



UNIVERSIDAD DE LAS AMÉRICAS
Laureate International Universities®

FACULTAD DE TURISMO Y HOSPITALIDAD

“OPERADORA TURÍSTICA CON RECORRIDOS EN CASAS RODANTES”

**Trabajo de titulación presentado en conformidad a los requisitos
establecidos para optar por el título de Tecnóloga
en Operación y Comercialización Turística**

Profesor Guía:

Ing. Verónica Beatriz Román Mosquera

Autor:

Cristina de los Ángeles Fuentes Constante

Año

2012

DECLARACIÓN PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con la estudiante, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

.....

Verónica Beatriz Román Mosquera

Ingeniera

C.I. 1707480297

DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes.

.....

Cristina de los Ángeles Fuentes Constante
C.I. 092356670-7

AGRADECIMIENTOS

A Dios todo poderoso y a la Santísima Virgen, por bendecirme en cada paso que di, por permitirme conocer la fe y el amor incondicional en mi vida siendo la fuerza que me impulsaba a seguir en esta meta que hoy alcanzo.

A mis padres Pedro y Cristina, esta meta alcanzada fue gracias a ustedes, sus consejos, apoyo y cariño brindado, desde mi infancia me ayudaron a tener la fortaleza que hoy en día tengo, les dedico de corazón todos mis logros.

A mi Novio, Juan Pablo, por estar a mi lado desde el inicio de mi tesis, por motivarme a seguir adelante, por darme todo el amor que me ha brindado y permitirme ser parte de su vida.

A la UNIVERSIDAD DE LAS AMERICAS por ser mi segunda casa, y darme todo el aprendizaje necesario para poder realizar esta investigación y la formación como futura profesional.

Muchas Gracias a todos.

ÍNDICE

CAPITULO I	1
1. Introducción	1
1.1. Delimitación del Tema	1
1.2. Planteamiento del problema	1
1.3. Justificación	2
1.4. Objetivos	2
1.4.1. General	2
1.4.2. Específicos	2
1.5. Marco Teórico	3
1.5.1. Marco Histórico	3
1.5.2. Marco Conceptual	3
1.5.3. Marco Legal	5
CAPITULO II ESTUDIO DE MERCADO	7
2. Investigación de Mercado	7
2.1. Metodología	7
2.2. Instrumentos y Fuentes	7
2.3. Hipótesis	8
2.4. Determinación y Tamaño de la Muestra	10
2.5. Cálculo de la Muestra	10
2.5.1. Aplicación de la Encuesta	11
2.5.2. Tabulación y procesamiento de la Información	15
2.5.3. Análisis y conclusiones	21

CAPITULO III PLAN DE MARKETING DEL PRODUCTO	22
3. Antecedentes del Plan de Marketing	22
3.1. Consumidor	22
3.2. Competencia	23
3.3. Distribución	23
3.4. Marketing Operativo	24
3.5. Análisis FODA	25
3.6. Unidades Estratégicas de Negocios (U.E.N)	27
3.6.1. Plan Estratégico	28
CAPITULO IV ESCENARIO CORPORATIVO	29
4. Filosofía Empresarial	29
4.1. Misión	29
4.2. Visión	29
4.3. Valores	29
4.4. Organigrama	30
4.4.1. Funciones	30
4.4.2. Logo, slogan, colores corporativos	31
CAPITULO V INGENIERÍA DEL PRODUCTO	32
5. Estudio Técnico	32
5.1. Capacidad Instalada	32
5.2. Logística	33
5.3. Servicios	33

CAPITULO VI VIABILIDAD FINANCIERA	53
6. Estudio Financiero	53
6.1. Inversiones Previstas para implantar el Proyecto	53
6.2. Financiamiento de la Inversión	55
6.3. Rol de pagos	55
6.4. Costos fijos	56
6.5. Costos Variables	58
6.6. Costo del producto	59
6.7. Proyección de Ventas	61
6.8. Depreciación y amortización	62
CAPITULO VII	63
7. Conclusiones y Recomendaciones	63
7.1. Conclusiones	63
7.2. Recomendaciones	63
REFERENCIAS	64
ANEXOS	66

CAPITULO I

1. Introducción

La empresa está enfocada a realizar rutas programadas en casas rodantes, con chofer-guía, dirigida a familias de cuatro personas, estudiantes o grupos, pudiendo ser estos nacionales o extranjeros, que estén interesados en conocer y explorar la fauna, flora, paisajes y gente, de la Sierra y Costa Ecuatoriana.

1.1. Delimitación del Tema

Establecer una operadora Turística con recorridos en casas rodantes con chofer-guía dirigidas a familias, grupos de estudiantes, siendo estos nacionales y extranjeros que estén interesados en conocer, observar la fauna, la flora, las culturas, las etnias y realizar turismo en la región interandina y la costa.

1.2. Planteamiento del Problema

A través de un sondeo realizado a un grupo de 30 personas en diferentes zonas, tanto en el Terminal Terrestre de Quitumbe y del Aeropuerto Mariscal Sucre de Quito, se obtuvo como resultado las siguientes problemáticas:

El escaso confort en vehículos para viajes terrestres, determinan que las personas desistan de viajar.

La inseguridad al momento de transportarse con los equipajes.

Al viajar en grupos grandes es necesario adecuarse a un solo itinerario para realizar las actividades, lo que causa inconformidad y pérdida de tiempo.

En temporada alta es difícil conseguir alojamiento.

1.3. Justificación

El presente proyecto se enfoca en las necesidades de las personas que buscan salir de la rutina normal y viajar en un medio de transporte personalizado cómodo y seguro.

Evitando los inconvenientes propios de utilizar los medios de transportes masivos y de conseguir hospedaje especialmente en días festivos y temporadas altas, con la libertad de paradas dentro de itinerarios propuestos.

Por lo consiguiente esta es una opción para viajar haciendo uso de un medio de transporte cómodo y adecuado, en donde además este incluido los servicios de alojamiento y guía, con el valor agregado de privacidad durante el viaje.

1.4. Objetivos

1.4.1. General

Diseñar y operar un sistema innovador en operaciones turísticas en cuanto al transporte, alojamiento y guía, en un solo producto combinado, con el fin de fomentar la visita turística y la satisfacción del visitante a través de rutas establecidas dentro del Ecuador.

1.4.2. Específicos

- Posicionar la marca de la empresa en el mercado turístico en el mediano plazo.
- Brindar siempre a los clientes - turistas servicios de calidad con eficiencia.
- Crecer económicamente como empresa.

1.5. Marco Teórico

1.5.1. Marco Histórico

La historia de las casas rodantes arrancó hace 75 años en Estados Unidos cuando se empezaron a vender remolques que se adaptaban a las grandes camionetas y que estaban perfectamente equipados para cumplir con las necesidades básicas de un hogar y con la capacidad de autoabastecerse de agua potable, calefacción, cocina y electricidad.

