



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

TEMA DE ENSAYO:

**“PLAN DE NEGOCIO PARA OPERADORA TURÍSTICA OPERTOURING
S.A. CON SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN
EL CANTÓN SALINAS: ANÁLISIS DE MARKETING EMPRESARIAL”.**

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

AUTOR:

FRANCO RODRÍGUEZ EMMA NARCISA

PROFESOR GUÍA:

ING. JOSÉ ADRIÁN VALENCIA MEDRANDA, MSC.

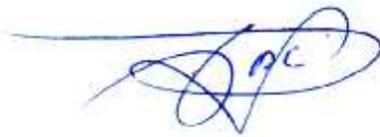
LA LIBERTAD – ECUADOR

JULIO 2021

APROBACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

En mi calidad de Profesor guía del Ensayo titulado, **“PLAN DE NEGOCIO PARA OPERADORA TURÍSTICA OPERTOURING S.A. CON SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS: ANÁLISIS DE MARKETING EMPRESARIAL”**, elaborado por la Srta. Emma Narcisa Franco Rodríguez, 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 Licenciada 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 OPERTOURING S.A. CON SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS: ANÁLISIS DE MARKETING EMPRESARIAL”**, elaborado por la Srta. Emma Narcisa Franco Rodríguez, 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,



Franco Rodríguez Emma Narcisa

C.I. 2450313354

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme sabiduría y fortaleza durante cada etapa de mi vida, y así continuar con empeño y entusiasmo mis estudios superiores.

A la Universidad Estatal Península de Santa Elena por brindarme la oportunidad de tener una formación profesional, basada en una educación de calidad y valores que aportarán a la sociedad.

A mis docentes, por la dedicación y entrega que denotaban al compartir sus conocimientos en las aulas de clase, son el pilar fundamental del alma máter y los formadores de esta nueva profesional en Gestión y Desarrollo Turístico.

A mi profesor tutor por compartir sus conocimientos y supervisar pacientemente el desarrollo de este trabajo de titulación.

A mis padres y mi novio por ser el apoyo incondicional para culminar esta etapa universitaria.

Emma Narcisa Franco Rodríguez

DEDICATORIA

El presente trabajo de Titulación está dedicado en primer lugar a Dios por demostrarme que no hay imposibles cuando existe convicción y esfuerzo. A mis padres que son el pilar fundamental en mi vida, por su infinito amor, apoyo y comprensión en cada paso que doy, gracias a su esfuerzo diario dado de corazón he logrado culminar satisfactoriamente esta etapa. A mis docentes por compartir sus enseñanzas durante el trayecto de la carrera universitaria. A mi compañero de vida, por ser mi fuente de inspiración para alcanzar esta y muchas metas más.

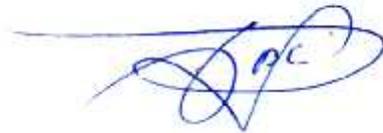
Emma Narcisa Franco Rodríguez

TRIBUNAL DE GRADO



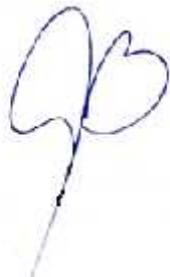
.....
Ing. Soraya Linzán Rodríguez, MSc.

**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

INDICE 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 DE MARKETING EMPRESARIAL	12
2.1 Diseño De La Marca	12
2.2 Diseño Del Slogan	13
2.3 Diseño De La Plaza.....	13
2.3.1 Diseño De La Página Web	14
2.3.2 Diseño Redes Sociales	16
2.4 Estrategias Competitivas De La Operadora Turística.....	16
2.5 Análisis De Competencia.....	19

2.5.1 Análisis De Precio.....	24
2.5.2 Análisis Del Servicio	25
CONCLUSIONES	26
BIBLIOGRAFÍA	27

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1 Detalle del Capital social	7
Tabla 2 Detalles de Feriados Nacionales	18
Tabla 3 Catastro turístico de empresas de operación turística	19
Tabla 4 Análisis de precios	24

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 Diseño de la marca.....	12
Figura 2 Diseño de la Plaza.....	14
Figura 3 Diseño de la página web	14
Figura 4 Diseño de aplicación de la empresa.....	15
Figura 5 Souvenirs	17
Figura 6 Tarjetas de presentación	17

“PLAN DE NEGOCIO PARA OPERADORA TURÍSTICA OPERTOURING S.A. CON SERVICIO DE PAQUETES TURÍSTICOS ALTERNATIVOS EN EL CANTÓN SALINAS: ANÁLISIS DE MARKETING EMPRESARIAL”.

