

ARTÍCULO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD DE UNA OPERADORA
TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN ACTIVIDADES
RECREACIONALES EN EL ESTERO SALADO DE LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL**

*FEASIBILITY STUDY OF A TOUR OPERATOR SPECIALIZING IN RECREATIONAL ACTIVITIES
IN THE ESTERO SALADO IN THE CITY OF GUAYAQUIL*



Recepción: 29/11/2016

Aceptación: 07/02/2017

Publicación: 25/03/2017

Resumen

El turismo es un factor importante en el desarrollo de la economía del Ecuador, siendo así que Guayaquil es una ciudad referente en el país, ya sea por su diversidad de paisajes, lugares para visitar, arquitectura, su gente, comida, entre otros, hacen de la ciudad un punto importante para la recreación para los turistas nacionales y extranjeros. Pensado en poder dotar a la ciudad de nuevas atracciones, para ampliar la gama de diversiones que visiten los turistas se tomó en consideración la iniciativa de una operadora turística que se encargue directamente de la diversión acuática en el Estero Salado de Guayaquil, que es un espacio regenerado además que cuenta con espacios naturales y se encuentra a las orillas del Estero Salado, que le brinda un paisaje diferente. Los juegos inflables son tanto para grandes como para chicos, pudiendo posicionar esta clase de diversión como parte importante en las visitas que se realicen al Estero Salado para un momento familiar o entre amigos.

Palabras clave: estadística, acuático, medio ambiente, operadora, diversión.

Abstract

Tourism is an important factor in the development of the economy of Ecuador, so Guayaquil is a reference city in the country, because of its diversity of landscapes, places to visit, architecture, its people, food, among others, make of The city an important point for recreation for domestic and foreign tourists. Considered to be able to point to the city of new attractions, to extend the range of amusements that tourists visit, we took into consideration the initiative of a tool that seeks directly the aquatic fun in the Estero Salado of Guayaquil, which is a regenerate space Which has natural spaces and is located on the banks of the Estero Salado, which offers a different landscape. The inflatable games are for both big and small, and can position this kind of fun as an important part in the visits that are in the Estero Salado for a family moment or between friends.

Key words: statistics, water, environment, operator, fun.

Introducción

La ciudad de Guayaquil, majestuosa, con una presencia imponente que da la bienvenida a los turistas tiene sus calles llenas de historias, piletas, astilleros, casas, edificios que han permanecido durante años para cimentar las bases sobre las cuales se ha edificado la ciudad que es hoy en día, por su modernismo, fruto de trabajo y esfuerzo de quienes habitan y que han pasado de generación en generación el amor a la ciudad, para verla siempre grande y hermosa.

Ing. Diana Montero M., MAE.

Ingeniera Comercial.

Master en Administración de Empresas.
Docente de la Carrera de Administración de
Empresas Turísticas y Hoteleras, Facultad de
Especialidades Empresariales, Universidad
Católica de Santiago de Guayaquil.

E-mail: diana.montero@cu.ucsg.edu.ec

Muchos han sido los esfuerzos y pasos importantes que se han realizado en el tema turístico, empezando desde las autoridades quienes norman las ordenanzas, siguiendo por los habitantes que siempre han estado prestos en innovar sus servicios turísticos de acuerdo con lo que se necesita para satisfacer la demanda.

En el Plan de Turismo, 2020 que fue desarrollado por el Ministerio del turismo y el Gobierno actual, indica que: busca que exista la capacidad turística con productos y servicios que sean de calidad, sostenibles además de ser característicos por su valor adicional y distintivo que les permita generar un aporte a la economía del país, contribuyendo para mejorar la característica de vida de los habitantes y aumente la demanda de turismo. Plan de Turismo, 2020 (PLANDETUR).

Uno de los atractivos de la ciudad que los visitantes siempre acuden es el Estero Salado, este espacio ha tenido un proceso de recuperación que fue desde el año 2003 que poco a poco se fueron definiendo los esfuerzos por mejorar su presencia, llegando hasta el año 2010 en que fue considerada como parte del proyecto Guayaquil Ecológico del Gobierno, esta inclusión se debió a que por mucho tiempo estuvo desatendida, porque los desechos y malos hábitos de los habitantes de alrededor dejaron que se contamine de basura, desechos del sector.

