e-mails electrónicos, que permiten llegar a un gran número de usuarios mediante el correcto uso de las estrategias de marketing, el objetivo es llegar a los segmentos de mercado y fidelizarlos, así también incentivar la compra en aquellos potenciales usuarios, sea a través de redes sociales o correos electrónicos que son los medios más utilizados por el target en estudio.

2.2. Análisis FODA

Tabla 2

Análisis FODA

FODA			
FORTALEZAS		DEBILIDADES	
F1	Ofrecer rutas diferentes a nuestros clientes	D1	Estructura e infraestructura en deterioro
F2	Búsqueda constante de información actualizada	D2	Cartera de clientes inestable
F3	Brindar servicio eficiente y de calidad	D3	Al no estar posicionados en el mercado nuestros servicios e ingresos no son constantes
OPORTUNIDADES		AMENAZAS	
O1	Generar alianzas con el sector turístico local	A1	Depende mucho de la estacionalidad
O2	Ofrecer servicios turísticos recreativos y de formación al segmento baby boomer	A2	Competencia desleal
O3	Aprovechar las nuevas tecnologías para facilitar el acceso a los productos turísticos	A3	Se depende mucho de proveedores externos
ESTRATEGIAS DO		ESTRATEGIAS FA	
D2-O2	Uso de los social media para lograr atraer al mercado meta	F1-A1	Elaboración de rutas innovadoras constantes para ofertar en las diferentes épocas de año
D3-O3	Creación de paquetes turísticos y actividades innovadoras mediante el uso de las nuevas tecnologías (recorridos virtuales etc.)	F2-A2	Capaciones especializadas en atención al cliente

3. ANÁLISIS DE LA OFERTA

3.1 Planta Turística del Cantón Salinas

La planta turística es un intermediario que facilita la gestión de la actividad turística en un determinado lugar, sus componentes están delimitados por aquellas empresas que permiten la permanencia de un visitante o turista y prestan servicios de alojamiento, restauración, transporte, recreación entre otros intermediarios. Según (Yumisaca & Mendoza, 2016) aseguran que el 61% de la planta turística provincial se ubica en Salinas y Montañita, de las cuales, para el primer caso, se distribuyen en un 56% para el sector de restauración, el 40% para servidores de alojamiento y el 4% para los intermediarios representados por operadoras y agencias de viajes; mientras que en Montañita el 58% corresponde a alojamiento, un 34% a restauración y el 8% para operadores de turismo.

El cantón Salinas, es un destino reconocido a nivel nacional e internacional por poseer una planta turística óptima para receptor los diversos grupos demandantes la oferta de alojamientos turísticos, para ello el Ministerio de Turismo genera un registro en el sistema SIETE-*Sistema Integrado Estratégico de Turismo del Ecuador*, que genera datos estadísticos de los establecimientos que ofrecen servicios turísticos. Entre ellos podemos encontrar el siguiente detalle de establecimientos catastrados.

3.1.1 Establecimientos de Alojamiento

Tabla 3

Catastro del Ministerio de Turismo servicio de alojamiento

N°	ACTIVIDAD	CATEGORIA	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	UBICACIÓN	Hb	PI
1	HOSTAL	PRIMERA	EL TROPICAL	SALINAS	16	49
2	HOSTAL	PRIMERA	FRANCISCO I	SALINAS	12	34
3	HOSTAL	PRIMERA	VISTA SOL	LAS CONCHAS	15	47
4	HOSTAL	PRIMERA	AMIRA	SALINAS	20	65
5	HOSTAL	PRIMERA	EL CARRUAJE	SALINAS	13	41
6	HOSTAL	PRIMERA	GRAN MAR	SALINAS	12	36
7	HOSTAL	PRIMERA	CASA BLANCA	SALINAS	28	88
8	HOSTAL	SEGUNDA	COCOS	SALINAS	25	76
9	HOSTAL	SEGUNDA	LOS GEMELOS	JOSE LUIS TAMAYO	12	24
10	HOSTAL	SEGUNDA	FRANCISCO II	SALINAS	18	36
11	HOSTAL	SEGUNDA	FLORIDA	SALINAS	16	42
12	HOSTAL	SEGUNDA	RIVIERA INN	SALINAS	18	45
13	HOSTAL	SEGUNDA	PALACIO DEL MAR	SALINAS	22	51
14	HOSTAL	SEGUNDA	MANHATTAN	SALINAS	14	32
15	HOSTAL	SEGUNDA	RONABI BEACH	SALINAS	17	48
16	HOSTAL	SEGUNDA	TRAFALGAR	SALINAS	12	30
17	HOSTAL	SEGUNDA	PLAYA DORADA HONVAC S.A.	SALINAS	19	67
18	HOSTAL	SEGUNDA	PALMIRA INN	SALINAS	22	101
19	HOSTAL	SEGUNDA	FRANCISCO III	SALINAS	29	69
20	HOSTAL	TERCERA	CHESCO PLACE	SALINAS	21	53
21	HOSTAL	TERCERA	YULEE	SALINAS	25	50
22	HOSTAL	TERCERA	LAS ROCAS	SALINAS	13	38
23	HOSTAL	TERCERA	EL REFUGIO	SALINAS	13	37
24	HOSTAL	TERCERA	INTERNACIONAL	DUNAS	25	68
25	HOSTAL	TERCERA	GREY	SALINAS	20	50
26	HOSTAL	TERCERA	EL DELFIN (ramirez e hijos)	SALINAS	13	20
27	HOSTAL	TERCERA	ALBITA	SALINAS	13	30
28	HOSTAL	TERCERA	ITALIANA	LAS CONCHAS	24	66
29	HOSTAL	TERCERA	HOSPEDAJE FAMILIAR SANTA PAULA	JOSE LUIS TAMAYO	13	45
30	HOSTAL	TERCERA	EUSKAL BEACH	SALINAS	17	50

31	HOSTAL	TERCERA	HOSTAL TERRAMAR	SALINAS	12	34
32	HOSTAL	TERCERA	PALM BEACH	SALINAS	14	39
33	HOSTAL	TERCERA	DREAM BEACH COLONIAL	SALINAS	15	37
34	HOSTAL	TERCERA	DIAMOND OF THE SEA	SALINAS	12	48
35	HOSTAL	TERCERA	HOUSE BEACH TIA GLORIA	SALINAS	12	34
36	HOSTAL	TERCERA	MILETO	SALINAS	2	8
37	HOSTAL	TERCERA	MILTON INN SUITES	SALINAS	4	16
38	HOSTAL	TERCERA	FRANKMAR	JOSE LUIS TAMAYO	12	36
39	HOSTAL	TERCERA	LA PROA	SALINAS	12	24
40	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	J.C. CAMPIÑA MARINA	SALINAS	19	79
41	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	VENETO	SALINAS	21	64
42	HOSTAL RESIDENCIA	SEGUNDA	OLA BRAVA	SALINAS	0	0
43	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	POSADA PARIS	SALINAS	15	46
44	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	MAR Y TIERRA	SALINAS	66	152
45	HOSTAL RESIDENCIA	TERCERA	LAS OLAS	SALINAS	0	0
46	HOSTERIA	PRIMERA	PLAYA CANELA HOTEL BOUTIQUE	JOSE LUIS TAMAYO	14	14
47	HOSTERIA	SEGUNDA	ECOLOGICA EL FARO	JOSE LUIS TAMAYO	7	14
48	HOSTERIA	SEGUNDA	EL REPOSO DEL GUERRERO	SALINAS	11	37
49	HOSTERIA	SEGUNDA	MAR ADENTRO	SALINAS	15	41
50	HOSTERIA	SEGUNDA	MILINA BEACH	JOSE LUIS TAMAYO	24	64
51	HOSTERIA	TERCERA	POSADA PELICANO	JOSE LUIS TAMAYO	9	27
52	HOTEL	LUJO	HOTEL BARCELO SALINAS	SALINAS	100	364
53	HOTEL	PRIMERA	SUN BEACH SALINAS HOTEL	LAS CONCHAS	49	142
54	HOTEL	PRIMERA	MEDITERRANEO	SALINAS	33	198
55	HOTEL	PRIMERA	DEL MAR	ANCONCITO	37	121
56	HOTEL	SEGUNDA	ARAGOSTA	LAS CONCHAS	30	109
57	HOTEL	SEGUNDA	SUITE SALINAS	SALINAS	56	163
58	HOTEL	SEGUNDA	DON MINCHO	LAS DUNAS	70	160
59	HOTEL	SEGUNDA	RIVIERA DEL SOL	SALINAS	46	127

60	HOTEL	SEGUNDA	LAS CONCHAS	LAS CONCHAS	180	605
61	HOTEL	SEGUNDA	GREENFIELD BEACH	LAS CONCHAS	30	112
62	HOTEL	TERCERA	ISABELLA	SALINAS	20	60
63	HOTEL	TERCERA	DORADO INN	SALINAS	55	151
64	HOTEL	TERCERA	EL DELFIN	SALINAS	30	86
65	HOTEL	TERCERA	MIAMI	SALINAS	34	104
66	HOTEL	TERCERA	GALERIA'S BEACH	SALINAS	30	122
67	HOTEL	TERCERA	CARIDI	LAS DUNAS	30	92
68	HOTEL	TERCERA	GRAND HOTEL PARAISO	JOSE LUIS TAMAYO	46	195
69	HOTEL	TERCERA	MOTIVOS	JOSE LUIS TAMAYO	30	80
70	HOTEL	TERCERA	CARIDI CHIPIPE	SALINAS	40	111
71	HOTEL	TERCERA	LA PENINSULA BEACH	SALINAS	41	126
72	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	SANTA ROSA	SALINAS	36	57
73	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	ORO DEL MAR # 2	SALINAS	30	60
74	HOTEL RESIDENCIA	TERCERA	CARAVEL	SALINAS	48	103
75	HOTEL RESIDENCIA	SEGUNDA	MILTON INN	SALINAS	30	93
76	PENSION	PRIMERA	EL MARINERO	SALINAS	10	25
77	PENSION	PRIMERA	LE PETIT JARDIN	SALINAS	9	30
78	PENSION	PRIMERA	MARNIER	SALINAS	7	26
79	PENSION	PRIMERA	COCOS TOO	SALINAS	9	30
80	PENSION	SEGUNDA	EL AUTENTICO DIAMANTE	SALINAS	11	30
81	PENSION	SEGUNDA	J & S HOTEL'S	SALINAS	6	18
82	PENSION	SEGUNDA	HAZIEL	SALINAS	10	46
83	PENSION	SEGUNDA	CARLONCHO	SALINAS	8	16
84	PENSION	TERCERA	ECUASUN	SALINAS	8	28
85	PENSION	TERCERA	VILLA VENECIA	SALINAS	6	19
86	PENSION	TERCERA	LOLITA MARIA	SALINAS	7	18
87	PENSION	TERCERA	KASAMARINA	SALINAS	8	21
88	PENSION	TERCERA	CAMPI	SALINAS	8	10
89	PENSION	TERCERA	BUTA-K	SALINAS	9	30
90	PENSION	TERCERA	MAR Y ARENA	SALINAS	8	27
91	PENSION	TERCERA	LA POSADA DEL BUCANERO	SALINAS	6	24
92	PENSION	TERCERA	PENSION SEA SIDE	SALINAS	7	15