A partir de entonces se expandió una infraestructura que hizo posible que la gente pudiera viajar miles de kilómetros en plan de entretenimiento y que también sirvió de hogares temporales a las poblaciones flotantes que viajaban entre los diferentes estados en busca de trabajo. Esta misma forma de vida alcanzó a Europa y a América Latina. Países como Chile y Argentina, adoptaron estos medios de transporte como parte de paquetes turísticos que se ofrecen a locales y extranjeros.

En Ecuador no existe esta modalidad de transporte razón por la cual el presente proyecto está basado en la información de otros países en los que son muy comunes estos vehículos (Motor home).

1.5.2. Marco Conceptual

Los más importantes son:

Agencias de viajes operadoras.- Son aquellas que elaboran, organizan, operan; y, venden, de forma directa o a de otras agencias de viajes, paquetes turísticos. (Reglamento General de Actividades Turísticas, 2002).

Operación Turística.- Es la organización de viajes y visitas, turísticas. La misma que es realiza por personas naturales o jurídicas (Norma técnica operación turística Ecuador, 2010).

Paquete Turístico.- Es el producto que contiene dos o más servicios de carácter turístico (alojamiento, manutención y transporte), por el que se paga un solo precio.(Reglamento General de Actividades Turísticas, 2002).

Producto Turístico.- Es la unión de las partes tangibles e intangibles que incluye los bienes o servicios (Valls, 1996)

Circuito Turístico.- Actividad turística realizada a través de itinerarios establecidos. (Jordi Montaner Montejano, 2006)

Transporte Terrestre.-Es el medio por el cual se desplazan objetos o personas de un lugar a otro. (TruyolsMateu, Sebastián y Cendreno Agenjo, 2009)

Autobús.- Medio de transporte público destinado para el traslado de personas. (Espasa Calpe, 2005)

Casas Rodantes.- Son un servicio móvil que ofrece lugar un cómodo, personalizado y seguro para que la gente pueda tener un viaje o unas vacaciones, sin preocupaciones. (Motor home. 2009)

Aparcamiento.- Acción y efecto de aparcar. Urb. Lugar destinado al estacionamiento de vehículos en los centros urbanos y extraurbanos.(Larrouse, 2009)

Itinerario.-Documento en el cual se establecen lugares y horas determinadas para hacer un recorrido. (Gomes y G. Quijano, 2009)

Atractivo Turístico.- Es el conjunto de elementos tangibles e intangibles en un producto turístico (Gomes y G. Quijano, 2009)

Guía de Turismo.- Persona que tiene por misión informar, dirigir y orientar al turista. (Larrouse, 2009)

Guías-chofer.- Son los que además de conducir el ómnibus o automóvil proporcionan información turística. (Larrouse, 2009)

Ruta del Capac Ñan.- El Capac Ñan (quechua: Qhapaq Ñan, “Vía principal” o “El Camino del Señor” o “El Camino Andino Principal”), es el eje principal de la red viaria del Imperio Inca.

Ruta del Spondylus.- Es una vía a lo largo de la costa de Ecuador que se combinan elementos de la cultura del país, un viaje por la ruta del spondylus muestra la historia y la arqueología de las culturas precolombinas de Ecuador.

1.5.3. Marco Legal

Debido a que es un proyecto nuevo en cuanto a operación turística, porque combina transporte, alojamiento y guianza en un solo producto, no existe una ley o reglamento específico en el Ecuador actual pueda regirse, por esta razón se ha tomado como base para el Marco Legal, los capítulos referentes a cada una de estas actividades contenidos en el Reglamentos de la Ley de Turismo vigente.

Las Agencias de Viajes Operadoras: Se regirá a los artículos 79, 82, 89, 120,121 del reglamento general de actividades turísticas, los que determinan que deberá ser la empresa persona jurídica para prestar servicios y paquetes turísticos, directamente al cliente o por medio de agencias de viajes, y que está además en obligación de contratar únicamente guías que posean licencia profesional otorgada por el Ministerio de Turismo por cada 15 pasajeros o fracción de ellos.

Las guías profesionales de turismo: Se regirá a los artículos 118 y 119 del Reglamento General de Actividades Turísticas, donde manifiesta que son guías profesionales de turismo, las personas legalmente facultadas para dirigir uno o más turistas ya sean nacionales o extranjeros dentro del territorio nacional;

para ejercer esta actividad debe contar con la licencia otorgada por el Ministerio de Turismo.

Los guías están facultados para promover la defensa de los intereses de los turistas, suministrar información correcta, profesional y veraz, sobre el patrimonio turístico del Ecuador; y, atender y resolver los problemas que pudieran tener los turistas.

En cuanto a transporte turístico. Se regirá a los artículos 1 al 5, 7, 8, 19, 20 del Instructivo que regula el transporte terrestre turístico, donde se considerado transporte turístico al transporte de turistas en vehículos terrestres debidamente habilitados con los permisos otorgados por la Comisión Nacional de Transporte Terrestre Tránsito y Seguridad Vial y El Ministerio de Turismo; hacia lugares turísticos por un remuneración determinada. El servicio de transporte terrestre turístico deberá ser únicamente autorizado a personas jurídicas.

El transporte terrestre debe cumplir con las normas técnicas y control de calidad establecida, el servicio comercial de transporte turístico es únicamente a nivel nacional; las operadoras deben ser constituidas como personas jurídicas para prestación de servicio que se les es otorgado.

Los Art. 22, 23, 24, 26, 30, 31, 34, del instructivo que regula el transporte terrestre turístico establece que los vehículos por cuenta propia de empresas dedicadas al turismo deben prestar servicio solamente a los huéspedes de acuerdo a la autorización que otorga la Comisión Nacional de Tránsito al igual que deberán contar con las respectivas normas INEN, pólizas de seguros adicional al SOAT, todos los accesorios mínimos para la seguridad y confort de los pasajeros.

En cuanto al alojamiento. Tiene concordancia con el artículo 1 del reglamento de actividades turísticas, que dice que son establecimientos que proporcionan a personas alojamiento con o sin otros servicios; en este caso no hay ningún otro artículo en el cual basarse ya que es un producto nuevo en Ecuador.

CAPITULO II

ESTUDIO DE MERCADO

2. Investigación de Mercado

2.1. Metodología

Para la presente propuesta se establece aplicar las siguientes metodologías de investigación:

Investigación Exploratoria

El Proyecto a ponerse en marcha se enfocaría a la investigación directa del turista que realiza viajes, cortos o largos, en un medio de transporte terrestre.

Investigación Descriptiva

Para la investigación del mercado al cual la empresa se va a dirigir, se usará como método tanto a la investigación cualitativa, para tener en cuenta, cual es el perfil de nuestros consumidores como la investigación cuantitativa en la que se realizará encuestas que permita conocer la demanda potencial del producto propuesto en el presente proyecto.