Como parte de este proyecto de manera primordial fue recuperar la naturaleza y el espacio ambiental que se había descuidado, por lo que en el proceso de oxigenación de agua, iba a permitir reforestar en gran parte a todo el espacio del Estero Salado, limpiando el agua que transcurre por las casas y de realizar seguimientos y evaluación del mejoramiento en lo que a contaminación se refiere, ya que el objetivo primordial era comenzar a depurar sus bases en el agua para seguir con la parte de remodelación y estimación de los habitantes del sector.

Actualmente la ciudad de Guayaquil, se ha convertido en referente turístico por la variedad de actividades por realizar, lugares que visitar, y entre esos se encuentra el Malecón del Salado, que tiene varios atractivos como aguas artificiales, pequeños negocios de comida, cafeterías y parqueo privado para la seguridad de los visitantes. Producto de esto las visitas turísticas a este sector han crecido, por lo que se espera que se mantengan por largo tiempo y para ello, se necesita innovar y presentar nuevos atractivos de la ciudad, que la hagan especial y única, en la que los turistas sientan que no pueden marcharse sino han visitado Guayaquil.

No obstante, lugares como el Malecón del Salado, el Velero y la fuente de Agua Danzante, brindan un aspecto agradable para recorrerlo de inicio a fin por su malecón, parque lineal y puente zigzag, el recorrido a pie en el Malecón pone a disposición naturaleza, tranquilidad y seguridad que tienen las personas al visitarlo, motivo por el cual la afluencia del público es constante ya sean en grupos familiares o individual.

En virtud de esta acogida y reconocimiento que tiene este sector de la ciudad, se encuentra la oportunidad de aportar turísticamente con nuevas opciones de entretenimiento para el sector, ubicando por un lado la mesura de un paisaje y por otro la diversión con juegos acuáticos en la que exista el contacto de la naturaleza con los visitantes.

Actualmente en el Malecón del Salado ofrece servicios turísticos de alimentación y establecimientos de baile, pero también existe un solo negocio que aprovecha el recurso de agua que brinda el Estero, por medio del alquiler de botes, en la que varias personas pedalean con la capacidad de dos y hasta cuatro personas, siendo el único servicio de diversión que se ofrece, por lo tanto se necesita diversificar los servicios turísticos así como de movilizar hacia este sector a los turistas los cuales además de poder observar paisajes hermosos, también se aporte con un servicios de recreación diferentes.

Siendo los botes el único servicio de diversión acuática en este sector lo pone en desventaja frente a otros atractivos turísticos, con lo que puede perder turistas, ya que no lo van a encontrar llamativo para permanecer mucho tiempo, sino el necesario para una camita sencilla de recreación.

En base a esta situación percibida, se describe el problema como: ¿Cuán necesario es la inversión en servicios turísticos acuáticos en el Estero Salado?, la falta de iniciativa, financiamiento o poco interés en este sector ha generado que no se propongan alternativas diferentes que llamen la atención de los inversionistas, perdiendo oportunidades de poder acoger al público así como beneficiar colateralmente a otros negocios del mismo sector.

Objetivos

General

Implementar actividades recreacionales con juegos acuáticos para adultos y pequeños en el espacio del Estero Salado, en la ciudad de Guayaquil, para incentivar el turismo en este sector.

Específicos

- Describir los temas que involucran el estudio para la implementación del parque acuático.
- Conocer los gustos y preferencias de los posibles consumidores, así como analizar el mercado en el que se va a desenvolver el proyecto.
- Evaluar los resultados esperados con relación a la inversión que se va a efectuar.
- Describir los beneficios sobre la propuesta del proyecto.

Materiales y Métodos

Recreación turística

Como parte de la naturaleza del ser humano se encuentra la búsqueda de la diversión, esta puede ser por medio de actividades como la pintura, la música, los viajes, la lectura, y así mismo existe un grupo de la población que gusta visitar lugares turísticos.