93	PENSION	TERCERA	EL DESCANSO	JOSE LUIS TAMAYO	7	20
94	PENSION	TERCERA	HOSPEDAJE FAMILIAR MI CASA	SALINAS	6	14
95	PENSION	TERCERA	AQUÍ	SALIANS	10	40
96	PENSION	TERCERA	PALMERAS PLAYA MILINA	JOSE LUIS TAMAYO	6	15
97	PENSION	TERCERA	VILLA MARINA	SALINAS	9	36
TOTAL					632	1764

El reporte de los establecimientos catastrados según el Ministerio de turismo se reporta un total de 97 establecimientos de alojamientos de los cuales 39 establecimientos son hostales, 6 están categorizados como hostales residencias, 6 hosterías, 20 Hoteles, 4 hoteles residencia y 22 pensiones. Están distribuidos en las diferentes localidades incluyendo la Parroquia José Luis Tamayo y Anconcito. En cuanto al detalle de la categoría se subdividen en: 1 establecimiento de 5 estrellas, 15 establecimientos de 4 estrellas, 30 establecimientos de 3 estrellas y 51 establecimiento de 2 estrellas. (Ministerio de Turismo, Catastro de establecimientos de alojamiento turístico, 2019)

3.1.2 Establecimientos de Alimentos y Bebidas

Tabla 4

Catastro del Ministerio de Turismo servicio de Alimentos y Bebidas

Nº	ACTIVIDAD	CATEGORIA	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	CIUDAD	Me	PI	Pe
1	BAR	PRIMERA	BAR GUADÚA CAFÉ BAR	SALINAS	19	76	7
2	BAR	TERCERA	BAR SWEET SENSATION	SALINAS	56	224	7
g3	BAR	TERCERA	BAR KARAOKE OSEA	SALINAS	9	36	2
4	BAR	TERCERA	RESTO BAR GOODFELLAS	SALINAS	12	48	3
5	BAR	TERCERA	BAR MY HOUSE	JOSE LUIS TAMAYO	6	24	3
6	BAR	TERCERA	LA CASA DE MADERA	SALINAS	10	40	4
7	BAR	TERCERA	BAR EDWORLD	JOSE LUIS TAMAYO	12	48	4
8	BAR	TERCERA	BAR M2 RETRO DISCOTECH	JOSE LUIS TAMAYO	12	48	5
9	BAR	TERCERA	BAR NAO BEACH HOUSE	SALINAS	15	60	8
10	BAR	TERCERA	BAR LOS HELECHOS	SALINAS	22	84	4
11	BAR	TERCERA	bar GRINGO MARKS	SALINAS	20	80	6
12	BAR	TERCERA	BAR TIEMPO EXTRA	SALINAS	5	20	4
13	CAFETERIA	SEGUNDA	COFFEE BREAK	SALINAS	6	24	3
14	CAFETERIA	SEGUNDA	COMMON GROUNDS CAFÉ	SALINAS	10	40	2
15	CAFETERIA	TERCERA	PEDRO EMPANADAS DE VERDE	SALINAS	4	16	3
16	CAFETERIA	TERCERA	SAL PRIETA	SALINAS	10	40	4
17	CAFETERIA	TERCERA	LOLITA MIA VINTAGE COFFEE	SALINAS	6	24	3
18	CAFETERIA	TERCERA	CAFETERIA SEÑOR BOLON	JOSE LUIS TAMAYO	9	36	3
19	CAFETERIA	TERCERA	SWEET & CREAM COFFEE	SALINAS	7	28	3
20	CAFETERIA	TERCERA	CAFETERIA DULCERIA PASTELES Y ALGO MAS	SALINAS	9	36	3
21	CAFETERIA	TERCERA	CAFETERIA LA BONBONNIERE S.A.	SALINAS	5	20	3
22	CAFETERIA	TERCERA	EL C' FECITO	SALINAS	4	16	1

23	CAFETERIA	TERCERA	CAFETERIA COFFEE HOUSE	SALINAS	10	40	5
24	CAFETERIA	CUARTA	DULCE & KAFFEE	SALINAS	4	16	2
25	CAFETERIA	CUARTA	RAMIREZ	SALINAS	6	24	3
26	DISCOTECA	PRIMERA	DISCOTECA THE FLINSTONGS	SALINAS	15	60	4
27	DISCOTECA	PRIMERA	DISCOTECA FIRST CLASS	SALINAS	50	200	3
28	DISCOTECA	SEGUNDA	BAR TEQUILA ICE	SALINAS	25	100	6
29	DISCOTECA	SEGUNDA	DISCOTECA INTERNACIONAL	SALINAS	10	200	3
30	DISCOTECA	SEGUNDA	DISCOTECA ALOHA	SALINAS	22	88	5
31	DISCOTECA	SEGUNDA	DISCOTECA L'ARENA BEACH CLUB	SALINAS	15	60	7
32	DISCOTECA	SEGUNDA	DISCOTECA NASSAU	SALINAS	25	100	11
33	DISCOTECA	SEGUNDA	DISCOTECA KARAOKE OTRO NIVEL	JOSE LUIS TAMAYO	10	40	7
34	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	NATURAL YOGURT	SALINAS	4	16	4
35	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	HELADERIA TOP CREAM	SALINAS	1	4	1
36	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	BAGUETTE	SALINAS	5	20	1
37	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	SORBETTO ARTESANAL	SALINAS	2	9	2
38	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	NATURISSIMO	SALINAS	10	40	6
39	FUENTE DE SODA	SEGUNDA	PIZZA EXPRESS TELEPIZZA	SALINAS	8	32	4
40	FUENTE DE SODA	TERCERA	LA PERRADA DE RAUL II	SALINAS	4	16	1
41	FUENTE DE SODA	TERCERA	EL CAPO	SALINAS	4	16	2
42	FUENTE DE SODA	TERCERA	YOGURT EL SABOR TROPICAL	SALINAS	3	12	4
43	FUENTE DE SODA	TERCERA	RICO SANDUCHE	SALINAS	3	12	6
44	FUENTE DE SODA	TERCERA	PIZZERIA MAREA EXPRESS	SALINAS	4	4	3
45	FUENTE DE SODA	TERCERA	MARCELO'S TACO'S	SALINAS	6	24	3
46	FUENTE DE SODA	TERCERA	ISLA DE LAS FRUTAS	SALINAS	6	24	3
47	FUENTE DE SODA	TERCERA	HUAKAMOLE " DON SEVE"	SALINAS	6	24	1

48	FUENTE DE SODA	TERCERA	EMPANADAS CHILENAS	SALINAS	4	16	1
49	FUENTE DE SODA	TERCERA	DUNKIN DONUTS	SALINAS	4	16	1
50	FUENTE DE SODA	TERCERA	LA ISLA DE LA FRUTA	SALINAS	6	24	2
51	FUENTE DE SODA	TERCERA	LA PERRADA DE RAUL I	SALINAS	3	12	3
52	FUENTE DE SODA	TERCERA	ORALE MANO	SALINAS	2	8	1
53	FUENTE DE SODA	TERCERA	EL CAPI II	SALINAS	4	15	4
54	FUENTE DE SODA	TERCERA	EL CAPI	SALINAS	8	32	5
55	FUENTE DE SODA	TERCERA	FROZEN YOGURT	SALINAS	6	27	2
56	FUENTE DE SODA	TERCERA	PIZZERIA D'CRISS	JOSE LUIS TAMAYO	5	20	2
57	FUENTE DE SODA	TERCERA	EMPANADAS DE LORETIN	SALINAS	8	32	2
58	FUENTE DE SODA	TERCERA	EMPANADAS MILAN	SALINAS	8	32	3
59	FUENTE DE SODA	TERCERA	SHAWARMA MUSTAFA	SALINAS	6	24	2
60	FUENTE DE SODA	TERCERA	SAVORETTI BEACH	SALINAS	7	28	1
61	FUENTE DE SODA	TERCERA	PURA VIDA	SALINAS	5	20	3
62	FUENTE DE SODA	TERCERA	HOUSE CREPES	SALINAS	7	28	2
63	FUENTE DE SODA	TERCERA	ATIMASA E/S AQUARIUS I	SALINAS	4	16	2
64	FUENTE DE SODA	TERCERA	COCO EXPRESS	SALINAS	1	6	2
65	FUENTE DE SODA	TERCERA	LEONES MARINOS	SALINAS	1	6	2
66	FUENTE DE SODA	TERCERA	TOPPERS PIZZA	SALINAS	6	24	3
67	FUENTE DE SODA	TERCERA	ANTIGUO DAMASCO	SALINAS	6	24	2
68	FUENTE DE SODA	TERCERA	EL CAFECITO Y LOS DULCES DE BENITO	SALINAS	6	24	3
69	FUENTE DE SODA	TERCERA	TACONTIGO	SALINAS	3	12	2
70	FUENTE DE SODA	TERCERA	YOOBIZ	SALINAS	4	16	2
71	FUENTE DE SODA	TERCERA	ANTOJITOS	SALINAS	4	16	2