2.2. Instrumentos y Fuentes

Son aquellos documentos que permitirán investigar la información necesaria para el proyecto estos son:

Fuentes Secundarias

- Textos: Libros de turismo
- Documentos: Reportajes turísticos
- Prensa: Diarios del país

Fuentes Primarias

- Grupos de personas: turistas, visitantes

Técnicas

Secundarias

- Fichas: Descriptivas de atractivos
- Observación: De los lugares a visitar en las rutas
- Estadísticas: Datos de cantidades de visitantes

Primarias

- Encuestas: Para aceptación del producto
- Entrevistas: Con las personas a cargo de los lugares de pernoctación

2.3. Hipótesis

¿Qué pasaría si nuestro producto y servicio llega a ser reconocido como pionero en el Ecuador?

La empresa crecería económicamente al tener mayores ingresos para adquirir más casas rodantes, de la misma manera se buscaría mejorar los servicios con los más altos estándares de calidad, cumpliendo con las expectativas del visitante y contribuyendo al desarrollo de los sitios y las comunidades visitadas.

¿Qué pasaría si al hacernos reconocidos como empresa no podemos cumplir con la oferta demandada?

Se buscaría la forma de obtener nuevas fuentes de financiamiento para aumentar la capacidad de oferta a través de adquirir más casas rodantes con los mismos estándares de calidad ofrecidos, para de esta forma poder cumplir con todas las expectativas de los clientes.

¿Qué pasaría si el servicio de transporte no es del gusto del turista?

El objetivo de la empresa sería descubrir cuáles son las deficiencias en la calidad de su oferta realizando una profunda revisión de las necesidades del mercado con lo que respecta a transporte para ejecución de viajes con circuitos programados y de esta forma poder cubrir las expectativas de nuestros clientes.

¿Qué pasaría si las rutas programadas que están establecidas, no cumplen con las expectativas del visitante?

La empresa realizaría un estudio profundo de las características de los sitios a visitar en las rutas dispuestas para operación para saber si son los suficientemente atractivos, una investigación a la competencia que trabaja en las mismas, para conocer el porqué de su éxito, y un análisis sobre si el número de días establecido para las rutas es el correcto.

De esta forma podrá determinar la deficiencia en los circuitos planificados para implementar nuevas alternativas que atraigan al mercado.

Conclusiones del Diagnóstico

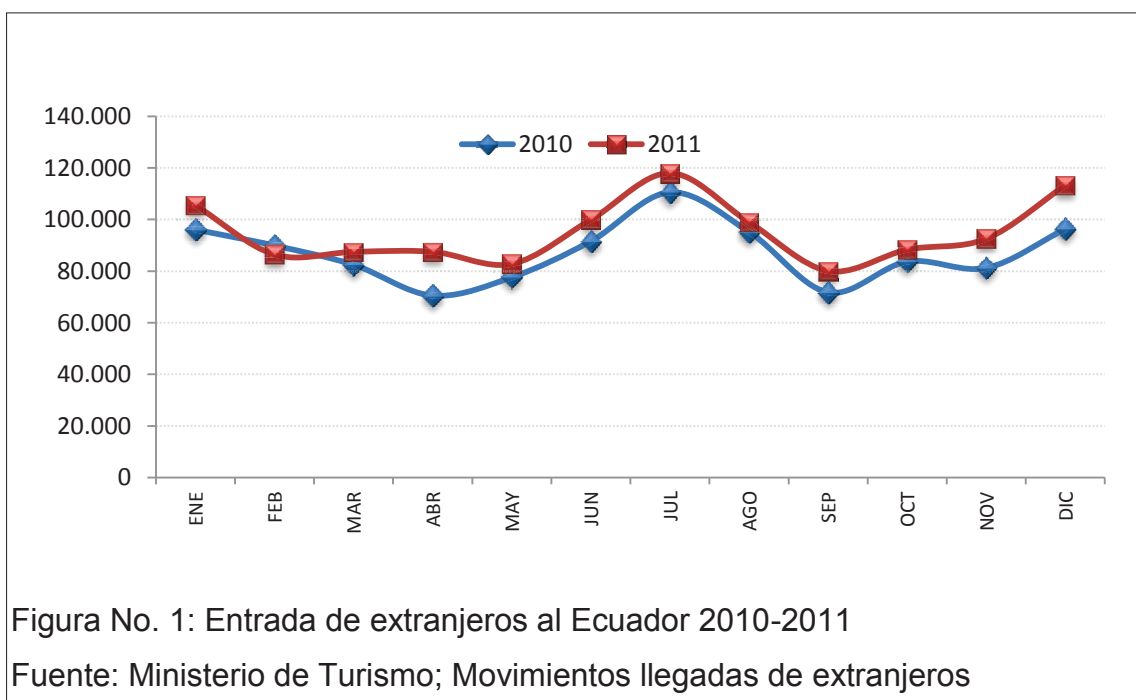
Con el propósito de liderar el mercado nacional y llegar a ser reconocidos a nivel internacional, la empresa deberá realizar un estudio acerca de las necesidades del mismo en Ecuador con lo que respecta a transporte para ejecución de viajes con rutas programadas, tanto largos como cortos, dando como resultado la planificación y elaboración de un producto que permita oportunamente con valor agregado y uso adecuado de los recursos, atender el mercado de transporte y circuitos turísticos con los más altos estándares de calidad, siendo de esta manera la única empresa en el país que pueda cubrir las necesidades que demanda un cliente con una oferta pionera en su área (producto combinado: turismo en casas rodantes.).

2.4. Determinación y Tamaño de la Muestra

Para el estudio del mercado del presente proyecto se hizo uso de los datos estadísticos del Ministerio de Turismo sobre el número de visitantes extranjeros que ingresaron al país durante los años 2010 y 2011.

Se analizó el número de extranjeros que ingresaron durante los años 2010 (1.047.098 visitantes) y 2011 (1.140.978 visitantes) para determinar en base a la tasa de crecimiento de un año al siguiente, el mercado potencial que el presente proyecto tiene. Así, entre el 2010 y el 2011 hubo un crecimiento del 8.97%, lo que permite concluir que la actividad turística crece en Ecuador.

Se tomó como universo para determinar la muestra del estudio de mercado del presente proyecto, los datos más recientes que corresponden al número de visitantes del año 2011.



