



## Introducción

La Compañía Turística Marketing Vip S.A a pesar de su corto inicio de actividades comerciales en Julio del 2014, se ha posicionado dentro del mercado en una de las mejores Operadoras Turísticas del País, registrados en el Ministerio de Turismo como agencia de viajes dual, es decir, Agencia de Viajes nacionales e internacionales. Apegados a la ley, la compañía mantiene todas sus obligaciones y permisos registrados en sus entidades de control respectivas.

Marketing Vip, ha sido reconocida en el año 2017 por la revista Vistazo como una de las principales 500 empresas del Ecuador. Esto ha permitido que nuestra empresa fortalezca su marca y su nombre dentro del mercado nacional, a pesar de habernos visto enfrentados a competencia desleal. Hemos reconstruido nuestro mercado turístico y sobre todo recuperado la confianza de los ecuatorianos. Sin embargo, personas que posiblemente no son registradas antes los entes reguladores de control venden nuestros productos emulando nuestro.

El posicionamiento de la marca ha sido uno de los ejes fundamentales en los cuales he basado todos mis esfuerzos para que la empresa sea reconocida como tal y no se confunda ante el mercado. Es por ello que, la programación de sábados y domingos en el programa de TVentas ha hecho que nuestra marca se posicione de manera muy alta en el mercado y que varios de nuestros clientes que habían utilizado nuestros servicios vuelvan a contactarse con nosotros; y nuevos clientes crean y confían en nuestra marca para sus próximas vacaciones.

Por otro lado, el usar estrategias digitales que están a la vanguardia en cuanto a los medios de marketing actuales, fue muy productivo el uso de influencers para que la comunidad de seguidores en nuestras redes sociales como Instagram y Facebook se aumente de forma significativa y por otro lado, se genere un nuevo canal de ventas de nuestros productos/servicios.





Como empresa, estamos muy orgullosos de poder generar plazas de empleo, que tanto nuestro país requiere, y sobre todo cumplir el sueño de tantos ecuatorianos de viajar nacional e internacionalmente junto a su familia con la satisfacción y el buen servicio que ha sido un pilar fundamental para el éxito de nuestra compañía.

Finalmente, nuestros principales aliados estratégicos, Resorts en todos nuestros destinos, comentan sobre nuestra gran gestión y sobre todo el gran afianzamiento en nuestra relación comercial.

## 1. Sector Turístico

Actualmente el sector turístico es un sector dinamizador de nuestra economía ecuatoriana. Tal es así, que el 2% del PIB nacional está representado por ingresos asociados a actividades de turismo en el Ecuador. (Ministerio de Turismo, 2018). En el 2018 un aproximado de 2.4 millones de turistas extranjeros ingresaron a nuestro país, lo cual nos muestra claramente un indicador importante sobre el cual se puede trabajar destinos para satisfacer la demanda de este mercado. Comparado con el año anterior tenemos que la cantidad de turistas que salieron de nuestro país mediante vía aérea, pasando por las jefaturas de migración de Quito y Guayaquil, presentan un ligero decremento correspondiente al 4.9%, esto debido a las graves situaciones económicas que enfrenta nuestro país. (Ministerio de Turismo, 2018). Sin embargo, es importante notar que si bien es cierto que la cantidad de turistas salieron de nuestro país, también la cantidad de viajeros que se han incrementado hacia esta maravilla natural, Galápagos, ha incrementado considerablemente.

Esto se enfoca en los conceptos turísticos que promueve el gobierno como ALL YOU NEED IS ECUADOR y ECUADOR PRIMERO. Esta cifra alentadora asciende al casi 6% de incremento de turistas hacia las islas encantadas, promoviendo el turismo de nuestro país y dinamizando la economía de sectores que dependen fuertemente de actividades como esta.

Por otro lado, a pesar de la dura situación económica que el país enfrenta es importante saber que existe un mercado potencial al cual se puede atacar en base al



turismo receptivo. Por lo tanto, el siguiente gráfico muestra cual es la probabilidad de que una persona de origen europeo llegue a Quito sin un paquete turístico comprado.



Figura 1: Probabilidad de compra Valdivia 2.0

Tal como se muestra en la figura 1 se tiene que la probabilidad de compra de paquetes turísticos en Quito es del 46,39%; lo cual resulta ser un número alto el cual debe ser tomado en cuenta para las diferentes líneas de negocio que se puedan abrir dentro de la empresa.

Nos sentimos comprometidos con el desarrollo turístico de nuestro país, es por ello que día a día buscamos nuevas alianzas estratégicas que permitan promocionar, tanto a mercados nacionales como internacionales, nuestro país y convertirlo en una potencia turística.