72	FUENTE DE SODA	TERCERA	FUENTE DE SODA LEÑOS PIZZERIA	SALINAS	20	80	3
73	FUENTE DE SODA	TERCERA	FUENTE DE SODA LAS EMPANADAS DEL LOCO	SALINAS	3	12	2
74	FUENTE DE SODA	TERCERA	FUENTE DE SODA SHAKA BURGER	SALINAS	4	16	2
75	FUENTE DE SODA	CUARTA	D'GENNER DULCE Y ALGO MAS	ANCONCITO	4	12	2
76	RESTAURANTE	SEGUNDA	MAR Y TIERRA	SALINAS	23	92	8
77	RESTAURANTE	SEGUNDA	DON CIRO 2	SALINAS	15	60	9
78	RESTAURANTE	SEGUNDA	REN PEZ	SALINAS	8	32	2
79	RESTAURANTE	SEGUNDA	LA PAPA BESTIA	SALINAS	24	92	1
80	RESTAURANTE	SEGUNDA	JIMMY RODEO STEAK	SALINAS	10	40	8
81	RESTAURANTE	SEGUNDA	ALMANARA	SALINAS	4	16	5
82	RESTAURANTE	SEGUNDA	CEVICHERIA EL VELERO	SALINAS	30	120	10
83	RESTAURANTE	SEGUNDA	RINCON DE HAMBURGO	SALINAS	6	24	6
84	RESTAURANTE	SEGUNDA	ITALIAN GOURMET SALINAS	SALINAS	10	40	4
85	RESTAURANTE	SEGUNDA	MAXIMO	SALINAS	6	24	4
86	RESTAURANTE	SEGUNDA	SOGALE	SALINAS	15	60	7
87	RESTAURANTE	SEGUNDA	SMOKIN	SALINAS	14	56	7
88	RESTAURANTE	SEGUNDA	PUERTO MORO	SALINAS	14	56	16
89	RESTAURANTE	SEGUNDA	MARISCO AZUL	SALINAS	26	104	21
90	RESTAURANTE	SEGUNDA	POSITANO	SALINAS	19	56	4
91	RESTAURANTE	SEGUNDA	PIZZERIA EL HORNERO	SALINAS	12	48	6
92	RESTAURANTE	SEGUNDA	RESTAURANTE LA ISLA DEL MARISCO	SALINAS	11	44	7
93	RESTAURANTE	SEGUNDA	DEL SOL	SALINAS	12	48	28
94	RESTAURANTE	SEGUNDA	EL CEBICHON DE LA ESTANCIA	SALINAS	6	24	1
95	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE LUI E LEI	SALINAS	14	56	5
96	RESTAURANTE	TERCERA	EL CAPITAN	SALINAS	13	52	3
97	RESTAURANTE	TERCERA	ROCKA PARRILLA	SALINAS	20	80	20
98	RESTAURANTE	TERCERA	TERRAZA DEL MAR	SALINAS	16	64	3
99	RESTAURANTE	TERCERA	ALMA LOJANA	SALINAS	6	24	4
100	RESTAURANTE	TERCERA	AL PASO	SALINAS	9	36	1
101	RESTAURANTE	TERCERA	COMEDOR RINCON TIPICO SOL Y MAR	SALINAS	11	42	2

102	RESTAURANTE	TERCERA	EL DORADO	SALINAS	6	24	1
103	RESTAURANTE	TERCERA	DON VICTOR COMIDAS TIPICAS	SALINAS	6	24	1
104	RESTAURANTE	TERCERA	DON JUANITO	SALINAS	8	32	1
105	RESTAURANTE	TERCERA	CHUM WHA EXPRESS	SALINAS	6	24	2
106	RESTAURANTE	TERCERA	COZZOLI S	SALINAS	15	44	1
107	RESTAURANTE	TERCERA	CHIFA TAIWAN	SALINAS	6	24	3
108	RESTAURANTE	TERCERA	CEVICHERIA KAREN	SALINAS	8	32	3
109	RESTAURANTE	TERCERA	CEVICHERIA CARMITA No 2	SALINAS	10	40	2
110	RESTAURANTE	TERCERA	CEVICHERIA ANITA	SALINAS	6	24	2
111	RESTAURANTE	TERCERA	EL CARACOL	SALINAS	6	24	1
112	RESTAURANTE	TERCERA	CARACOL 1	SALINAS	5	20	4
113	RESTAURANTE	TERCERA	BROASTIZADO SUPER POLLO	SALINAS	4	16	1
114	RESTAURANTE	TERCERA	BRISAS	SALINAS	6	24	1
115	RESTAURANTE	TERCERA	BRASA CLUB	SALINAS	18	72	1
116	RESTAURANTE	TERCERA	EL BITUCHO	SALINAS	7	28	4
117	RESTAURANTE	TERCERA	BAR DE OYSTER	SALINAS	8	32	5
118	RESTAURANTE	TERCERA	AQUI YULAN JR.	SALINAS	6	24	2
119	RESTAURANTE	TERCERA	LOS HELECHOS	SALINAS	9	36	3
120	RESTAURANTE	TERCERA	NACHOS BEACH	SALINAS	4	16	1
121	RESTAURANTE	TERCERA	LA MESA DEL CAPITAN	SALINAS	11	44	2
122	RESTAURANTE	TERCERA	DELICIAS DEL MAR	SALINAS	14	56	3
123	RESTAURANTE	TERCERA	MEDITERRANEO	SALINAS	14	56	3
124	RESTAURANTE	TERCERA	MARNIER	SALINAS	10	40	8
125	RESTAURANTE	TERCERA	EL MARINERO	SALINAS	10	40	9
126	RESTAURANTE	TERCERA	EL MADRILEÑO J & M	SALINAS	8	32	4
127	RESTAURANTE	TERCERA	MANABA PAISA	SALINAS	14	56	1
128	RESTAURANTE	TERCERA	JOEL	SALINAS	6	24	3
129	RESTAURANTE	TERCERA	EL JARDIN # 2	SALINAS	6	24	5
130	RESTAURANTE	TERCERA	EL JARDIN # 1	SALINAS	8	32	4
131	RESTAURANTE	TERCERA	HERMINIA	SALINAS	9	36	3
132	RESTAURANTE	TERCERA	LA GRAN COLOMBIA	SALINAS	14	56	6
133	RESTAURANTE	TERCERA	FOR YOU	SALINAS	10	40	6
134	RESTAURANTE	TERCERA	LA ESTRELLA DEL MAR	SALINAS	10	40	6

135	RESTAURANTE	TERCERA	CAFÉ ARTE	SALINAS	5	20	3
136	RESTAURANTE	TERCERA	VICTOR ANDRES	SALINAS	20	80	4
137	RESTAURANTE	TERCERA	LA YAPLA	SALINAS	4	16	3
138	RESTAURANTE	TERCERA	TRATTORIA PICCOLA ITALIA	SALINAS	20	80	3
139	RESTAURANTE	TERCERA	TIPICO SABOR ESMERALDEÑO	SALINAS	10	40	5
140	RESTAURANTE	TERCERA	SPLANADE	SALINAS	8	32	4
141	RESTAURANTE	TERCERA	EL SABROSON	SALINAS	6	24	2
142	RESTAURANTE	TERCERA	ROSENDO'S FOOD	SALINAS	6	24	4
143	RESTAURANTE	TERCERA	PICANteria VANESSA	SALINAS	5	20	4
144	RESTAURANTE	TERCERA	PERLA DEL PACIFICO	SALINAS	7	28	1
145	RESTAURANTE	TERCERA	EL PALADAR COSTEÑO	SALINAS	10	40	2
146	RESTAURANTE	TERCERA	LA OSTRA NOSTRA	SALINAS	25	100	8
147	RESTAURANTE	TERCERA	EL TESORITO	ANCONCITO	6	24	2
148	RESTAURANTE	TERCERA	LA CABAÑA	ANCONCITO	8	32	2
149	RESTAURANTE	TERCERA	EL RINCON DE ITALIA LA BELLA	SALINAS	25	100	9
150	RESTAURANTE	TERCERA	LA BELLA QUISQUEYANA	SALINAS	19	76	5
151	RESTAURANTE	TERCERA	CEVICHERIA D'HUGO II	SALINAS	12	48	7
152	RESTAURANTE	TERCERA	ASOCIACION DE SERVICIOS CATERING MUEY	JOSE LUIS TAMAYO	10	40	15
153	RESTAURANTE	TERCERA	CEVICHERIA D'JURY	SALINAS	10	40	5
154	RESTAURANTE	TERCERA	MARAZUL 2	SALINAS	12	48	4
155	RESTAURANTE	TERCERA	SALINAS BEACH CLUB	SALINAS	20	80	10
156	RESTAURANTE	TERCERA	MARVENTO	SALINAS	8	32	4
157	RESTAURANTE	TERCERA	LOJANITA #1	SALINAS	12	48	3
158	RESTAURANTE	TERCERA	JOSELYN	SALINAS	10	40	3
159	RESTAURANTE	TERCERA	MARIOS'S PIZZERIA &	SALINAS	22	88	4
160	RESTAURANTE	TERCERA	PARRILLADA DE DARIO 2	JOSE LUIS TAMAYO	19	60	7
161	RESTAURANTE	TERCERA	PARRILLADA DE ALFREDO	SALINAS	15	60	4
162	RESTAURANTE	TERCERA	MARVENTO IV	SALINAS	6	24	3
163	RESTAURANTE	TERCERA	KAORY SUSHI EXPRESS	SALINAS	7	28	2