2.5. Cálculo de la Muestra

Para el cálculo de la muestra se tomó la fórmula del autor Cesar Augusto Bernal, la misma que se reemplazó con los datos estadísticos del 2011

$$n = \frac{N \times Z^2 \times p \times q}{d^2 \times (N-1) + Z^2 \times p \times q}$$

N= Tamaño de la población

Z= Nivel de confianza

p= Probabilidad de éxito o proporción esperada

q= Probabilidad de fracaso

d= Precisión (Error máximo admisible en términos de proporción)

Población=1.140.978

Seguridad = 95%;

Precisión = 3%;

Proporción esperada = Asumiendo que puede ser próxima al 5%;
si no tuvieseninguna idea de dicha proporción se utilizaría el valor p
= 0.5 (50%) quemaximiza el tamaño muestra.

$$n = \frac{1.140.978 \times 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}{0.03^2 \times (1.140.978 - 1) + 1.96^2 \times 0.05 \times 0.95}$$

$$n = \frac{1.140.978 \times 3.92 \times 0.05 \times 0.95}{0.06 \times 1140977 \times 0.05 \times 0.95}$$

$$n = \frac{2,12.459,1}{3251,78}$$

$$n = 65,33$$

$$n = 65$$

2.5.1. Aplicación de la Encuesta

Una vez obtenida la muestra de 65 personas, se aplicó una encuesta para determinar si el producto de la empresa tendría acogida a través de las siguientes preguntas:

Encuesta

Nombre:

Género:

Edad:

Nacional:

Extranjero:

1. ¿Sale de vacaciones durante el año?

Sí

No

2. ¿Cuántos días duran sus vacaciones?

4

6

Más cuantos _____

3. ¿Con cuántas personas sale de vacaciones normalmente?

2

4

6

Más cuantos _____

4. ¿Cuándo sale de vacaciones, usa transporte interprovincial?

Sí

No

¿Por qué? _____

5. ¿Cómo califica al transporte interprovincial en el país?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- Pésimo

6. ¿Cada cuánto tiempo realiza viajes por vacaciones en transporte terrestre?

- Semanal
- Mensual
- Trimestral
- Semestral

7. ¿Cuándo viaja por vacaciones en transporte terrestre, cómo lo califica en cuanto a comodidad y seguridad?

- Excelente
- Bueno
- Regular
- Malo
- Pésimo

8. ¿Se le han perdido pertenencias en el hotel o transporte al momento de realizar sus viajes?

Sí No

9. ¿Realiza sus viajes mediante paquetes turísticos comprados a agencias de viajes?

Sí No

¿Por qué? _____

10. ¿Si le ofrecieran un servicio de transporte con alojamiento en casas rodantes Usted lo utilizaría?

Sí

No

¿Por qué? _____

11. ¿Le gustaría prepara su comida en el viaje o solo preferiría tener un microondas y mini nevera?

Cocinar Microondas y mini nevera

¿Por qué? _____

12. ¿Estaría de acuerdo en tener recorridos establecidos durante el viaje en la casa rodante?

Sí No

¿Por qué? _____

13. ¿Si se ofrece un paquete a la Costa y uno a la Sierra, cuál escogería Usted?

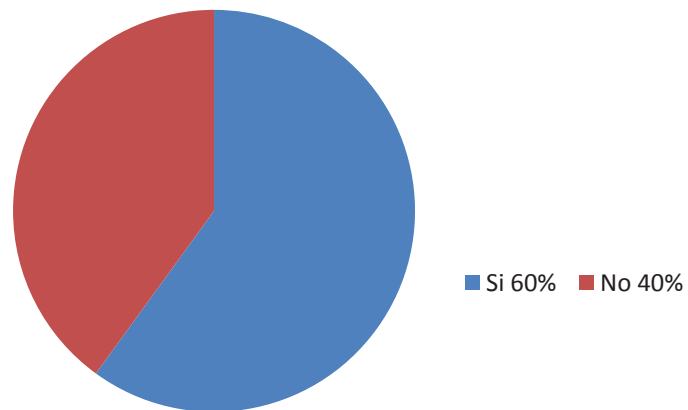
Costa Sierra

¿Por qué? _____

2.5.2. Tabulación y procesamiento de la Información

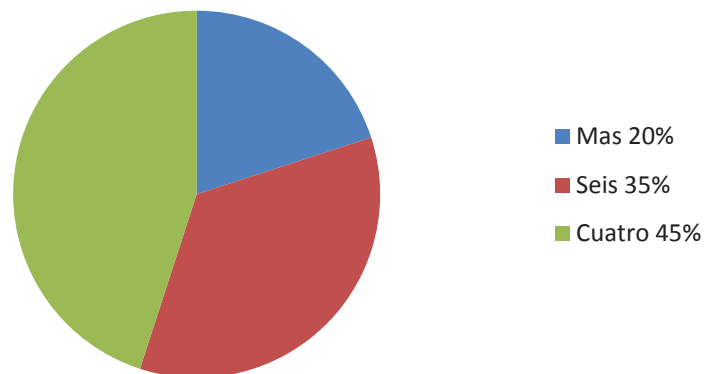
Al realizar la encuesta se obtuvo los siguientes resultados:

1. ¿Sale de vacaciones durante el año?



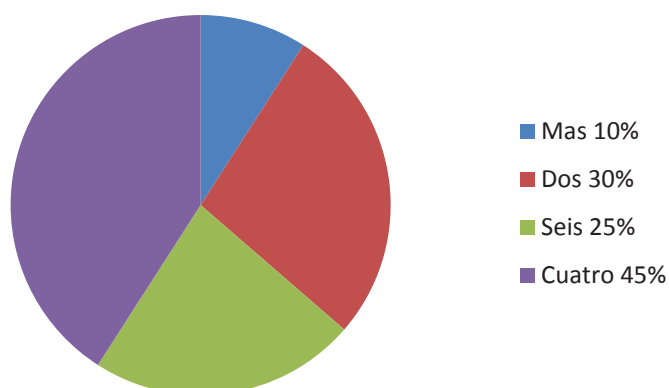
Conclusión: Más del 50% de personas encuestadas contestaron que salen de viaje durante el año.

2. ¿Cuántos días duran sus vacaciones?



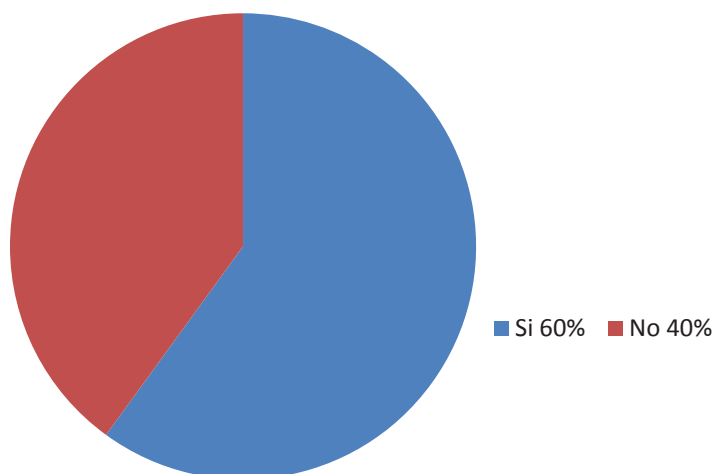
Conclusión: Se observa que el 45% de personas viajan cuatro días.

3. ¿Con cuántas personas sale de vacaciones normalmente?