Finalmente, considero que el sector turístico de nuestro país tiene que crecer a pasos gigantes para que turistas visiten nuestros fabulosos destinos, dejando divisas en nuestro país y que de esta manera el Ecuador se convierta en un país potencialmente turístico. Comprometidos con el incremento del porcentaje el PIB representado por turismo de nuestro país se pretende incentivar nuevas estrategias de comunicación

convencional y de vanguardia para la potenciación del país como destino turístico.

### 3. Resultados Financieros

#### 3.1 Ingresos

La siguiente tabla muestra un comparativo sobre los ingresos generados en el periodo fiscal 2017 frente al periodo fiscal 2018

|                      | ( Valor en USD) | Porcentaje (%)<br>Incremento/Decremento |
|----------------------|-----------------|---|
| <b>Ingresos 2017</b> | 2,923,249.22    | 47,49%                                  |
| <b>Ingresos 2018</b> | 4,311,509,92    |   |



Como muestra la tabla anterior, los ingresos de nuestra empresa han presentado un incremento muy importante del 47.49%.



Tomando en cuenta todas las recomendaciones que anualmente la firma auditora nos entrega sobre ciertos procedimientos en la empresa; actualmente contamos con un sistema que permite tener al detalle la información de cada paquete, así como los clientes que ya han tomado el servicio prestado por la empresa. De esta manera se puede clarificar los clientes que ya han viajado y los que aún están por viajar. De esta manera se puede tener la provisión exacta de los paquetes, así como el ingreso que debe registrar la empresa.

Hoy en día la empresa no solo genera ingresos por los paquetes turísticos vendidos a los clientes, sino también se ha enfocado en ofrecer servicios a los clientes, mismos que tienen un valor agregado importante. Entre otros servicios que la empresa ofrece, están los siguientes:

- Chip Internacional
- Seguro/ Asistencia de viaje
- Tickets a parques temáticos
- Tickets aéreos

Con estos servicios se pretende que el cliente sienta confiabilidad en la marca, así como genera ingresos asociados a la prestación de servicios turísticos.

Finalmente, como gerente general y en base a los datos históricos antes mostrados, se espera para el año 2019 un incremento de los ingresos del 13%, esto basado en los nuevos productos y servicios que la empresa ofrecerá, explicados en la siguiente sección.

### **3.2 Egresos**

Debido a que la empresa está en constante evolución y crecimiento, cada día se realiza inversiones en bienestar de los clientes y de los empleados. Es por ello, que los gastos para el presente periodo han incrementado. Sin embargo, estos no han sido desmesurados, ya que a pesar de las grandes inversiones realizadas el periodo presente tiene un superávit.





El valor de gastos para el periodo 2018, corresponde a 4,200,169.85, donde se debe tomar en cuenta que los gastos de producción se incrementan debido a la cantidad de personas que hacen uso de sus vacaciones ya contratadas y por otro lado, esto repercute en los ingresos.

Este año se intentará reducir los gastos en virtud de mejorar las tarifas y convenios con los principales proveedores de la empresa. Así como realizar un presupuesto donde permita medir y mesurar la cantidad de gastos asumidos por la empresa. Esto mejorará el resultado del próximo año.

### **3.3 Utilidad**

A pesar de las fuertes inversiones que la empresa ha realizado en función de mejorar de manera significativa la atención brindada y que estos diariamente se fidelicen con la marca. En el presente periodo la empresa obtiene una utilidad de \$111,340.07; mismo que representa el casi el 3% sobre la facturación total. Esto es importante saber que si a pesar de que el porcentaje de utilidad es bajo en los años próximos será un número importante debido a que la capacidad del proceso se ha incrementado de manera sostenible para poder suplir con toda la demanda de clientes y prestar un servicio de calidad; tal como ha caracterizado a la empresa hace ya varios años.

El panorama es muy optimista para el siguiente resultado, por lo tanto, confiamos en que los ingresos mejoren y disminuir los gastos de la empresa para obtener mejores resultados.

### **3.4 Liquidez**

Precautelando como siempre el servicio que debe ser prestado a nuestros clientes, se mantiene la inversión mensual del 15% de facturación total en todas las transacciones de Banco Pichincha, mismas que tienen una fecha de corte al 10 de diciembre del año





2018. Así mismo, con este flujo de efectivo se precautela que los décimos terceros pagaderos para las personas que no se los acredita mensualmente estén correctamente sustentados.