164	RESTAURANTE	TERCERA	LA HUECA DEL MARISCO	SALINAS	15	60	5
165	RESTAURANTE	TERCERA	MEDITERRANE	SALINAS	8	32	3
166	RESTAURANTE	TERCERA	CEVICHERIA DON WACHO	SALINAS	6	24	3
167	RESTAURANTE	TERCERA	KFC	SALINAS	12	48	4
168	RESTAURANTE	TERCERA	FIDDLER'S GREEN	SALINAS	7	28	4
169	RESTAURANTE	TERCERA	CEVICHERIA CHELITA	SALINAS	7	28	3
170	RESTAURANTE	TERCERA	AL DE MAR	SALINAS	6	24	3
171	RESTAURANTE	TERCERA	MOROS EN LA COSTA	JOSE LUIS TAMAYO	10	40	4
172	RESTAURANTE	TERCERA	LA BELLA ITALIA	SALINAS	15	60	5
173	RESTAURANTE	TERCERA	SAL Y MIEL	JOSE LUIS TAMAYO	13	52	5
174	RESTAURANTE	TERCERA	LOS CUATES	SALINAS	5	20	4
175	RESTAURANTE	TERCERA	LOS ÑAÑOS	SALINAS	12	64	7
176	RESTAURANTE	TERCERA	NATIVO	SALINAS	10	40	2
177	RESTAURANTE	TERCERA	XUXA 2	SALINAS	10	40	4
178	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE LOJANITA	SALINAS	18	56	7
179	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE EDWORLD	JOSE LUIS TAMAYO	12	48	4
180	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE CEVICHERIA CHICHO	SALINAS	12	48	7
181	RESTAURANTE	TERCERA	SAMOA	SALINAS	13	52	4
182	RESTAURANTE	TERCERA	SIR VEZAS	SALINAS	12	48	4
183	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE CREPE COMPANY	SALINAS	10	40	5
184	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE GRINGO MARKS	SALINAS	20	80	6
185	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE MANABAR 2	SALINAS	15	60	5
186	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE 2ND STREET BRISTO & TAPAS	SALINAS	10	40	4
187	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE AL PUNTO RESTAURANT DE SOL Y MAR	SALINAS	10	40	4
188	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE JHIMY FOOD	SALINAS	15	60	6
189	RESTAURANTE	TERCERA	EL GORDO DE MARIA	SALINAS	20	80	4

190	RESTAURANTE	TERCERA	ENTREFUEGOS	SALINAS	6	24	3
191	RESTAURANTE	TERCERA	ROCIO	SALINAS	7	28	4
192	RESTAURANTE	TERCERA	RESTAURANTE MAR & GRILL	SALINAS	10	40	3
193	RESTAURNATE	TERCERA	LUV 'N' OVEN	SALINAS	8	32	3
194	RESTAURANTE	TERCERA	CEVICHERIA KLEBER	SALINAS	7	28	3
195	RESTAURAMTE	CUARTA	SUPER FAUSTO	SALINAS	11	44	4
196	RESTAURANTE	CUARTA	CEVICHERIA KEYLITA	SALINAS	5	20	4
197	RESTAURANTE	CUARTA	CEVICHERIA NORMITA 1	SALINAS	8	32	6
198	RESTAURANTE	CUARTA	ROBERTO 3	SALINAS	7	28	4
199	RESTAURANTE	CUARTA	CEVICHERIA RAMIREZ Y HNOS	SALINAS	8	32	4
200	RESTAURANTE	CUARTA	KUNJYA LOUNGE	SALINAS	10	40	3
201	RESTAURANTE	CUARTA	COMEDOR ALBITA	SALINAS	4	16	3
202	RESTAURANTE	CUARTA	CEVICHERIA ROBERTO II	SALINAS	6	24	3
203	RESTAURANTE	CUARTA	CEVICHERIA LA MANABITA	SALINAS	5	20	4
204	RESTAURANTE	CUARTA	CEVICHERIA ISABELITA	SALINAS	5	20	1
205	RESTAURANTE	CUARTA	CARMITA	SALINAS	7	32	2
206	RESTAURANTE	CUARTA	CARLONCHO II	SALINAS	10	40	1
207	RESTAURANTE	CUARTA	LOS MANABAS	SALINAS	10	40	4
208	RESTAURANTE	CUARTA	EL PINCHAGUA	SALINAS	7	28	3
209	RESTAURANTE	CUARTA	PATRICIA	SALINAS	5	20	2
210	RESTAURANTE	CUARTA	PATRICIA	SALINAS	5	20	1
211	RESTAURANTE	CUARTA	MARTHA EVA	SALINAS	5	20	1
212	RESTAURANTE	CUARTA	MAR Y SOL	SALINAS	9	36	2
213	RESTAURANTE	CUARTA	LA MANABITA	SALINAS	5	20	1
214	RESTAURANTE	CUARTA	LOJANITO	SALINAS	10	40	3
215	RESTAURANTE	CUARTA	KIOSCO MARY	SALINAS	5	20	2
216	RESTAURANTE	CUARTA	KARINA	SALINAS	7	28	2
217	RESTAURANTE	CUARTA	CEVICHERIA CARMITA	SALINAS	6	24	3
218	RESTAURANTE	CUARTA	DON VICTOR	SALINAS	10	40	1
219	RESTAURANTE	CUARTA	CEVICHERIA CHECITO HENRY	SALINAS	10	40	3
220	RESTAURANTE	CUARTA	COMEDOR QUIQUE	SALINAS	5	20	1
221	RESTAURANTE	CUARTA	EL GRINGO	SALINAS	6	22	2

222	RESTAURANTE	CUARTA	CAMPING BEACH 2	SALINAS	9	36	2
223	RESTAURANTE	CUARTA	XUXA	SALINAS	4	16	3
224	RESTAURANTE	CUARTA	EL TIPICO	SALINAS	6	24	2
225	RESTAURANTE	CUARTA	ROBERTO	SALINAS	6	24	1
226	RESTAURANTE	CUARTA	RAMIREZ	SALINAS	6	24	3
227	RESTAURANTE	CUARTA	MIAMI	SALINAS	13	52	2
228	RESTAURANTE	CUARTA	CAMINO E HIJOS	SALINAS	5	20	4
229	RESTAURANTE	CUARTA	RINCON TIPICO SOL Y MAR	SANTA ROSA	9	36	3
230	RESTAURANTE	CUARTA	CEVICHERIA DE HUGO	SALINAS	8	32	6
231	RESTAURANTE	CUARTA	LA MORENITA	SALINAS	10	40	4
232	RESTAURANTE	CUARTA	ROBERTO	SALINAS	0	0	5
233	RESTAURANTE	CUARTA	EL PEZ QUE FUMA	SALINAS	5	20	3
234	RESTAURANTE	CUARTA	CEVICHERIA CHELITA	SALINAS	6	24	3
235	RESTAURANTE	CUARTA	LA PRELI	SALINAS	6	24	5
236	RESTAURANTE	CUARTA	D'LUIS	SALINAS	5	20	5
TOTAL					899	3719	357

El servicio de alimentos y bebidas catastrados consta de 8 discotecas, 12 bares, 13 cafeterías, 42 fuentes de soda y 161 restaurantes en todos los limitantes del cantón Salina, de los cuales tan solo 3 establecimientos brindan servicios de primera categoría, 33 establecimientos brindan servicio de segunda categoría 155 establecimientos ofertan un producto de tercera categoría y 45 de categoría cuarta. (Ministerio de Turismo, Catastro de establecimientos de restauración , 2019)

3.2 Atractivos Turísticos del Cantón Salinas

La provincia de Santa Elena, se caracteriza por poseer atractivos turísticos de gran relevancia Natural y Cultural, la empresa OPERTOURING S.A., busca potenciar los sitios más reconocidos del cantón Salinas, para ello se realiza un levantamiento de información de la actual planta turística y el inventario de los atractivos potenciales para la generación de diversos productos con base al turismo alternativo.

3.2.1 Atractivos Naturales del Cantón Salinas

Tabla 5

Atractivos naturales del cantón Salinas

Ubicación	Atractivo Natural	Descripción	Actividades
Cabecera Cantonal Salinas	Reserva de Producción Faunística Marino Costera Puntilla de Santa Elena REMACOPSE (La Chocolatera)	Área protegida que forma parte del Sistema Nacional de Áreas Protegidas (SNAP), tiene una zona marino-costera y otra marino-oceánica, encierra ecosistemas como: aguas costeras; arrecifes rocosos; playas de arena; playas mixtas (arena y roca); acantilados; matorral seco; matorral seco espinoso.	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de fauna silvestre (ballenas y lobos marinos) • Caminatas • Toma de fotografías • Ciclismo
	Playa de Mar Bravo, Punta Carnero	Ubicada dentro de la REMACOPSE, se han registrado tres especies: tortuga verde, tortuga carey y tortuga golfina.	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas de Surf • Baños de sol durante la temporada alta. • Pesca deportiva • Deportes náuticos • Observar la naturaleza y atardeceres.

	Piscinas de Ecuasal	Se registran la presencia de aproximadamente 45 familias de aves correspondientes a 160 especies, observadas dentro del área protegida 46 especies pertenecientes a 27 familias, estando mejor representadas las familias Laridae (17,4%) y Scolopacidae (13%).	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de aves • Orniturismo • Toma de fotografías
	Playas de San Lorenzo y Chipipe	Playas de pacíficas olas con excelente planta turística, su temperatura varía entre 23° a 30° C, es uno de los atractivos más visitados en los meses de enero a marzo (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas, 2014-2019).	<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Actividades acuáticas (motos de agua, bananas, triciclos de agua, paseo en yate) • Toma de fotografías • Disfrutar en familia • Observar la naturaleza y atardeceres. • Avistamiento de ballenas jorobadas en temporada
Anconcito	Playa La Diablíca	Ubicada dentro de la REMACOPSE, se han registrado tres especies:	<ul style="list-style-type: none"> • Prácticas de Surf • baños de sol durante la temporada alta.