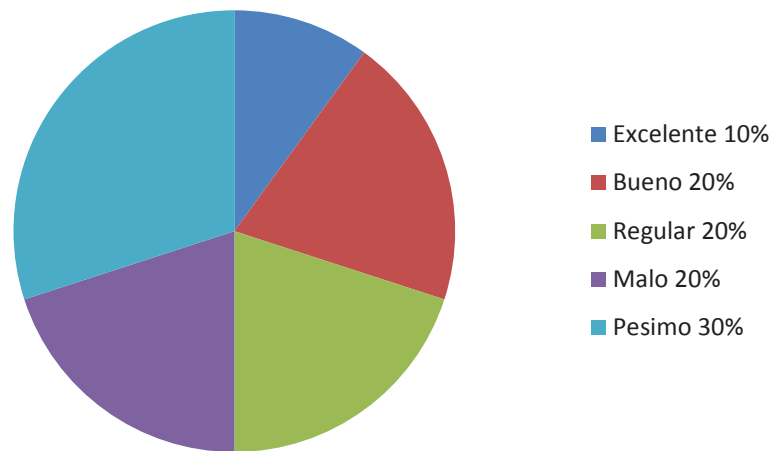
Conclusión: De acuerdo a los resultados el 45% de personas que salen de vacaciones viajan en grupos de 4 personas.

4. ¿Cuándo sale de vacaciones, usa transporte interprovincial?



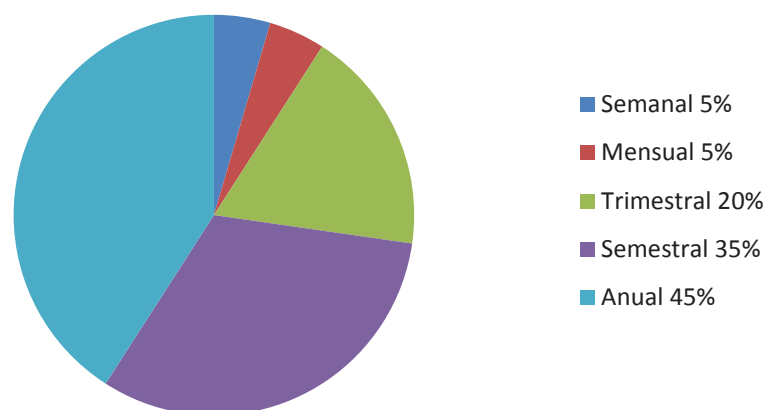
Conclusión: Se observamos que el 60% de personas viajan en transporte terrestre cuando salen de vacaciones.

5. ¿Cómo califica al transporte interprovincial en el país?



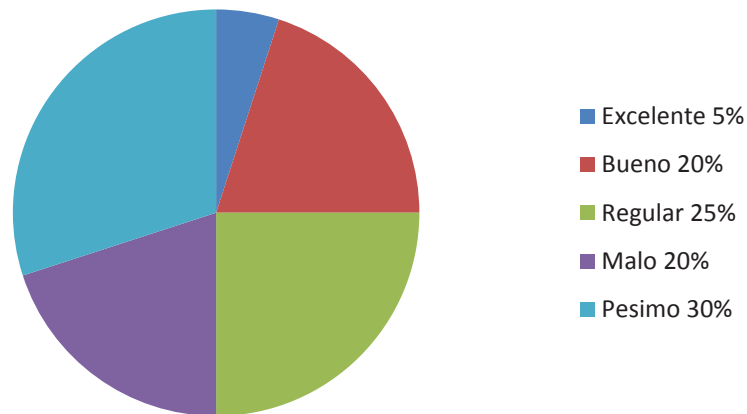
Conclusión: Del 100% se puede ver que el transporte aquí se encuentra establecido dentro de las categorías más bajas que van desde pésimo con un 30% a bueno con un 20%.

6. ¿Cada cuánto tiempo realiza viajes en transporte terrestre?



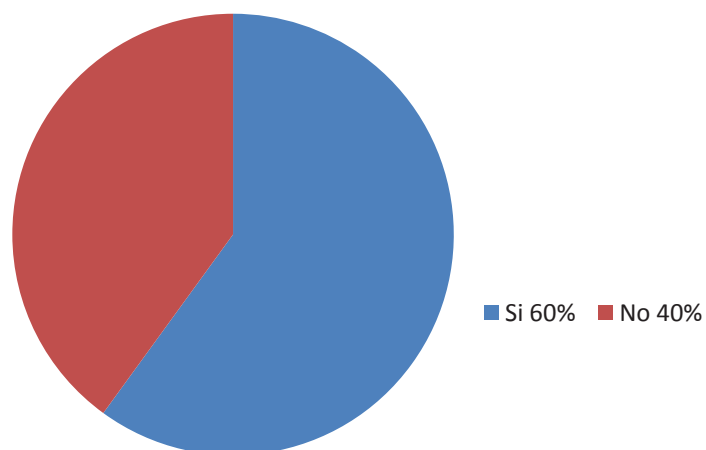
Conclusión: De acuerdo al resultado se observa que el 45% de personas viajan anualmente.

7. ¿Cuándo viaja por vacaciones en transporte terrestre, cómo lo califica en cuanto a comodidad y seguridad?



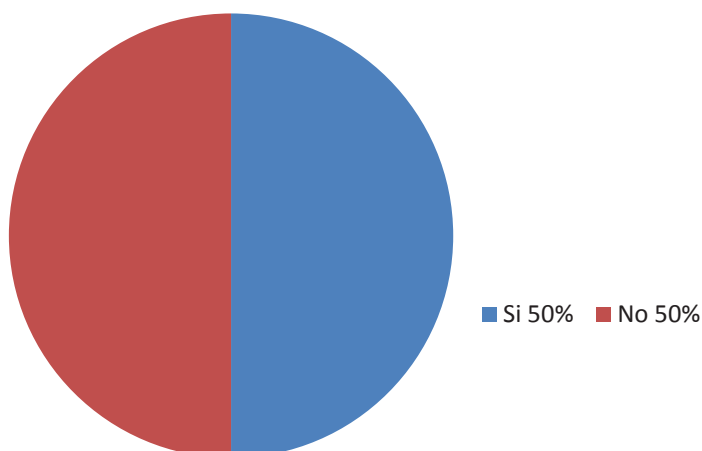
Conclusión: El resultado obtenido demuestra que el transporte se encuentra nuevamente establecido dentro de las categorías más bajas.

8. ¿Se le han perdido pertenencias en el hotel o transporte al momento de realizar sus viajes?