RESUMEN EJECUTIVO

El presente plan de negocios muestra la propuesta de una operadora turística Saínense 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. Cada una de las etapas mencionadas anteriormente aportara al desarrollo de estrategias para la formulación y la evaluación de la viabilidad del presente plan de negocio.

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 para la formulación 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. Each of the stages mentioned above will contribute to the development of strategies for the formulation and evaluation of the viability of this business plan. 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.º: 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 regirá 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 DE MARKETING EMPRESARIAL

El diseño de la planificación en materia del marketing involucra varios beneficios, la creación de las estrategias competitivas genera una gran ventaja en el mercado competitivo, local donde las empresas buscan maximizar sus beneficios y obtener una rentabilidad, entre los componentes del marketing se idealiza la marca.

2.1 Diseño De La Marca

La marca de una empresa trata de comunicar la identidad corporativa que se desea proyectar, el objetivo de ésta es generar un posicionamiento en la mente del consumidor ya sea por el diseño o contenido que posea. Actualmente se presencia una época donde las constantes actualizaciones tecnológicas generan y permiten potenciar un marketing de percepciones, estos se ven influenciada por las experiencias de otros usuarios, y a su vez es tan valioso que genera la decisión de compra. Para ello se plantea el diseño de la marca turística que representará a la empresa OPERTOURING S.A.



Figura 1 Diseño de la marca

La marca está dada por un logotipo de tres colores que asemejan una continuidad de imágenes:

- El color negro inicial simboliza las características primordiales de la empresa como son: La identidad sólida, seriedad y compromiso que adquiere la empresa y sus colaboradores al brindar un servicio de calidad.
- El color verde claro: que simboliza la responsabilidad social y ambiental en el que se rige la empresa, actualmente vivimos en una sociedad inclinada por los paradigmas sociales y ambientales.
- El color plomo que simboliza el profesionalismo, inteligencia y sabiduría para conseguir los objetivos colectivos de la empresa, Satisfacer la demanda turística y generar beneficios socioeconómicos al equipo empresarial como a la sociedad.

2.2 Diseño Del Slogan

El eslogan es utilizado por las empresas para generar un impacto al consumidor y lograr posicionar la marca de tu servicio en un determinado mercado. Esta define qué es lo que se pretende comunicar al usuario en pocas palabras.

OPERTOURING S.A.

“Reinicia tu vida con nosotros”

Está direccionado especialmente para aquellas personas que mantienen un sentimiento rutinario en su vida, el disfrute del ocio y tiempo libre es un condicionante de la salud mental, vivir una gratificante experiencia con la empresa OPERTOURING S.A. mantendrá un equilibrio emocional y generará satisfacción para el usuario.

2.3 Diseño De La Plaza

La empresa asentada en el sector San Lorenzo perteneciente al cantón Salinas, su estructura será de una sola planta con accesibilidad para todo público. Se plantea un modelo inicial donde se mantiene en cuenta el diseño estructural de la empresa de una planta, se mantendrá un mostrador o recepción donde será el punto de llegada del

visitante, así mismo lo espacios de espera, medios audiovisuales para provocar el interés de experimentar la publicidad que están observando.