		<p>tortuga verde (Cheloniomydas), tortuga carey (Eretmochelysimbricata) y tortuga golfina (Lepidochelysolivacea).</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Pesca deportiva • Deportes náuticos • Observar la naturaleza y atardeceres.
--	--	---	---

3.2.2 Manifestaciones Culturales del Cantón Salinas

Tabla 6

Manifestaciones Culturales del cantón Salinas

Ubicación	Atractivo Natural	Descripción	Actividades
Cabecera Cantonal Salinas	Museo de Ballenas	Salinas cuenta con el Museo de Ballenas con una destacada exposición de mamíferos marinos y toda la información concerniente a los cetáceos que llegan a las costas ecuatorianas conocidos como ballenas jorobadas.	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de mamíferos marinos • Toma de fotografías
	Iglesia Central Nuestra Señora de la Merced.	Ubicada en el centro del barrio Chipipe, frente del Municipio de Salinas, esta maravillosa iglesia se encuentra rodeada de lindas casas antiguas que destacan por su arquitectura.	<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Toma de Fotografías • Procesiones • Disfrute en familia
	Gastronomía típica	La comida típica de la zona es confeccionada a base de pescados y mariscos, destacándose el encebollado de pescado, ceviches (camarón, concha, de mariscos variados), así como el tallarín de	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación de gastronomía local • Toma de fotografías • Disfrutar en familia

	mariscos, la cazuela de mariscos, el sancocho de pescado.	
Fiesta Patronal de San Lorenzo en la cabecera cantonal de Salinas	Cada 1 de agosto el barrio San Lorenzo realizó su pregón de inicio de festividades	<ul style="list-style-type: none"> • Disfrute de evento social y cultural • Casa abierta y festival gastronómico • Noche folclórica • Balconazo artístico • Desfile Cívico
Fiesta Patronal San Judas Tadeo	Festividades del Santo Patrono San Judas Tadeo, cuya iglesia se encuentra asentada en el barrio Pueblo Nuevo del cantón Salinas	<ul style="list-style-type: none"> • Misa • Eventos musical presentación de Orquesta de la localidad • Quema de un hermoso Castillo

	Fiesta Patronal Virgen de Las Mercedes en la localidad de Chipipe.	Celebración en honor a la Virgen de la Merced, considerada la patrona de las Fuerzas Armadas y de la ciudad de Salinas.	<ul style="list-style-type: none"> • Pregón motorizado y la bendición de vehículos • Celebración de la novena de fiesta en los sectores barriales de este cantón Salinas.
	Parque Cívico de San Lorenzo.	Ubicado a un costado de la playa de Salinas, este maravilloso parque cuenta con variados comercios, donde destacan las famosas cevicherías ecuatorianas	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación de gastronomía local • Toma de fotografías • Disfrutar en familia
Anconcito	Faro	Es un sitio donde se puede llegar y observar en un giro de 360° toda la maravilla de la Puntilla de Santa Elena en su sentido Centro Sur, Este y Oeste	<ul style="list-style-type: none"> • Vista Panorámica • Toma de fotografías
	Puerto Pesquero Anconcito	El puerto artesanal es considerado a nivel local como uno de los atractivos más relevantes que posee la provincia	<ul style="list-style-type: none"> • Degustación de gastronomía

		de Santa Elena, el punto de contemplación e interlocución con los pescadores, pobladores y visitantes	<p>local</p> <ul style="list-style-type: none"> • Toma de fotografías • Disfrutar en familia • Observación de pesca artesanal
	Iglesia San Miguel Arcángel	Centro de concentración religiosa de miles de ciudadanos que acuden cada domingo a Misa, fue remodelada para darle un espacio más amplio, anteriormente era muy pequeña para toda la gran cantidad de fieles, creyentes que llegaban a participar de las ceremonias religiosas	<ul style="list-style-type: none"> • Caminatas • Toma de Fotografías • Procesiones • Disfrute en familia
Santa Rosa	Malecón de Santa Rosa.	estructura turística donde se encuentra el puerto pesquero artesanal. En este se puede encontrar a la estatua del pescador, imagen representativa de la parroquia urbana.	<ul style="list-style-type: none"> • Observación de Pesca artesanal • Observar la naturaleza y atardeceres.
	Fiesta Patronal de Santa Rosa en la parroquia urbana del	Fiestas en honor a la Virgen María considerada la patrona del pescador realizada en el mes de Junio, ésta es trasladada en un barco mientras se realizan las respectivas oraciones	<ul style="list-style-type: none"> • Procesión de las embarcaciones en la playa de Anconcito • Popular

	mismo nombre	para obtener mejoras en la actividad de la pesca.	baile • Presentaciones artísticas.
	Parque e Iglesia Central de José Luis Tamayo	Iglesia Central, San Rafael Arcángel, ubicada en el centro de la parroquia, donde el 29 de Septiembre se celebra con misas, procesiones, juegos pirotécnicos y bailes populares, la fiesta de su patrono.	• Caminatas • Toma de Fotografías • Procesiones • Disfrute en familia
José Luis Tamayo	Fiesta Patronal de San Rafael	Las festividades patronales son realizadas del 24 al 29 de junio de cada año por los habitantes de la comunidad en honor a San Rafael de Arcángel. (Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas, 2014-2019)	• Presentaciones artísticas (música, danza folclórica y comida típica)

4. Análisis de la demanda

4.1 Demanda Nacional.

El diseño del producto turístico esta direccionado para satisfacer la actual demanda que se interesa en visitar a la provincia de Santa Elena y en especial al cantón Salinas, esta se identifica según datos proporcionados por el Ministerio de turismo. (MINTUR, 2018)

Demanda Turística que ingresa a la provincia de Santa Elena año 2018

Tabla 7

Llegada de turistas a nivel Provincial

SANTA ELENA	
CANTÓN	PERNOCTACIONES
SANTA ELENA	100,452
LA LIBERTAD	117,766
SALINAS	166,878
TOTAL	385,096

Perfil de la demanda Turística que ingresa a la provincia de Santa Elena año 2018

Tabla 8

Perfil de la demanda Provincial

DEMANDA EN SANTA ELENA	
EDAD	PORCENTAJE
18-34 AÑOS	45,77%
35-49 AÑOS	41,03%
50 EN ADELANTE	12,83%

La demanda turística en la provincia de Santa Elena se clasifica por turistas y excursionistas nacionales con un 73% y extranjeros un 27% que llegan a su destino para la realización de las diferentes actividades turísticas que oferta la provincia, en el año

2018 según (MINTUR, 2018) “la provincia con más afluencia turística la información señala un 22% a nivel nacional seguido de pichincha y Manabí, las pernoctaciones de turistas en el último año a Santa Elena con un 100,452, la Libertad 117,766 y Salinas 166,878” (Jhony Yumisaca Tuquinga, 2017)

Perfil de la demanda Turística que ingresa al cantón Salinas, año 2018

Tabla 9

Características de la demanda

CARACTERÍSTICAS DE LA DEMANDA	
TIPO:	Excursionistas-Turistas
FRECUENCIA:	128.165 cada tres meses
PROCEDENCIA:	Región Sierra (Quito-Cuenca-Tulcán)
SEGMENTO:	Familias, jóvenes.
MOTIVOS:	Ocio y recreación, culturales, gastronómicos.
EDAD:	18-65 años

Dentro de la provincia el cantón con más afluencia turística según (MINTUR, 2018) “Es el cantón Salinas con un 43% seguido del cantón Santa Elena con un 35 % y con un 22% el cantón de La Libertad, la demanda en el cantón Salinas busca diferentes actividades turísticas según el Gobierno autónomo descentralizado de Salinas las estadísticas de los turistas que buscan dentro de este cantón las vacaciones, recreación y ocio y tiene un presupuesto aproximado de gasto entre \$100 y \$200 y se desplazan en grupos de viaje aproximadamente de 3 a 5 personas. El cantón Salinas tiene otros sectores productivos, es esencial mencionar que el turismo es uno de los principales siguiendo de las diferentes actividades económicas, el comercio ya sea formal o informal, la pesca, artesanías, la gastronomía, etc. Ofertan diferentes servicios hosteleros que se desprenden por categorías, la restauración de calidad, locales nocturnos de diversión, etc. Además, tienen dos centros pesqueros relevantes en la

provincia de Santa Elena: Santa rosa y Anconcito, cercanos a estos puertos se realiza la pesca artesanal que en la actualidad se la está ofertando como Turismo comunitario, con la finalidad de constituir como tendencia turística en crecimiento en el contexto local.

4.2 Demanda Internacional.

Según cifras de la Organización Mundial del Turismo (OMT), en el 2017 se registraron 1.323 millones de llegadas internacionales en todo el mundo. Según datos estadísticos lideran el turismo en continente europeo con unos 672 millones de llegadas, seguido por Asia y el Pacífico con 323 millones, las Américas con 211 millones, África con 63 millones y por último Oriente medio con 58 millones de llegadas.

El medio de transporte más utilizado es el aéreo (57%), carretera (37%), vía fluvial (4%) y el ferrocarril (2%). Lidera el motivo de visita con un 55% por ocio, recreo y vacaciones, sucesivamente con el 27% las visitas a parientes y amigos, salud y religión, el 13% por negocios y motivos profesionales y solo el 6% no se ha especificado aún.

Lo cual se refleja en nuestro país con su contribución con el 2% del PIB nacional de manera directa y con el 5% de manera indirecta e inducida. Según datos de la OMT esto refleja una cuota para Ecuador del 0.8 %. Las principales regiones emisoras de turismo provienen de nuestros vecinos (Américas) con un 83%, un 14% compartido con Europa, 3% Asia y el Pacífico. Gracias al estudio del perfil del turista levantado por el MINTUR (2017) existen cuatro rangos de edades que tiene mayor relevancia en nuestro turismo. El primero que ocupa un 25.7% con un rango de entre 20 a 29 años, el segundo con el 21.7% en rango de 30 a 39 años, el tercero con el 15.4% en edades de 40 a 49 años y el cuarto con un promedio de edades de 50 a 59 años que ocupa un 12.1%. (MINTUR, 2018)

Ingresos de demanda turística internacional al Ecuador.

Tabla 10

Ingreso de demanda Internacional

Nacionalidad	ene-dic 18	ene-dic 19	ene-dic 19/18
▲Estados Unidos	351.704	403.364	14,7%
▲ España	102.996	120.133	16,6%
▲Canadá	34.333	38.196	11,3%
▲Alemania	35.509	37.267	5,0%
▲Francia	27.593	31.193	13,0%
TOTAL	552.135	630.153	61%

Según datos del ministerio de turismo indican que en el año 2018 se registraron 551.135 llegadas de turistas extranjeros y en el año 2019 se registraron 630 visitas a nivel Nacional, indicando como principal mercado internacional a Estados Unidos. (Ministerio de Turismo, Indicadores Turísticos, 2019)

Segmentación de Mercado de Estados Unidos

Los segmentos de mercado objetivo principales para el 2019 se dividen en cuatro. El primero es el mercado de familias modernas, donde las familias uni-parentales cada vez son más comunes. Los negocios han desarrollado servicios direccionados a este tipo de familias, ofreciéndoles paquetes que se ajusten a las necesidades de padres que viajan solos junto a sus hijos. El segundo segmento se refiere a Bleisure (Business+pleasure), en donde cerca de un 60% de los viajeros con motivo de negocio realizan actividades de ocio en el destino visitado. El tercero es el de los turistas que viajan solos, cuyo segmento de turistas mujeres y Baby Boomers sigue una tendencia creciente.