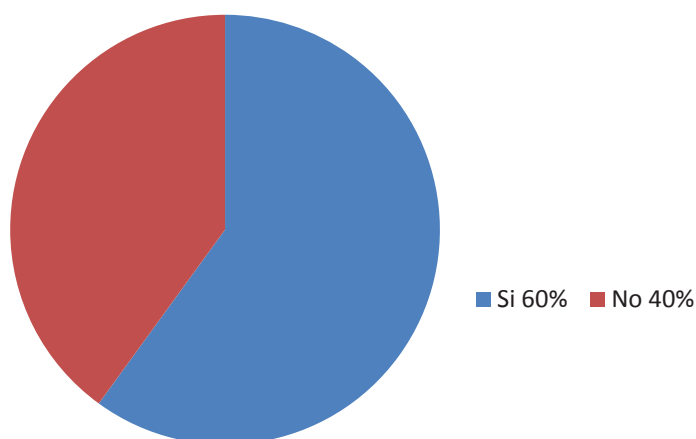
Conclusión: De acuerdo al resultado se obtuvo que del 100% de personas encuestadas un 60% casi siempre pierdan algún tipo de equipaje en sus viajes.

9. ¿Realiza sus viajes mediante paquetes turísticos comprados a agencias de viajes?



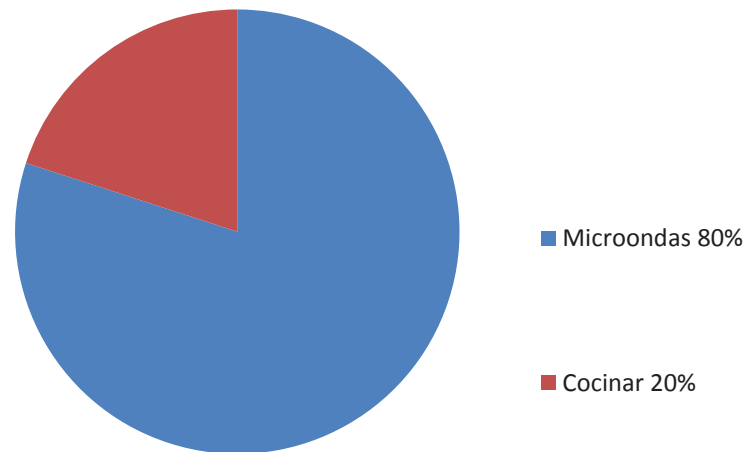
Conclusión: Con el resultado obtenido se observa que al 50% de personas si les gusta viajar con paquetes ya establecidos y el otro 50% de personas viajan por cuenta propia.

10. ¿Si le ofrecieran un servicio de transporte con alojamiento en casas rodantes Usted lo utilizaría?



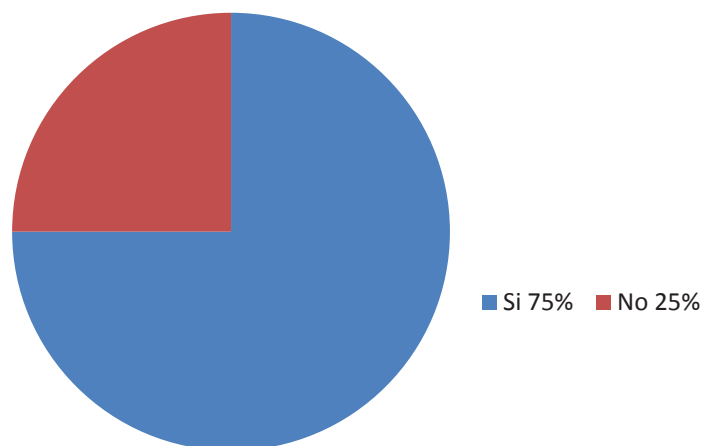
Conclusión: Frente al a propuesta de utilizar un servicio de transporte que incluya alojamiento se obtuvo como resultado que al 60% de personas si les gustaría viajar en casas rodantes.

11. ¿Le gustaría preparar su comida en el viaje o solo preferiría tener un microondas y mini nevera?



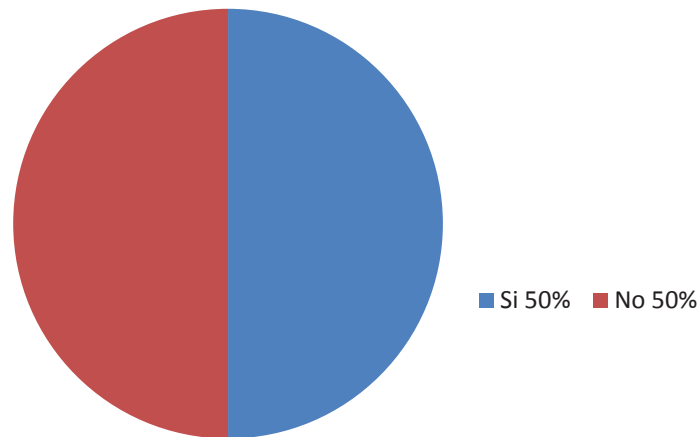
Conclusión: El 80% de personas prefiere la comodidad al momento de manejar alimentos antes que tener que cocinar por lo que prefieren tener microondas y mini nevera.

12. ¿Estaría de acuerdo en tener recorridos establecidos durante el viaje en la casa rodante?



Conclusión: Al 75% de personas les gusta la idea de viajes en casas rodantes con recorridos ya establecidos, por lo que podemos concluir que la propuesta de la presente tesis si tendría mercado.

13. Si se ofrece un paquete a la Costa y uno a la Sierra, cuál escogería Usted?



Conclusión: De acuerdo a los resultados obtenidos se observa que las dos rutas tendrían gran acogida.

2.5.3. Análisis y conclusiones

Conclusión General de la Encuesta

En base a los resultados de cada pregunta se obtuvo la siguiente conclusión general para este producto: Debido a que las personas viajan por medio de transporte terrestre al momento de salir de vacaciones a la costa o sierra, daría como resultado la aceptación de este producto que posee varios servicios dentro del mismo, como transporte, alojamiento y guianza con los más altos estándares de calidad. Siendo esta empresa pionera en el Ecuador, cubriendo las necesidades que demanda un cliente en un mismo lugar y producto.

CAPITULO III

PLAN DE MARKETING DEL PRODUCTO

3. Antecedentes del Plan de Marketing

3.1 Consumidor

Mercado Consumidor

Segmentación de Mercado

El mercado meta de la empresa está enfocado de acuerdo a la capacidad de las casa rodantes que son para cuatro personas, pudiendo ser grupos familiares o de amigos, ya sean nacionales o extranjeros, que estén dispuestos a explorar dos regiones del Ecuador en rutas establecidas, con los estándares de calidad, comodidad y confort que posee una casa rodante.

De acuerdo al resultado del cálculo del producto el servicio estaría enfocado a personas de un nivel económico medio – medio – alto y alto.

Los Consumidores por Variables Sicológicas

El consumidor al cual estaría enfocada la empresa sería un segmento de mercado que al momento de realizar viajes, corto o largos, en un medio de transporte terrestre, demande un mejor estilo de viaje de una manera cómoda y placentera buscando que todas sus necesidades y expectativas sean cubiertas durante su desplazamiento.