Figura 2 Diseño de la Plaza

2.3.1 Diseño De La Página Web

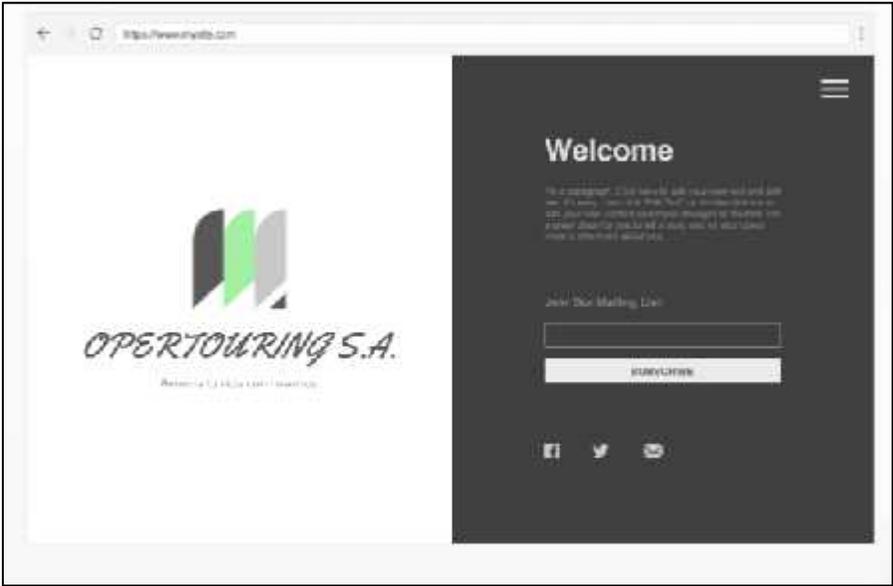


Figura 3 Diseño de la página web

En la página web se detallará un mensaje de bienvenida, seguido de una descripción general de la empresa OPERTOURING S.A. incluyendo la misión y visión de la misma, se determinarán ciertas funciones como es la experiencia de los usuarios, promoción mediante collage de fotografías, además de una opción de consulta de paquetes disponibles determinado por semanas y futuros productos, un buzón de sugerencias, Banners vinculados a nuestras redes sociales, datos de contactos entre otras funciones secundarias.

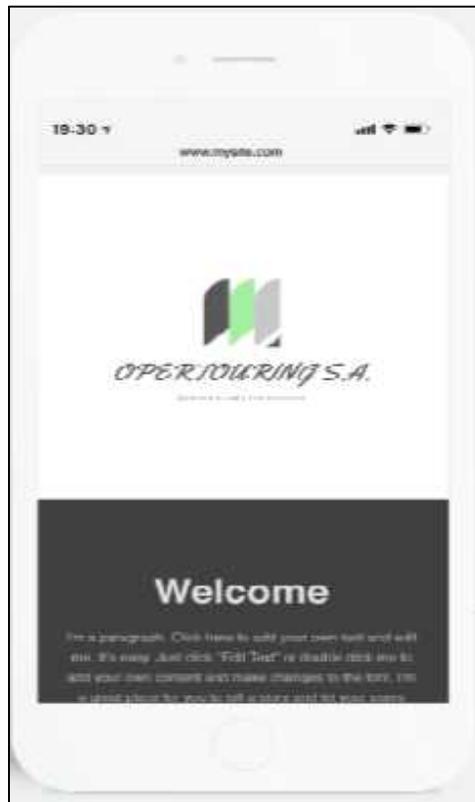


Figura 4 Diseño de aplicación de la empresa

2.3.2 Diseño Redes Sociales

Actualmente se ha fortalecido los canales de promoción del sector turístico, es una ventaja competitiva adquirir gratuitamente una página de Facebook o cuenta de Instagram, realizar una estrategia de Marketing 4.0 logrando la sensibilización y conexión con el usuario mediante la promoción de vivencias relacionadas directa o indirectamente con el paquete turístico que se está ofertando, el éxito de esta estrategia se fundamenta en que se debe subir información real, verídica y detallada que logre captar la atención del cliente en el menor tiempo posible, las redes sociales permiten que la promoción de los post y demás contenidos lleguen a un número superior de personas por un valor mensual mínimo.