De acuerdo con Enderica (2000), La recreación o distracción corresponde al tiempo libre que cada persona le dé a cada actividad en forma privada o aire libre. El autor recalca también, que la demanda puede ser:

- a. Masiva
- b. Selectiva
- c. Popular
- d. Subvencionada

Las actividades de recreación pueden realizarla entre dos o más personas, y también de forma solicitaria, siempre y cuando este momento de distracción y diversión sea compartido de forma espontánea. La naturaleza, la ciudad, otro país, llegan a ser parte de la distracción del ser humano a la hora de seleccionar lo que desean realizar, tener opciones es lo que cada ciudad debe fomentar para que se puedan instalar nuevas opciones, que sobre todo sean seguras y motiven su uso.

Según Quezada (2010), habla sobre las estructuras que tiene cada destino turístico que se encuentre en la capacidad de satisfacer la demanda turística, además de que estos mismos recursos, estructuras o infraestructuras forman parte de la identificación de un determinado lugar, ya que comienzan a generarse como un referente a cierto lugar, porque disponen de características distintivas que las hacen únicas y diferentes de fácil recuerdo de quien las visita y recomienda. (p. 154).

La actividad turística en la ciudad se ha incrementado, producto de la gestión que realizan los organismos provinciales y municipales, para que de una u otra manera encuentren fechas especiales festivas, presentaciones, trabajos, actividades, entre otros, que se han convertido en parte distintiva de la ciudad, que la convierten en una ciudad moderna de muchos lugares por conocer en diversos sectores.

Según Arcos (2007) manifiesta que la actividad turística tiene relación con la diversión, conocer nuevos puntos mediante el descubrimiento además que se alimenta su conocimiento sobre fechas, lugares, y sobre la conservación en algunos casos. La actividad turística, también involucra el alojamiento, los puntos para distracción, los restaurantes, comercio, eventos, puntos culturales, entre otros, que todos en su conjunto conforman una especial presencia para deleite de los turistas.

Juegos Acuáticos

Las actividades recreativas como los juegos acuáticos son de atracción especialmente para los niños que llega a ser hasta una enseñanza hacia la estimulación, que se combina con el turismo para acercar y concientizar al público entre la diversión sana, conocer el sector e instruir en el cuidado ambiental. Es así que en las últimas vacaciones de los estudiantes que es donde se aprovechan para que el público adulto como los niños disfruten del tiempo se asistió a juegos con agua que es de preferencia indica El Universo (2016) algunos llevaron a los niños a divertirse en los juegos de agua del Cuerpo de Bomberos, en los exteriores de la feria de Guayaquil, en el Centro de Convenciones. Ahí, voluntarios y rentados enseñaban a los pequeños a manejar las mangueras y la presión del agua en las motobombas.

Otra de las atracciones que se encuentran en la ciudad son las lagunas artificiales creadas por el Municipio de Guayaquil para atracción de público grande y pequeño Matamoras (2016) La laguna, de 3.178 m², está dividida en dos zonas: una para niños con barreras metálicas y con una profundidad de 40 centímetros, mientras que la de adultos tiene 1,20 metros en la parte honda para capacidad de cerca de 1500 personas.

Cuidado ambiental del Estero salado

Uno de los sectores afectados en la ciudad por el crecimiento desordenado que ha tenido es el Estero Salado que al deseo de tener un espacio donde vivir, poco a poco se han ido incrementando viviendas hacia el estero devastando su existencia e imponiendo infraestructura de poco estudio arquitectónico, así como extendiéndose hacia las riveras del estero devastando su existencia, realizando rellenos a las orillas, además con la llegada del hombre, también se evidenció el descuido, la basura, la poca importancia de muchos y el silencio de otros ante tal descuido ambiental.