El último segmento es el de recién casados, quienes buscan destinos para realizar su ceremonia o luna de miel. En este sentido, Harmony Walton, fundadora de The Bridal Bar, identifica que el mercado ha evolucionado en los últimos 5 años hacia destinos de aventura. Prevé también que los turistas recién casados se dirigirán a destinos de América del Sur durante el 2019. (MINTUR, servicios.turismo.gob.ec, 2019)

Turistas Baby Boomers en Ecuador.

Se considera Baby boomers a aquel segmento de personas nacidas en los años de 1946 a 1960 que corresponden a los 60 años de edad aproximadamente, básicamente pertenecen a la población de jubilados; tomando en cuenta esta referencia según datos estadísticos que propicia (MINTUR, servicios.turismo.gob.ec, 2016) Encontramos:

Tabla 11

Entrada de extranjeros por motivo de viaje, año 2018

Continente de procedencia	Subcontinente de procedencia	Motivo de Viaje						
		Total	Turismo	Negocios	Eventos	Estudios	Residencia	Otros
América	América del Septentrional	394661	256864	6178	29001	722	76218	25678
	América Central	110977	55686	7312	15767	345	13733	18134
	América del Sur	1661408	1464412	31860	35989	1191	61292	66664
	América, El Caribe	26806	6591	477	2011	66	16232	1429
Europa	Europa Oriental	5362	3731	225	443	12	518	433
	Europa Septentrional	20601	16384	345	747	20	2126	979
	Europa Meridional	107541	51217	2680	10543	131	29607	13363
	Europa Occidental	66984	51558	1588	1891	304	6616	5027
Asia	Asia Central	64	55	3	0	0	2	4
	Asia Oriental	17610	10299	1215	716	25	4433	922
	Asia Oriental	3813	3108	159	153	5	232	156
	Asia Asia Sudoriental	1795	1081	110	248	2	118	236
	Asia Occidental	2749	2009	156	104	2	353	125
África	África Oriental	184	97	6	35	3	27	16
	África Central	675	536	4	24	28	5	78
	África Septentrional	277	161	17	38	1	46	14
	África Meridional	292	164	15	34	1	38	40
	África Occidental	422	266	12	34	12	22	76
Oceanía	Australia y Nueva Zelandia	3642	3245	45	69	6	192	85
	Melanesia	26	17	1	2	0	5	1
	Micronesia	112	38	1	47	0	1	25
	Polinesia	279	160	0	2	0	3	114
Antártida	Antártida	1	1	0	0	0	0	0
Total	Total	2,427,660	1,928,612	52,422	97,946	2,876	211,868	133,936

Tabla 12*Entrada de extranjeros por motivo de viaje, según sexo y edad*

Sexo y grupos de edad	Motivo de viaje						Total
	Turismo	Negocios	Eventos	Estudios	Residencia*	Otros	
Hombres	1,049,776	42,684	63,545	1,370	110,256	85,251	1,352,882
Menores de 10 años	74,574	0	1,127	4	4,795	2,504	83,004
10 a 19 años	91,037	6	2,495	124	6,360	3,291	103,313
20 a 29 años	301,388	2,940	9,923	553	10,951	17,150	342,905
30 a 39 años	253,732	12,103	15,554	304	22,270	21,444	325,407
40 a 49 años	149,758	14,165	15,597	185	25,896	19,999	225,600
50 a 59 años	94,065	9,827	11,778	134	20,032	14,332	150,168
60 años y más	85,219	3,643	7,071	66	19,952	6,531	122,482
Sin especificar	3	0	0	0	0	0	3
Mujeres	878,684	9,735	34,379	1,505	101,603	48,664	1,074,570
Menores de 10 años	70,781	0	1,080	4	4,802	2,558	79,225
10 a 19 años	91,497	6	2,189	187	6,489	3,283	103,651
20 a 29 años	264,250	1,403	5,720	889	12,910	11,834	297,006
30 a 39 años	178,650	3,794	6,912	234	19,500	10,109	219,199
40 a 49 años	107,020	2,973	7,209	99	20,536	9,596	147,433
50 a 59 años	83,681	1,289	6,224	61	18,481	6,967	116,703
60 años y más	82,799	270	5,045	31	18,885	4,316	111,346
Indefinido	152	3	22	1	9	21	208
Menores de 10 años	7	0	0	0	0	0	7
10 a 19 años	12	0	1	0	0	0	13
20 a 29 años	49	0	9	0	2	6	66
30 a 39 años	28	0	6	0	2	2	38
40 a 49 años	16	1	1	0	0	1	19
50 a 59 años	31	2	3	1	1	12	50
60 años y más	9	0	2	0	4	0	15
Total	1,928,612	52,422	97,946	2,876	211,868	133,936	2,427,660
Baby Boomers							233,843

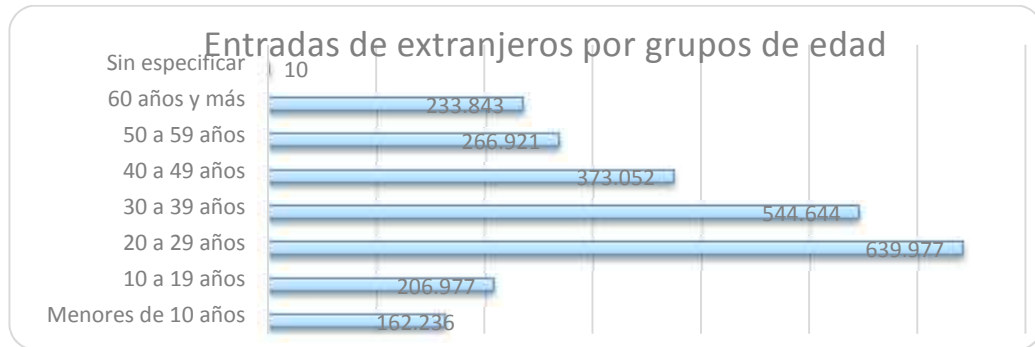


Figura 4 Entrada de extranjeros por grupos de edad año: 2018

En contraste con los datos que proporciona el Ministerio de Turismo del Ecuador se evidencia que el segmento Baby boomers es un colectivo de personas que está en crecimiento y cuyos destinos turísticos preferidos se encuentran en Ecuador, desde el año 2015 se reciben visitas en cifras desde 200.000 personas aproximadamente

Perfil de Target Baby Boomers

Estados Unidos fue donde se originó este segmento de mercado muy reconocido en la actualidad; es considerada una de las generaciones más importantes para el marketing y el turismo. Debido a sus características son un mercado que ninguna empresa se puede perder. Existía la creencia en marketing que los consumidores de 50 años no eran un segmento que valiera la pena, y la industria se enfocaba en cubrir las necesidades de mercado de la gente entre 18 y 49 años. Hoy en día las cosas han cambiado, ya que la industria ha visto que son un potencial grupo para sus campañas.

Sus principales características son:

- 1.- Trabajo. - Son personas comprometidas con su trabajo y motivadas por tener una buena posición económica. Además, disfrutan de grandes logros profesionales. Creen en el trabajo, el nombre y la trayectoria.
- 2.- Independencia. - Destacan por su seguridad e independencia. Tienen la capacidad económica de acceder a turismo más exclusivo.

3.- Tradiciones. Son miembros de familias numerosas. Valoran pasar tiempo con la familia y que se cumplan las tradiciones; asimismo, consideran que es importante la educación de las personas.

4.- Jubilación-. La mayoría está por jubilarse, y buscan lugares y servicios que les ofrezcan todos los servicios básicos y especializados.

5.- Intereses: Obsesionados con la juventud no con la edad. Son activos, preocupados por su salud e interesados en el mundo digital.

PERCEPCIÓN DEL CLIENTE

Para medir la percepción del cliente se aplicó técnica de recolección de datos como encuesta digital mediante el muestreo no probabilístico cuya sub categoría es la muestra casual donde los individuos se eligen de manera aleatoria, estableciendo el modelo de encuestas virtual “google formulario”

Se estructura la encuesta con 9 consultas que ayudarán a conocer las expectativas del cliente, tanto como sus preferencias en la escogencia del paquete turístico, para el presente estudio se consideró 32 respuestas quienes denotaron interés por conocer el diseño de rutas con atractivos turísticos alternativos en el cantón Salinas.

CUESTIONARIO DE PREGUNTAS

1.- Edad

1. Edad

32 respuestas

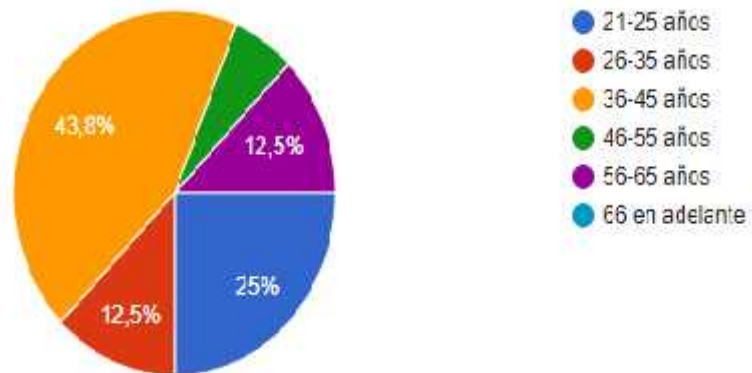


Figura 5 Índice de edad

Conforme las 32 respuestas obtenidas se determinan que el rango de edad interesado en la modalidad de paquete turístico es de 36 a 45 años a nivel nacional correspondiente al 43,8%, seguido del 25% de los encuestados que representa rango de edad de 21 a 25 años.

2. ¿Conoce usted los atractivos turísticos del cantón Salinas?