2.4 Estrategias Competitivas de la Operadora Turística

Las estrategias son herramientas que ayudan al cumplimiento de objetivos y metas de la empresa, para ello la estrategia seleccionada para obtener una ventaja competitiva es la estrategia de Miles y Snow (1978) definidas como **Prospectivas o Exploradoras**. Esta estrategia se maneja con la premisa de la innovación, son netamente para empresas que revolucionan la oferta estándar en un mercado y desarrollan continuamente nuevos productos. En esta se evidencia la creación de un nuevo producto al tomar aquellos atractivos pocos reconocidos turísticamente dentro de los límites del cantón Salinas y paquetizar de tal forma que resulten atrayente y satisfaga las necesidades de la demanda turística que visita la provincia.

En esta se debe tener constante actualización de tendencias de mercado y la evolución de la demanda, para ello se debe realizar un control en redes sociales, pagina web, revisando comentarios y sugerencias posteados en las plataformas comerciales de nuestra empresa y a su vez de la competencia directa e indirecta. Esta estrategia permite responder con rapidez los cambios en el mercado y las diversas oportunidades potenciales.

Para la perfecta complementación de esta estrategia se pretende utilizarla a la par con las estrategias *analizadoras* estas pueden trabajar de manera prospectiva o defensiva

dependiendo de las varianzas del entorno, en entornos estables analizan la situación y actúan de manera sigilosa aprovechando los beneficios de éste, pero en entornos turbulentos prefieren desarrollar sus productos establecidos a arriesgarse a perder rentabilidad y el correcto posicionamiento en la mente del consumidor

Así mismo se plantea usar estrategias en base al marketing 4.0 o marketing de contenidos, por ejemplo: La experiencia marketing de influencer, es una de las formas que permite que las marcas se acerquen a sus consumidores, para captar y posicionarse en el mercado de consumidores, una de las mejores inversiones sería invitar a un reconocido influencer del sector turístico que es “Luisito Comunica”

Tangibilizar el servicio. Dicho de otro modo, ofrecer obsequios con el logo de nuestra empresa para, de esta forma posicionarnos en la mente del consumidor y de los clientes como por ejemplo bolígrafos, gorros, tazas entre otros, estos souvenirs están incluidos en el costo del paquete ofertado.

Venta cruzada. Mediante la venta de servicios adicionales a los paquetes turísticos ofertados. Así también realizar los canjes publicitarios con las empresas de las tarjetas de crédito y débito, esto se cristalizaría según el uso de tarjetas por acumulación de puntos, esto es el nexa para fidelizarlo.

Merchandising. De manera tal que se relacione con los puntos anteriores.



Figura 5 Souvenirs



Figura 6 Tarjetas de presentación

Para el lanzamiento de campañas promocionales es en base a los feriados nacionales registrados en el calendario 2020.

Tabla 2

Detalles de Feriados Nacionales

Fecha	Día	Días feriados
1 enero	miércoles	Año Nuevo
24 febrero	lunes	Carnaval
25 febrero	martes	Carnaval
10 abril	viernes	<u>Viernes Santo</u>
1 mayo	viernes	Día del Trabajo
25 mayo	lunes	<u>Batalla de Pichincha</u>
10 agosto	lunes	<u>Día Nacional</u>
9 octubre	viernes	<u>Independencia de Guayaquil</u>
2 noviembre	lunes	Día de los Difuntos
3 noviembre	martes	<u>Independencia de Cuenca</u>
25 diciembre	viernes	<u>Día de Navidad</u>

2.5 Análisis De Competencia

En la provincia de Santa Elena se evidencia el siguiente catastro de empresas de operación turística:

Tabla 3

Catastro turístico de empresas de operación turística

SALINAS							
N	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	CIUDAD	CATEGORIA	ACTIVIDAD	Pl	Pe
1	CAROLTOUR	CAROLINA TOUR S.A. CAROLTOUR	SALINAS	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	10	4
2	SALINAS TOUR DE MAR SATUMAR	SALINAS TOUR DE MAR SATUMAR	SALINAS	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	4
3	OPERADORA TURÍSTICA TECNIHOLD	TECNIHOLD S. A.	SALINAS	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	5
4	TURISWIL	COMPAÑÍA TURISTICA WILSON S.A. TURISWIL	SALINAS	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	5
5	SPONDYTOUR S.A.	SPONDYTOUR S.A.	JOSE LUIS TAMAYO	INTERNACIO NAL	AGENCIA DE VIAJES	0	3
6	SALIBREEZE	COMPAÑÍA DE TURISMO SALIBREEZE S.A.	SALINAS	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	3
7	MULTI SERVIFREIRE	SERVICIOS MULTI SERVIFREITER S.A.	SALINAS	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	1