Según con la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo (2015) en estudios realizados por el Proyecto “Guayaquil Ecológico” Componente “Estero Salado” desde el 2010, realizan una descripción de la situación del Estero Salado identificando a cada tramo con letras, por ejemplo la letra A es Urdesa y Kennedy, la letra B, corresponde a Urdesa, dichos sectores corresponden al Distrito 5. Siendo este sector uno de los más afectados por temas de desechos industriales, en la que se suelen derramar los desechos contaminando con altos valores de DBO1 por encima de 20mg/l2 y bajas concentraciones de oxígeno (<1mg/l) llegando a condiciones anóxicas principalmente en bajamar. Hay que mencionar que también en este sector se encuentran altos concentrados de sulfuros provocando una necesidad inherente de que se deseche aquellas combinaciones químicas que afecta a los ciudadanos y a los animales. Mediante el acuerdo Ministerial No. 110, se definió trabajar en la Producción de Fauna Manglares en el Estero Salado, el mismo

que fue tramitado el 17 de julio del 2008, dicho documento es una herramienta de protección para la correcta gestión y conservar esta área protegida de la ciudad.

Investigación de Mercado

La investigación se la realizó en la ciudad de Guayaquil, utilizando varias herramientas que permiten conocer cuál es la realidad externa, así como también aquellos aspectos que aportan de forma directa e indirecta, examinar al potencial cliente y también explorar la zona del Malecón del Salado.

Se empieza describiendo ¿Cuál es la necesidad que se va a satisfacer?, la de diversión con elementos acuáticos, por medio de la innovación y juegos modernos que ponen en contacto a la naturaleza con el público. De esto se desprende la segunda inquietud que es ¿Quiénes son los compradores? el público en general que asiste al Malecón del Salado, pero de aquellos que sean capaces de involucrar su diversión con la experiencia de juegos acuáticos diferentes por lo tanto se requiere que sean personas que gocen de buen estado físico y salud, sean estos niños, jóvenes y adultos. Por último ¿Cómo se va a satisfacer la necesidad?, procurando tener juegos acuáticos impulsados con turbinas, modernos y en buen estado para garantizar la seguridad de los visitantes así como el cuidado ambiental del Estero Salado.

Para poder operar en el Malecón del Salado se necesita Licencia Municipal de funcionamiento provisional y definitivo, se espera que las condiciones económicas sean favorables debido a que el servicio propuesto es de consumo, usando equipos inflables acuáticos, pero que prevalezca el cuidado en la gestión ambiental, apoyando en la restauración de las áreas verdes de este sector.

El interés del consumidor para el uso del producto en este sector va dirigido para las personas de edades comprendidas entre 5 a 60 años, no existe distinción de sexo, pero deben ser personas que les guste juegos combinados con agua, con una pequeña dosis de riesgo y aventura. Va dirigido al público que le guste combinar la aventura con un paisaje natural como el que proporciona el Estero Salado.

Los proveedores de los equipos de juegos acuáticos son importadores nacionales, cuya garantía es vigente durante 2 años.

Tabla 1. Proveedores Juegos acuáticos.

Empresa	País de producción
Jumping Zone	Chile
Aquaorb	USA
Chinee Inflables	China
MegaJuegos	Chile

En el sector no existen servicios de distracción acuáticos inflables, pero si se cuenta con los botes a pedal y no se prevé la amenaza de otros competidores de igual condición, otra distracción similar son los Parques acuáticos del Municipio pero están ubicados en otros sectores de la ciudad, además que son de uso exclusivo de niños.

- Parque Acuático de la Avenida Barcelona
- Parque Acuático El Fortín
- Parque Acuático Puerto Liza
- Parque Acuático Viernes Santo
- Parque Acuático Isla Trinitaria
- Parque Acuático Sauces V

Tabla 2. Benchmark competencia

Lista	Aqua Party	Parques Acuáticos del Municipio
Juegos de calidad	✓	✓
Seguridad	✓	✓
Chalecos salvavidas	✓	✗
Servicio al cliente	✓	✗
Derecho de admisión	✓	✗
Facilidad de Acceso	✓	✓
Suman	6	3