32 respuestas

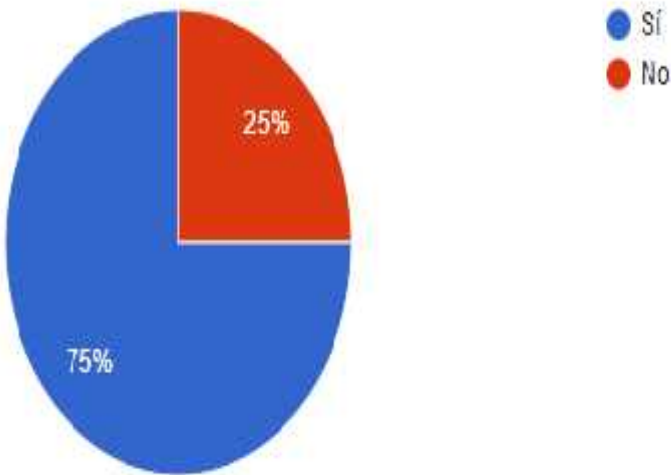


Figura 6 Conocimiento de los atractivos turísticos del cantón Salinas

Según el grado de conocimiento de los atractivos turísticos por parte de los encuestados se obtiene que 75% de la muestra los conocen, a diferencia del 25% quienes desconocen el potencial turístico del cantón Salinas.

3. ¿Qué tipo de atractivo turístico prefiere visitar cuando realiza turismo?

33 respuestas

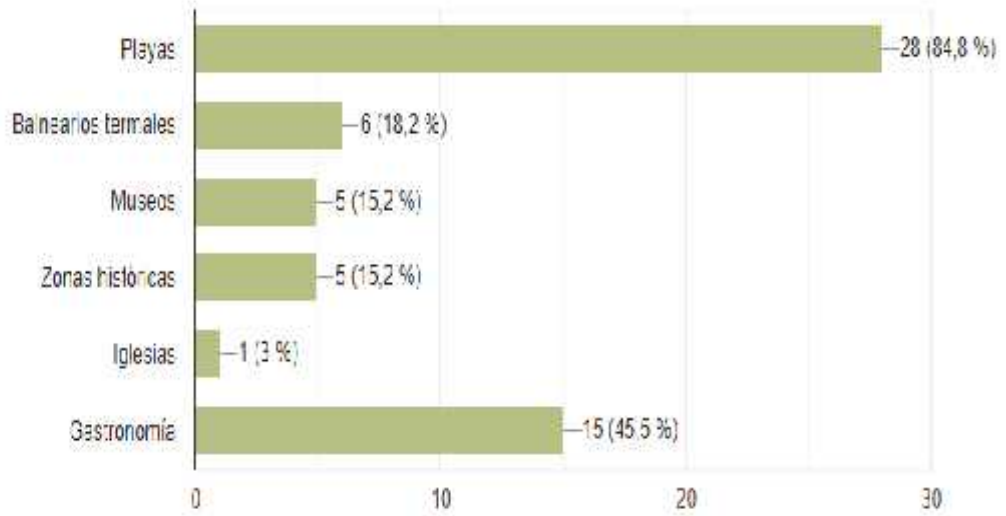


Figura 7 Preferencia de visita

De acuerdo al grado de preferencia de visita se obtiene que el 84,8% de los encuestados muestran afinidad por realizar turismo en las playas del cantón Salinas, seguido del 45,5% quienes prefieren la gastronomía.

4. ¿Con qué frecuencia visita los atractivos turísticos?

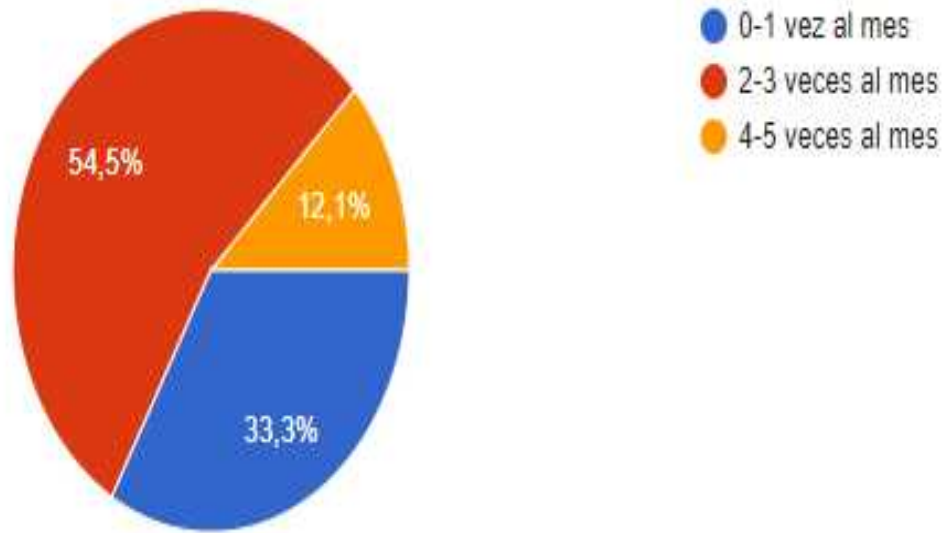


Figura 8 Frecuencia de visita

De los encuestados se determina que el 54,5% han visitado los atractivos turísticos en un rango de 2 a 3 veces al mes, seguido del 33,3% de la muestra quienes visitan al menos una vez al mes los atractivos turísticos, esto evidencia que en datos aproximados el periodo de recurrencia es de 2 a 3 veces por mes lo que faculta a la elaboración de rutas turísticas en el cantón Salinas.

5. ¿Con quién suele realizar las visitas a estos atractivos turísticos?

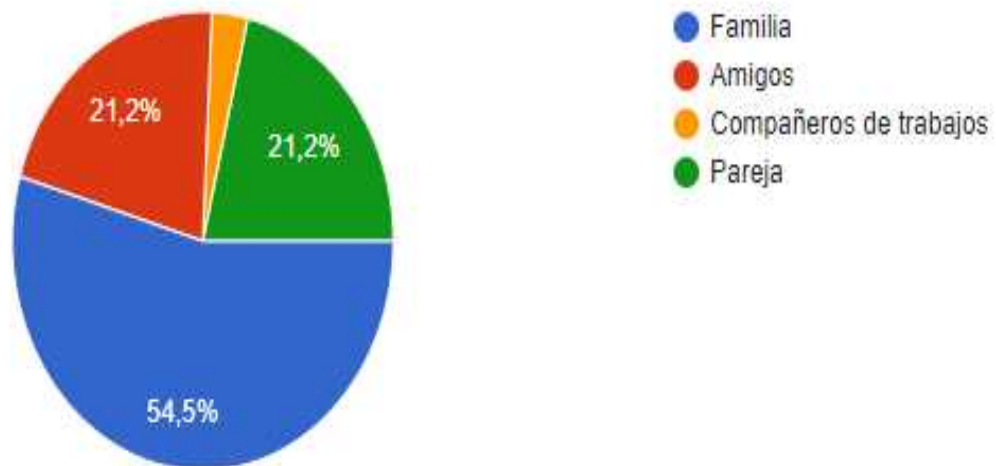


Figura 9 Compañía de viaje

De acuerdo a la muestra encuestada se evidencia que el 54,5% denota afinidad de visita con la familia, mientras que el 21,2% de los encuestados prefieren visitar los atractivos con pareja, en igual proporción deciden emprender su visita con amigos. Lo que nos da indicador que se pueden efectuar paquetes turísticos en el cantón Salinas

6. ¿Qué tipo de paquete turístico es de su preferencia?

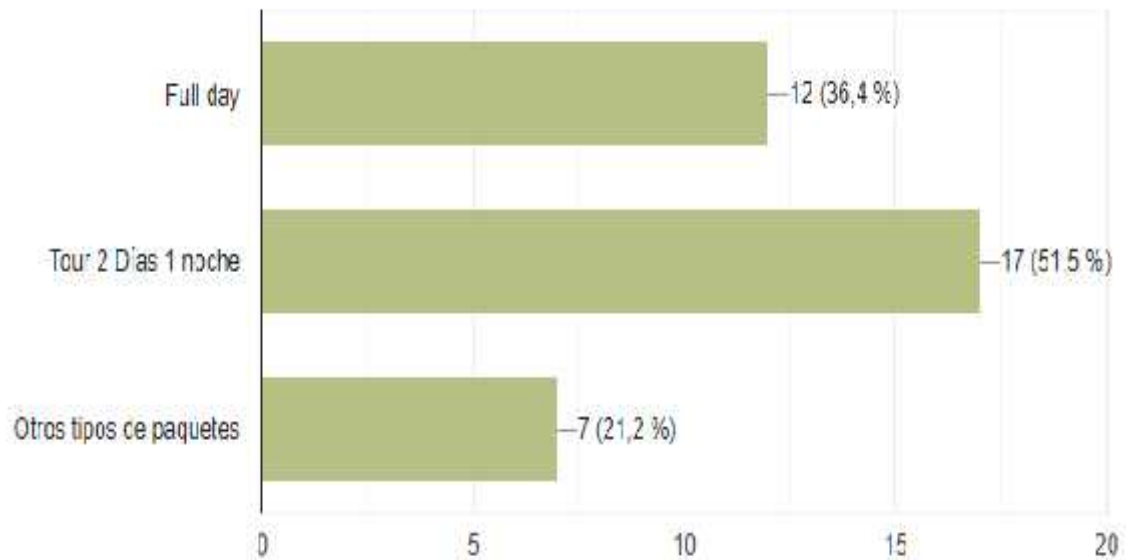


Figura 10 Preferencia de paquete turístico.

Del total de personas encuestadas se obtiene que el 51,5% prefieren contratar un paquete de tour 2 días 1 noche, seguido del 36,4% quienes optarían por contratar la modalidad de full day en el cantón Salinas, por ende, Opertouring S.A. considera rentable desarrollar paquetes de viaje bajo las dos modalidades de preferencia.

7. ¿Cuál sería el presupuesto promedio para el consumo de paquete full day en Salinas?