La empresa se enfoca en personas que buscan salir de la rutina normal y buscan viajar en un medio de transporte cómodo, sin pasar las características molestias del transporte y el hospedaje, con todas las seguridades del caso.

Por ser una opción nueva de transporte habría una gran acogida de nuestro producto propuesto en el presente proyecto, ya que por simple curiosidad o moda al principio las personas optarían por probar viajar para probarlo.

3.2. Competencia

Mercado Competidor

Mercado Competidor Directo

Para el tipo de producto propuesto en el presente proyecto, no existe competencia directa en el mercado debido a que en el país no opera hasta el presente momento ninguna empresa que ofrezca turismo en casas rodantes.

Mercado Competidor Indirecto

En el país la empresa sería pionera en la operación de turismo en Casas Rodantes con circuitos turísticos, careciendo de competencia en un principio o al menos hasta posicionarse como marca en el mercado.

Sin embargo, la empresa contaría con competencia indirecta como son agencias de viales mayoristas, minoristas que ofrecen servicios similares en las rutas, propuestas por este proyecto, a través de la operación de paquetes turísticos que incluyen hospedaje y transporte, guianza y actividades.

3.3. Distribución

Mercado Distribuidor

La empresa hará uso de varios mecanismos de distribución tanto directa como indirecta:

- Para publicarse realizará convenios con compañías de publicidad (prensa, televisión, radio, etc.) con las cuales se harían canjes de producto por publicidad.
- Contará con página web y hará uso de los espacios en redes sociales con el fin de llegar a más personas.
- Establecerá contactos comerciales tanto dentro como fuera del país, con agencias de viajes minoristas y mayoristas, que directamente se haría cargo de la venta del producto.
- Comercializará además a través de agentes asesores de ventas que se encargarían de visitar a empresas y organismos que se perfilen como posibles contratantes de los servicios.

3.4. Marketing Operativo

Producto

1. Producto Principal

El producto principal sería la comodidad, privacidad, seguridad y confort que los usuarios tendrán en el servicio combinado de alojamiento, transporte y guianza, para recorrer los mejores atractivos del Ecuador, tanto en la Costa como en la Sierra en un vehículo equipado para proveer (los servicios de alojamiento, transporte y guianza).

2. Productos Auxiliares

Los Productos que ayudan a que la empresa pueda cumplir con el producto principal ofrecido son el equipamiento que poseen las Casas Rodantes (baño, dormitorio, zona de preparación de alimentos, botiquín), chofer-guía y las rutas que ya están establecidas hacia el Austro y Costa del país.

3. Productos de Apoyo

Los sitios establecidos en los circuitos que se ofrece al usuario cuentan con atractivos naturales, históricos y culturales, los cuales complementan al producto del que hacen uso.

4. Producto Aumentado

La empresa ofrece a nuestros clientes como forma de garantía para su seguridad, un profesional chofer-guía apropiadamente capacitado con todos los documentos que requiere para guianza y manejo de autobús, cada una de las casas rodantes cuenta con GPS, además de un seguro de vida, con lo cual los usuarios se puedan sentir con toda la confianza de realizar un viaje.

3.5. Análisis FODA

Fortalezas

- Es una idea pionera dentro de Quito y en especial de Ecuador, en cuanto a operación turística por medio de casas rodantes que cuentan con todas las comodidades que demanda el cliente al momento de realizar viajes ya que combinamos varios servicios en un mismo bien.
- El servicio es privado, personalizado, no tiene competencia directa.
- El producto cuenta con recursos técnicos de alta calidad, con vehículos en perfecto estado con GPS y debidamente asegurados.
- La empresa cuenta con un personal adecuadamente capacitado y muy bien motivado en lo que respecta a guianza y manejo de las Casas Rodantes para la adecuada seguridad de los usuarios.
- La empresa aplicara monitoreos de satisfacción.

Oportunidades

- El perfil del cliente al cual enfoca la empresa corresponde a personas con la capacidad económica para hacer uso de los servicios ofertados (clase media alta y alta).
- Mejores formas de mercadearse a nivel de Ecuador y del mundo.
- Es un producto nuevo y diferente en el país, por lo que no hay competencia.
- Creación de un sistema en el que además de sentirse como en casa, el cliente pueda realizar rutas ya establecidas por el Ministerio de Turismo y disfrutar de lo que ofrece nuestro país.
- Es más cómodo viajar vía terrestre por la adecuación vial que posee en este momento el país.
- La promoción turística del país a nivel mundial es de gran ayuda, ya que cada día llegan más turistas al país.

Debilidades

- Por ser un producto nuevo no se encuentra posicionado en el mercado.
- Se empezara con dos Casas Rodantes y se podría necesitar más.
- Se necesitaría una inversión más grande en caso de requerir aumentar la capacidad de operación, es decir, adquirir más casas rodantes para poder atender a la demanda.
- El mantenimiento de los vehículos podría ser costoso, en especial al momento de necesitar cambiar alguna pieza.

Amenazas

- La competencia indirecta de empresas más fuertes ya posicionadas en especial con la ruta a la costa.
- Aparición de competencia al notar que el producto de la empresa tiene una gran demanda
- Alza de precios e impuestos en la importación de las Casas Rodantes.
- El incremento de los repuestos y del mantenimiento de las Casas Rodantes
- Por causa de desastres naturales (deslaves, inundaciones etc.), impidan el normal desenvolvimiento de la operación turística.
- No existe legislación aplicable directamente para este tipo de producto.

3.6. Unidades Estratégicas de Negocios (U.E.N)

Análisis de la Cartera de Negocios

Producto Estrella

Circuitos turísticos en casas rodantes.

Producto Vaca Lechera

Circuito turístico Ruta del Spondylus.

Producto Incógnita

Circuitos turísticos en diferentes rutas en el país: por provincias, fiestas tradicionales, etc.

Producto Perro

Circuito turístico Capac Ñan.

3.6.1. Plan Estratégico

1. Liderazgo General en Costos

Los costos con los que se iniciará la comercialización en el mercado en un inicio estarán basados en la acogida que exista dentro del nicho al que la empresa se enfoca.

Del éxito o fracaso en la acogida debido al costo, se aplicaran las medidas necesarias para mantenerlo o bajarlo, y de esta manera volverse competitivos.

2. Estrategia de Diferenciación

La empresa ofrece un producto único en el mercado dentro del Ecuador, debido que no existe hasta el momento la operación de este tipo de turismo en Casas Rodantes, lo que le pondría en ventaja frente a competencias similares, que no estarían al nivel de su oferta por no proveer un producto combinado de transporte, alojamiento y guía en uno solo.

3. Concentración o Enfoque de Especialista

La empresa estaría dirigida directamente a un segmento de la población que dedique su tiempo a realizar viajes en transporte terrestre, y que además tenga por objetivo conocer el país.