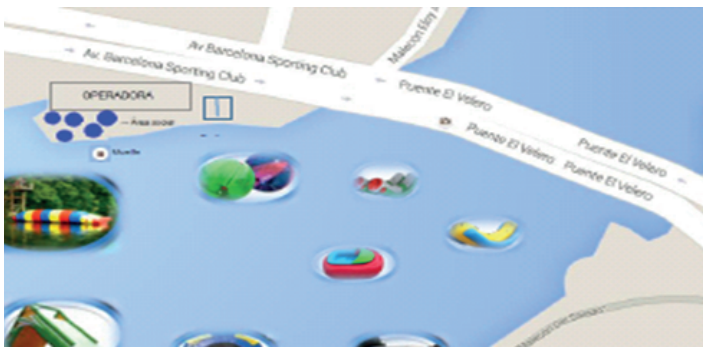
Recolección de datos

Para realizar la recolección de datos, se tomó de referencia la cantidad de turistas que llegan al área urbana de la ciudad, que de acuerdo con la información de la Organización Mundial de Turismo se encontró que fueron 132.015 personas que transitan por la ciudad para realizar visitas en carro, a pie o a determinados puntos. Se aplicó la muestra infinita con 5% de margen de error, obteniendo como resultado 385 encuestas para realizar. Los resultados para el estudio fueron variados: el rango de 18 a 24 años con el 27%, de 25 a 34 años con el 29%, de 35 a 44 años con el 39% y de 45 años en adelante con el 5%.

- 97% de los encuestados se sienten atraídos por los juegos acuáticos.
- 77% respondió que le gustaría encontrar una diversión con juegos acuáticos en la ciudad.
- 56% del público se orienta con precios referente de \$5.

Los indicadores dieron como resultado con el 36%, que prefieren realizar paseos con la familia, le sigue el 33% con amigos, en tercer lugar con el 30% con la pareja, y en un porcentaje mínimo de 1% prefiere pasear a solas. En el estudio también se pudo constatar que el parque del Malecón del Salado no es común en el momento de decidir para realizar visitas turísticas, porque no lo encuentran divertido, le falta áreas más llamativas, etc. Hay que recalcar que la infraestructura del

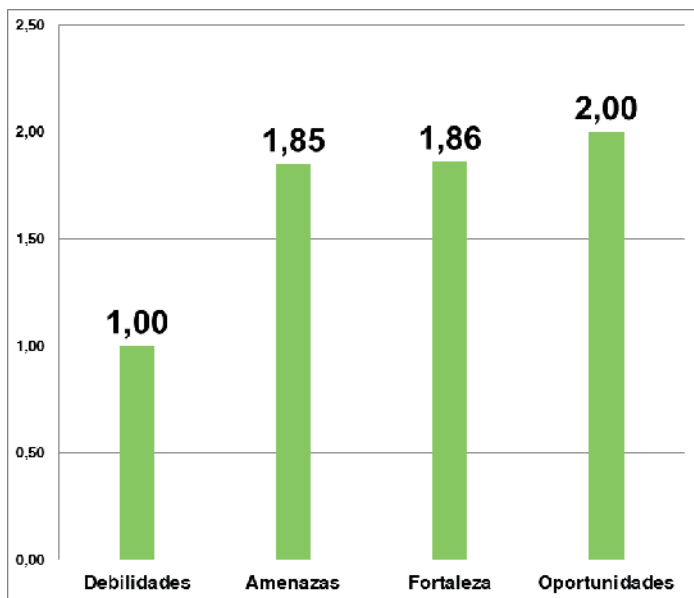
Figura 3. Distribución del espacio Aqua Party



Estudio Comercial

FODA

Figura 4. Puntuación de FODA



Las oportunidades que se encuentran en el mayor rango porque se ha determinado que las oportunidades que se deben aprovechar son: Ubicación en zona regenerada, falta de competencia directa, posibilidad exitosa de incrementar el mercado. Le sigue las fortalezas con puntaje de 1.86 al tratarse de: proyecto innovador, calidad y seguridad de los juegos acuáticos, sano esparcimiento en aire libre, promociones atractivas para turistas. Siguiendo con las amenazas se encuentran los cambios en las políticas gubernamentales o municipales que impidan el funcionamiento de Aqua Party. Por último en las debilidades se detallan: Carece de información de negocios similares para conocer la experiencia en cuanto a la operativa.