8	SALINAS TRAVEL SALINASTRAVEL S.A.	SALINAS TRAVEL SALINASTRAV EL S.A.	SALINAS	INTERNACIO NAL	AGENCIA DE VIAJES	0	2
9	OPERADORA TURISTICA JOHANCAR S.A.	JOHANCAR S.A. JOHAN CURRILLO	SALINAS	OPERADORA TURISTICA	AGENCIA DE VIAJES	0	2
10	CONGRESTUR S.A.	OPERADORA DE TURISMO Y CONGRESO CONGRETUSTU R S.A.	SALINAS	OPERADORA TURISTICA	AGENCIA DE VIAJES	0	3
Total						10	32

LA LIBERTAD							
N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	CIUDAD	CATEGORIA	ACTIVIDAD	PI	Pe
1	ENGORROY TOUR	ENGORROY TOUR S.A	LA LIBERTAD	AGENCIA DE VIAJES DUAL	AGENCIA DE VIAJES	0	3
2	VIANKA TOURS	VIANKA TOURS S.A	LA LIBERTAD	DUALIDAD	AGENCIA DE VIAJES	0	6
3	MULTISERVIFREIRE	SERVICIOS MULTISERVIFREITER S.A.	LA LIBERTAD	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	1
Total						0	13
SANTA ELENA							
N°	NOMBRE DEL ESTABLECIMIENTO	PROPIETARIO	CIUDAD	CATEGORIA	ACTIVIDAD	PI	Pe
1	ANDEAN PATHS	FLORIDA CAR S.A.	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	2
2	DECAMERON EXPLORER	HOTELES DECAMERON ECUADOR S.A.	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	5
3	OPERADORA TURISTICA MONTAÑITA	LNALINO S. A.	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	3
4	RAYAGUILA	RAYAGUILA S.A.	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	20
5	MACHALILLA TOURS CIA LTDA	MACHALILLA TOURS CIA LTDA	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	2
6	GO MONTAÑITA	GO MONTAÑITA S.A.	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	2
7	MILLON SERVI S.A.	MILLON SERVI S.A.	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	5

8	CAROLTOUR SUCURSAL AYANGUE	CAROLINA TOUR S.A. CAROLTOUR	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	6
9	VIAJEROS DEL MAR	CLUB DE SURF Y BUCEO OPTURSURF.	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	5
10	MONTAÑITA ADVENTURE TRAVEL MONTAADVENT URE S.A.	MONTAÑITA ADVENTURE TRAVEL MONTAADVEN TURE S.A.	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	3
11	CENTRO DE BUCEO MONTAÑITA OTRO MUNDO	TURISMO YOBOSUIZA CIA. LTDA.	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	4
12	BIKESPONDYLUS S.A.	BIKESPONDYL US S.A.	SANTA ELENA	OPERADORA	AGENCIA DE VIAJES	0	3
13	SUMPA AVENTURA TRAVEL	INNOVACIONE S Y CONSTRUCCIO NES S.A. INNYCONSA	SANTA ELENA	INTERNACIO NAL	AGENCIA DE VIAJES	0	3
14	S&CH FAMILY TRAVEL	S&CH FAMILY TRAVEL	SANTA ELENA	DUALIDAD	AGENCIA DE VIAJES	0	3
15	BALTUORSA	BALTOURSA S.A.	SANTA ELENA	OPERADORA TURISTICA	AGENCIA DE VIAJES	0	2
16	OPERADORA TURISTICA MORA & ASOCIADOS S.A. OPETURMO	OPERADORA TURISTICA MORA & ASOCIADOS S.A. OPETURMO	SANTA ELENA	OPERADORA TURISTICA	AGENCIA DE VIAJES	0	6