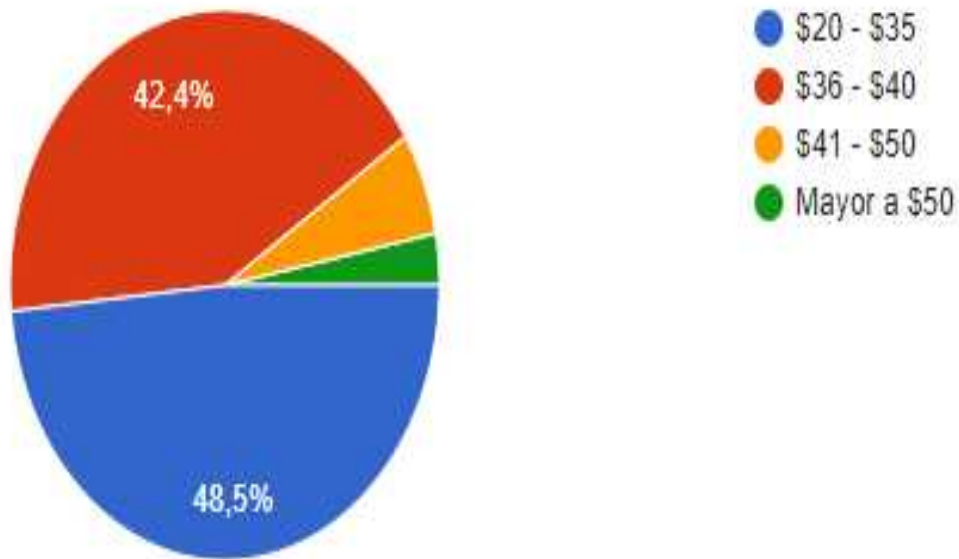


Figura 11 Presupuesto promedio para paquete full day

En relación con la modalidad de viaje la muestra en estudio denota que el 48,5% de las personas prefieren cancelar valores en un rango de \$20 a \$35 por el paquete full day, a diferencia del 42,4% que estarían dispuestos a cancelar valores entre \$36 y \$40, por tal motivo se denota un grado de aceptación por la oferta de este paquete turístico en el Cantón Salinas.

8. ¿Cuál sería el presupuesto promedio para el consumo de paquete tour 2 días 1 noche en Salinas?

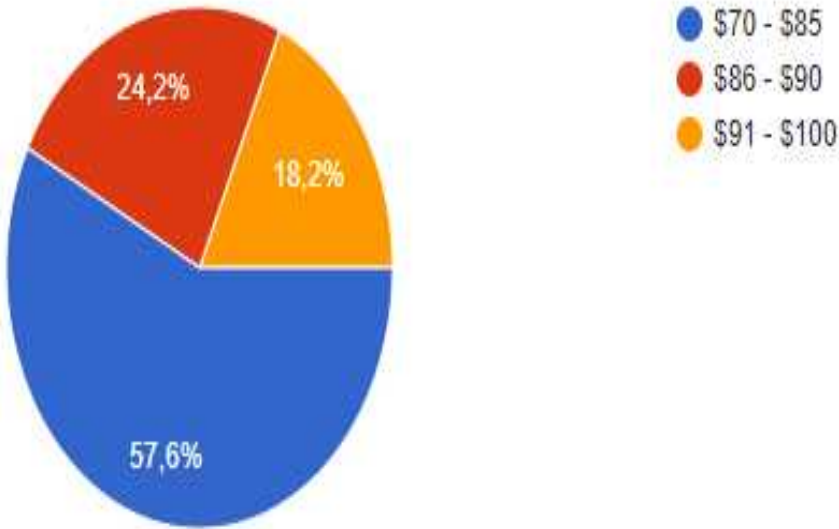


Figura 12 Presupuesto promedio para paquete Tour 2D/1N

Considerando las personas encuestadas se determina que el 57,6% del total de la muestra prefieren cancelar valores en un rango de \$70 a \$85 por el paquete 2D/1N, sin embargo, el 24,2% estarían dispuestos a cancelar valores entre \$86 a \$90, por lo tanto, es factible desarrollar paquetes turísticos considerando la planta turística del cantón Salinas.

9. ¿Qué modalidad de pago prefiere?

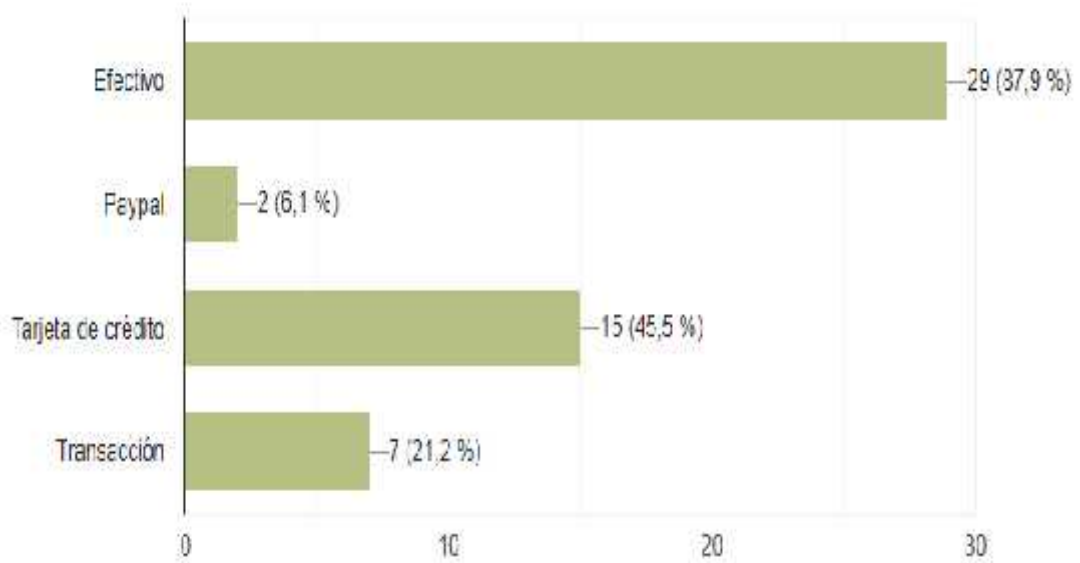


Figura 13 Modalidad de pago

Conforme al total de los encuestados se determina que la preferencia de pago por parte de los consumidores es en efectivo con el 37,9%, seguido del 45,5% quienes optan por cancelar con tarjeta de crédito, es importante considerar la modalidad de pago para planificar los mecanismos de contrato de los paquetes turísticos, conociendo que la mayoría prefiere el pago en efectivo.

CONCLUSIONES

- El análisis PEST es de vital importancia para todo emprendimiento puesto que determina la viabilidad de implementación considerando los aspectos legales, económicos, sociales y tecnológicos con la finalidad de que se conozca la situación actual de la localidad en donde se desarrollará el emprendimiento.
- Uno de los aspectos relevantes que se debe tomar en cuenta es el análisis de la oferta, debido que ésta sección nos da información sobre la planta turística que posee la localidad en este caso el cantón Salinas, de manera que se pueda articular acciones en beneficio del desarrollo turístico.
- Dentro del plan de negocios no se debe obviar el análisis de la demanda, ya que éste indica el target a quien se va a dirigir el producto o servicio de la empresa, además de determinar las percepciones del turista y el grado de aceptación sobre lo que se esté brindando.

BIBLIOGRAFÍA

- Gobierno Autónomo Descentralizado del cantón Salinas. (2014-2019). *Plan de Desarrollo y Ordenamiento territorial del Cantón Salinas*. Salinas.
- Jhony Yumisaca Tuquinga, E. M. (2017). *PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN ECUADOR. REFERENCIAS PARA NUEVAS PROPUESTAS DE DESARROLLO*. Obtenido de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2218-36202017000300008
- Ministerio de Turismo. (20 de Febrero de 2015). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/portfolio/2015-02-20-22-41-48/impuesto-del-uno-por-mil>
- Ministerio de Turismo. (2019). *Catastro de establecimientos de alojamiento turístico*. Salinas.
- Ministerio de Turismo. (2019). *Catastro de establecimientos de restauración*. Salinas.
- Ministerio de Turismo. (2019). *Catastro Provincial*. Salinas. Obtenido de Establecimientos de Operación turística.
- Ministerio de Turismo. (Diciembre de 2019). *Indicadores Turísticos*. Obtenido de Información relevante del Turismo en el Ecuador: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2019/MUESTRA-INDICADORES-DICIEMBRE-2019.pdf>
- MINTUR. (06 de Mayo de 2008). *turismo.gob.ec*. Obtenido de [turismo.gob.ec: https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf](https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf)
- MINTUR. (2016). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de [servicios.turismo.gob.ec: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-de-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-de-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf)
- MINTUR. (2016). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de [servicios.turismo.gob.ec: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-atractivos-turisticos-pilotaje-2016.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/InventarioAtractivosTuristicos/Matriz-atractivos-turisticos-pilotaje-2016.pdf)
- Mintur. (2017). *Ministerio de turismo*. Obtenido de Boletín de estadísticas turísticas: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/AnuarioEstadistico/Boletin-de-Estadisticas-Turisticas-2012-2016.pdf>

- MINTUR. (2018). Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras/2018-09-19-17-01-51/movimientos-internos-geovit>
- MINTUR. (2019). *Emprende Turismo*. Obtenido de [servicios.turismo.gob.ec: https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/emprende-turismo](https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/emprende-turismo)
- MINTUR. (2019). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de [servicios.turismo.gob.ec: https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf](https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/Tendencias/2019/TENDENCIAS-DE-TURISMO-2019.pdf)
- MINTUR, T. e. (2019). *servicios.turismo.gob.ec*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/IndicadoresDeTurismo/Indicadores-de-Turismo-2018-2019.pdf>
- PNTV, S. T. (2017-2021). *todaunavida.gob.ec*. Obtenido de [todaunavida.gob.ec: https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/](https://www.planificacion.gob.ec/plan-nacional-de-desarrollo-2017-2021-toda-una-vida/)
- SRI. (08 de Agosto de 2019). *sri.gob.ec*. Obtenido de [sri.gob.ec: https://www.sri.gob.ec/web/guest/devolucion-del-iva-a-turistas-extranjeros](https://www.sri.gob.ec/web/guest/devolucion-del-iva-a-turistas-extranjeros)
- Turismo, M. d. (Diciembre de 2019). *Indicadores Turísticos*. Obtenido de Información relevante del Turismo en el Ecuador: <https://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/Publicaciones/BoletinesMensualesTurismo/2019/MUESTRA-INDICADORES-DICIEMBRE-2019.pdf>
- Yumisaca & Mendoza. (2016). PERFIL SOCIODEMOGRÁFICO DEL TURISTA DE LA PROVINCIA DE SANTA ELENA EN ECUADOR. REFERENCIAS PARA NUEVAS PROPUESTAS DE DESARROLLO. *Scielo*, 9(3), 55.