Estrategia de Marketing

Producto

Figura 5. Esfera Acuática



Medidas	2mts diámetro
Peso aproximado	16kgs
Material	PVC grado comercial
Espesor	1.0mm

Fuente: Aquaorb

Figura 6. Cilindro Acuático



Medidas	2.7mts diámetro externo X 2.2mts diámetro X 1.8mts diámetro interno
Peso aproximado	65kgs
Material	PVC grado comercial
Espesor	1.0mm y 0.8mm

Fuente: Aquaorb

Figura 7. Bote chocón



Medidas	156 x 110 x 48 cm
Peso aproximado	23kgs
Material	PVC grado comercial
Espesor	0.65mm

Fuente: Aquaorb

Figura 8. Trampolín inflable



Medidas	5mts diámetro
Peso aproximado	125kgs
Material	PVC grado comercial
Espesor	0.9mm

Fuente: Aquaorb

Figura 9. Catapulta



Medidas	7mts x 2mts
Peso aproximado	50kgs
Material	Lona PVC grado comercial
Espesor	0.9mm

Fuente: Aquaorb

Figura 10. Columpio inflable unitario y doble



Medidas	4mts Largo X 0.65mts diámetro del tubo
Peso aproximado	545kgs
Material	Lona PVC grado comercial
Espesor	0.9mm

Fuente: Aquaorb

Precio

Los juegos acuáticos tienen precio diferenciado: Para adultos es de \$2, para niños y tercera edad es de \$1.50 y para estudiantes es de \$1 (aplican para lunes a jueves).

También existe el brazalete ilimitado que va a permitir subirse a todos los juegos inflables, la pulsera tendrá un costo de: adultos \$12,50, niños y tercera edad \$10,50 y estudiantes \$8,50.

Plaza / Distribución

El proyecto tiene lugar en el Estero Salado en el área de Regeneración Urbana. En este sector, a orillas del Estero Salado, podrán disfrutar de la vista de la avenida 9 de Octubre, del parque de la Ferroviaria, de la plaza Rodolfo Baquerizo Moreno, además de que en los locales de comida podrán degustar de deliciosos platos típicos. El horario del malecón es desde las 06:00 para los deportistas. Al público de 07:00 a 24:00.

Para Aqua Party los horarios de atención son de Miércoles a Domingo de 10h00 a 18h00, lunes y martes no hay atención.

Promoción

Para atracción del público y para hacer conocido a Aqua Party se estima realizar 9000 volantes por 3 meses con un total de \$225, gastos en redes sociales para generar publicidad por un valor de \$552 que será el primer año de lanzamiento y publicidad en medios radiales por \$1.960 que consisten en 280 cuñas radiales que se transmiten en días de feriado.

Según Wells (1996), el primer paso para desarrollar un plan de publicidad, es determinar los antecedentes, en otras palabras, investigar y analizar la información importante que afecta el mercado, al competidor, al comportamiento del usuario, a la compañía misma y al producto o servicio. (p.85).

Estudio Financiero

Para llevar a cabo el proyecto se necesita inversión de \$45.694 siendo el 98% que está concentrado en Activos que corresponden a los equipos acuáticos, de oficina, computación, se va a financiar el 100% con capital propio. El estudio se realiza con proyección de cinco años, con una capacidad de uso de los juegos acuáticos del 75% se aspira llegar a tener una TIR del 58% con un VAN de \$65.932. El promedio del retorno sobre activo es de 20%. El tiempo estimado de recuperación de la inversión será en 1 año 9 meses, a partir de este tiempo se pretende que se pueda reinvertir los flujos en nuevos juegos, en promociones así como también realizar estudios nuevos para ubicar Aqua Party en otros sectores atractivos de la ciudad, como Chongón o Playita de Guasmo, que son de similares características.

Impactos esperados

El desarrollo del proyecto se apega al objetivo 5 del Plan Nacional del Buen Vivir manifiesta que "Consiste en construir nuevos puntos de variedad cultural, en la que se fortalezca la identidad local y nacional". El proyecto turístico tiene impacto de carácter social porque está dirigido a la comunidad de la ciudad, en un sector de gran afluencia, en la que los demandantes que buscan diversión van a encontrar entretenimiento garantizado y con seguridad, está dirigido a todo el público sin restricción para aquellos que les gusta por la diversión con adrenalina por el impulso que generan los equipos acuáticos.