17	OPERADORA TURISTICA VIAJES & TURISMOJCCBVI ATUR CIA LTDA	OPERADORA TURISTICA VIAJES & TURISMOJCCB VIATUR CIA LTDA	SANTA ELENA	OPERADORA TURISTICA	AGENCIA DE VIAJES	0	3
18	RAYAGUILA S.A.	RAYAGUILA S.A.	SANTA ELENA	OPERADORA TURISTICA	AGENCIA DE VIAJES	0	2
Total						0	79
TOTAL DE EMPRESAS DE OPERACIÓN PROVINCIAL					32	10	124

En el cantón Santa Elena se evidencian 10 empresas de operación turística, 8 de connotación nacional y dos que mantienen permisos internacionales, mientras que en el cantón La Libertad se evidencia 3 empresas de operación turística subdividiéndose en dos agencias de viajes dual y una operadora. Finalmente, en el cantón Salinas se registran 18 empresas de operación turística donde solo 1 mantiene denominación internacional y así mismo una mantiene denominación Dual. (Ministerio de Turismo, Catastro Provincial, 2019)

2.5.1 Análisis De Precio

Para el presente análisis es importante mencionar que la selección del paquete turístico con la estrategia de Miles y Snow (1978) de analizadora.

Tabla 4

Análisis de precios

Operadora Turística	P.V.P Consumidor Final	Modalidad	Localidad
GUANITOURS	\$135 por pax	Tour 3D2N	Guayaquil
MIDDL EARTH	\$ 170 por pax	Tour 3D2N	Quito
OPERTOURING	\$ 70,00 por pax	Tour 2D1N	Salinas

Opertouring S.A. se caracteriza por brindar el servicio todo incluido (alojamiento, alimentación, transporte) en atractivos turísticos alternativos lo que se convierte en un aspecto diferenciador de las demás operadoras, además de ofertar el paquete 2Días 1Noche, por este motivo se establecen los precios de \$70,00 por pax. Se considera como herramienta importante el uso de PAYPAL que facilitará al usuario de internet hacer transferencias y reservas.

El análisis de precio se realiza en base del producto alternativo a ofertar, se considera a la calidad como el principal diferenciador de la empresa Opertouring S.A. la calidad del servicio que ofertan nuestros colaboradores, genera la fidelización de la demanda objetiva y permitirá el aumento de utilidades y rentabilidad empresarial.

2.5.2 Análisis Del Servicio

El servicio que oferta Opertouring S.A. se fundamenta en dar a conocer los atractivos turísticos alternativos que posee el cantón Salinas de manera que se diversifique la actividad en turismo y brindar una experiencia diferente al consumidor, sean estos en las localidades aledañas como Santa Rosa José Luis Tamayo y Anconcito.

Los atractivos que se incluyen en los paquetes turísticos son ofertados por primera vez dentro de un itinerario de las empresas de operación turística en el cantón Salinas, esto nos da un valor agregado al ofertar un producto de exclusividad en OPERTOURING S.A.

Al ser de categoría All Inclusive integra los servicios de la planta turística que posee el cantón Salinas, sean estos de alojamiento, restauración y transporte, este paquete turístico será especializado para el target baby boomers por lo tanto se diseñó con técnicas de recreación de fácil aplicación para el turista.

CONCLUSIONES

- La diversificación de la oferta turística en el cantón Salinas permite maximizar los beneficios de la empresa por ser un producto innovador y que se genera a bajos costes de producción la innovación de la promoción y publicidad.
- Las estrategias de marketing son herramientas que facilitan el alcance de los objetivos y metas empresariales, usada de una manera correcta permite el posicionamiento de la marca en el mercado competitivo.
- Las estrategias de Marketing digital, son excelentes para la empresa turística, siempre que se tomen en cuenta los aspectos fundamentales como es: la investigación del mercado, el diseño del producto y los medios e imagen que quiero potenciar.

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>
- 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>
- 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>
- 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.