#### 4. Nuevos Proyectos

Se han generado nuevos proyectos que se han venido realizando en años anteriores, mismo que se han concluido su proceso de implementación y hoy son una realidad en la empresa y otros que para el próximo periodo serán puestos en marcha

- Creación de nuevos destinos turísticos
- Alianzas estratégicas con tarifas fijas
- Creación de un portal OTA para agencias de viaje
- Canalización de ventas mediante botones de pago online

**Creación de nuevos destinos turísticos:** EL fortalecimiento de nuestro abanico de productos, es uno de los pilares fundamentales que ha caracterizado la innovación dentro de la empresa. Es por ello que, la búsqueda continua de aliados estratégicos en nuevos destinos a nivel mundial ha sido un logro conseguido en este periodo 2018, mismo que deberá ser mantenido en constante actualización. De esta manera se puede suplir de mejor manera la demanda de clientes, así como satisfacer sus necesidades de vacacionar.

**Alianzas estratégicas con tarifas fijas:** Hoy en día las negociaciones que ha conseguido la empresa, usando un modelo de tarifas fijas para todo un año calendario ha permitido que la empresa pueda continuar con su modelo de negocio de prepago de sus vacaciones. De esta manera, se puede asegurar que los costos previstos para las reservas de los clientes son correctos y que la empresa no tomará riesgos en cuanto a su estabilidad económica.

**Creación de un portal OTA para agencias:** El mundo cada vez se mueve hacia las soluciones tecnológicas y digitales. Es por ello que, pensando en la necesidad que





tienen algunas agencias de viajes por tener un portal en el cual permita obtener tarifas en tiempo real para vender un producto en específico. La empresa ha iniciado varios esfuerzos en cuanto a la generación de un portal para generar Online Travel Agency. A pesar, de que el proyecto de integración puede ser una tarea difícil para las personas del departamento de sistemas, la empresa diariamente hace varios esfuerzos para poder completar este proyecto y generar una nueva línea de negocio para la misma.

**Canalización de ventas mediante botones de pago online:** Es importante de manera paulatina migrar nuestro principal canal de ventas hacia soluciones digitales que permitan que los usuarios de Marketing VIP tengan una experiencia segura y confiable mediante un botón de pagos en nuestra página web. Esta implementación permitirá que los clientes no tengan que dictar sus datos de tarjeta de crédito al asesor, sino más bien que sus datos sean ingresados directamente por el usuario en la página web. Se ha tomado las precauciones del caso con los sistemas de seguridad de información para que esta información ingresada en internet no se vea vulnerada y la empresa no tenga compromisos desagradables con clientes.

## 5. Conclusiones

En base a los resultados obtenidos en el balance podemos notar que la empresa se encuentra en constante crecimiento, así como la realización de nuevos proyectos antes mencionados. Afortunadamente, gracias a la buena administración de los recursos económicos se ha obtenido balances en positivo, tal como se mencionó en el periodo anterior. Por otro lado, el surgimiento de nuevos proyectos permitirá que la organización crezca cada día más y que su misión y visión se cumpla en el mediano y largo plazo.

## 6. Agradecimiento

Como Gerente General, me siento muy complacida por la confianza entregada en mí para gerenciar este sueño hecho realidad. Sueño que por ya casi 4 años ha sido de total éxito y crecimiento tanto para la empresa como para el personal que labora en la misma.





Mi compromiso con esta compañía cada vez será más fuerte y con su apoyo diario en todas las funciones que cada uno realiza, nos augurará importantes beneficios no solo económicos, sino también personales y profesionales. Espero haber cumplido con todas sus expectativas que me han encomendado en esta gran responsabilidad. Su apoyo fue muy importante para culminar con todas las actividades que nos hemos propuesto, así como el desarrollo de nuevos proyectos. Mi compromiso con el mejoramiento continuo es latente, por lo tanto, el cambio y procesos de mejora siempre deberán primar en todas las áreas de nuestra organización. Esperamos mejorar día a día en todos los aspectos financieros y de servicio al cliente de nuestra empresa. Finalmente, estaré gustosa de desempeñar cualquier función que me sea encargada para el siguiente periodo.

Atentamente,

Tatiana Perugachi de Ramos  
Gerente General

## Referencias

Ministerio de Turismo. (2018). Turismo en cifras. Recuperado el 28 de marzo de 2019 desde: <https://servicios.turismo.gob.ec/index.php/turismo-cifras>

Ecuador, B. C. (2018). *LA ECONOMÍA ECUATORIANA CRECIÓ 3,8% EN EL TERCER TRIMESTRE DE 2017*. Quito.