Por otra parte el impacto económico, es una fuente de ingreso para el propietario e inversionista inicial, pero también al ser un proyecto novedoso se espera que la comunidad que se encuentra en el contorno también pueda ser partícipe de ingresos al incrementar las visitas a este sector, promoviendo emprendimientos particulares para los turistas ya sea de servicio o de productos.

Tabla 4. Descripción de impactos

Impacto	Descripción
Social	Motivación, entretenimiento y desarrollo de la comunidad.
Económico	Generado de empleo, beneficio colateral en el sector.

Discusión

La propuesta de una Operadora Turística nació de la idea de proporcionar una nueva alternativa de recreación en la ciudad de Guayaquil, en la que tanto pequeños como adultos se diviertan, además de ser un aporte familiar para la unión y convivencia, ya que el propósito es pasar un momento ameno y divertido entre los seres queridos, amigos y parejas.

Si bien es cierto el Malecón del Saldo y con ello el Estero Salado, se han realizado constantes estudios para cuidar su medio ambiente, también tiene intervención de la mano del ser humano para que se llegue a cumplir los planes de Guayaquil Turístico, ya que al tener la disposición de mejorar y cuidar su apariencia, también parte de esta mejora tienen los ciudadanos, para educarlos sobre la contaminación del agua, medio ambiente y el cuidado que se debe tener para el manglar, que de una u otra forma llega hacia las orilla del Estero Saldo y genera un mal aspecto.

Con la iniciativa de Aqua Party se desea adquirir equipos inflables a proveedores locales, que sean los que vendan y a su vez brinde el mantenimiento consecutivo, interesados por cuidar el medio ambiente, estos botes no usan combustible que corra el riesgo de contaminar el agua, en estos momentos que se encuentra en proceso de mejoramiento del aspecto de sus aguas.

La Operadora tiene como finalidad aportar con el desarrollo económico de la ciudad de Guayaquil y al mismo tiempo contribuye con la preservación y cuidado del medio ambiente. Es necesario para este proyecto cumplir con las Leyes de protección y cuidado al medio ambiente, siendo responsables con el mismo para evitar causar impactos negativos que perjudiquen el lugar.

El proyecto pretende promover la industria del entretenimiento y diversión a través de juegos inflables acuáticos en la zona regenerada de la ciudad, lo que es un incentivo para el turismo en lugares habituales de paseo.

Reconocimiento

Un especial reconocimiento para mi alumna Luisana Ochoa en la realización de la investigación para la promoción de nuevos espacios de diversión en la ciudad, combinando la innovación con el turismo.

Listado de Referencias

Aquaorb. *Características de juegos inflables*. Recuperado de: <http://www.aqua-orb.com/es/productos/categorias-de-inflables/inflables-destacados>

Enderica, Alfredo "Planificación Turística", Lictur, 2000.

El Universo. (10 de 2016). *Parques acuáticos preferencia de Grandes y chicos*.

Matamoros, E. (2016). *Lagunas artificiales del Municipio de Guayaquil*. Guayaquil.

Melgosa Arcos, F. (2007). *Código Turismo*. Madrid: LA LEY

Ministerio de Turismo: *Turismo en cifras recuperado*: <http://servicios.turismo.gob.ec/estadisticas-turisticas/anuario-2010-2014/244>

Ministerio de Turismo: *Plan de Turismo 2020 recuperado*: <http://www.turismo.gob.ec/PLANDETUR-2020.pdf>

PLANDETUR 2020. *Diseño del plan estratégico de desarrollo de turismo sostenible para Ecuador*.

Quezada, R (2010). *Elementos de Turismo: Teoría, clasificación y actividad*. Costa Rica: Euned

Wells, W. (1996). *Publicidad, principios y prácticas*, Pag. 38.

<https://secure.arkund.com/view/23190628-147938-212198#BcE7CoAwEAXAu2z9kH2bf64iKSSopDBNSvHuzrzyLkk7CRoYYTAiJISMVFBig6xxz3GNfsx+StWN6hiDmsvqk/O07wc=>