CAPITULO IV

ESCENARIO CORPORATIVO

4. Filosofía Empresarial

4.1. Misión

Proporcionar un tours que cubra las necesidades, privacidad y comodidad que requieren los turistas, con un equipo entusiasta y multilingüe con educación multidisciplinaria, asegurando cada detalle de sus vacaciones para que sean de la más alta calidad y satisfacción.

4.2. Visión

Liderar el mercado a través de una nueva forma de hacer turismo en nuestro país.

4.3. Valores

Respeto: Trato justo, digno y tolerante, valorando las ideas y acciones de las personas.

Honestidad: Gestionar de manera transparente y sincera los recursos de la empresa, con sentido de equidad y justicia.

Responsabilidad: Cumplir en forma oportuna, eficiente y con calidad los deberes y obligaciones para el logro de los objetivos y metas planteadas.

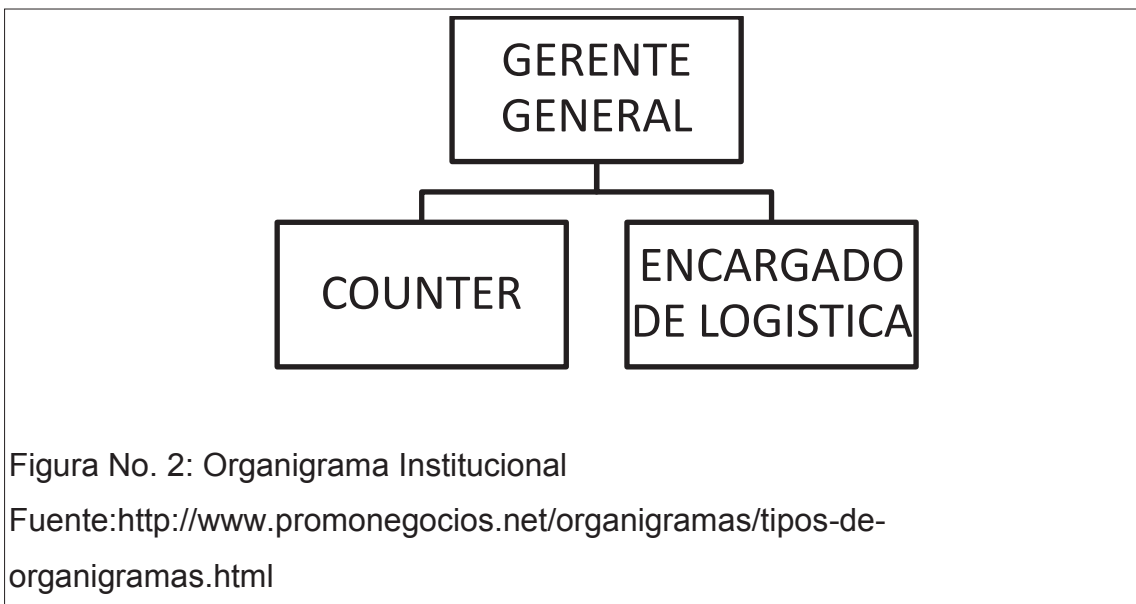
Humanismo: Valoración de la condición humana, en la convivencia solidaria, sensibilidad ante las dificultades, necesidades y carencias de los demás.

Compromiso: Disposición de los trabajadores y la organización para cumplir los acuerdos, metas, objetivos y lineamientos establecidos.

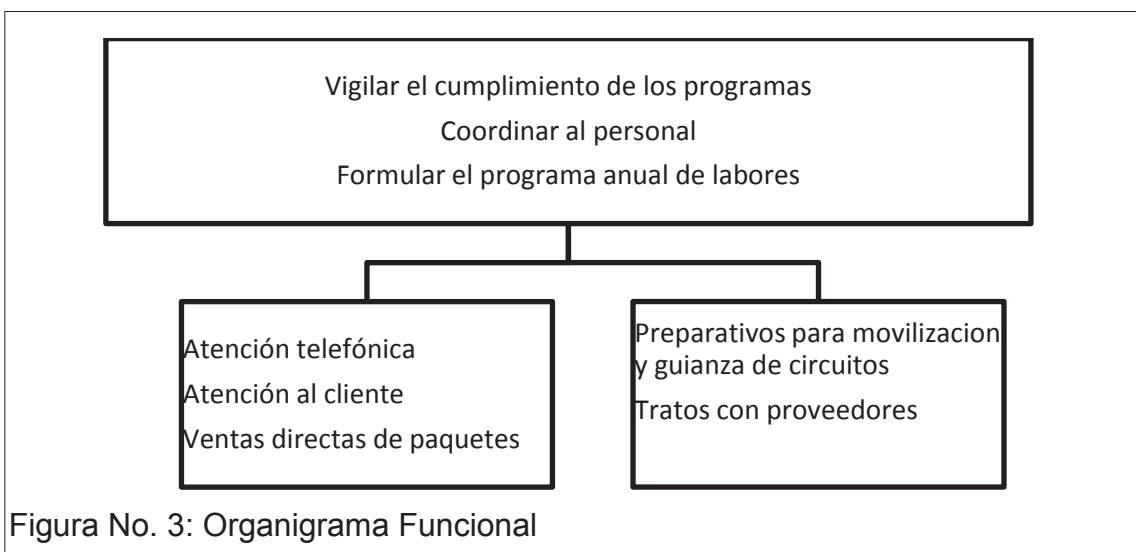
Solidaridad: Actitud permanente y espontánea de apoyo y colaboración para contribuir a la solución de situaciones que afectan a las personas.

Humildad: Capacidad de reconocer y aceptar las fortalezas y debilidades, expresadas en la sencillez de los trabajadores, que permita la apertura al crecimiento humano y Organizacional.

4.4. Organigrama



4.4.1. Funciones



4.4.2 Logo, Slogan, Colores Corporativos

Marca



Figura No. 4: Logotipo y Nombre de la Empresa

Envase: Parte tangible del producto.



Figura No. 5: Envase del producto

Fuente: 2012 Motor home ELKAN MOBILHOMERV.pdf

CAPITULO V

INGENIERÍA DEL PRODUCTO

5. Estudio Técnico

5.1. Capacidad Instalada

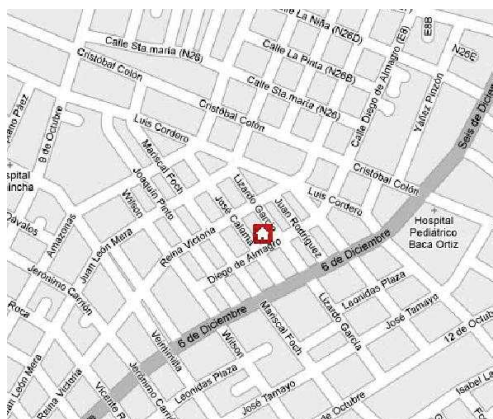
Ubicación Geográfica

El proyecto de Casas Rodantes con rutas especializadas, se desarrollará en la Provincia de Pichincha, Cantón Quito, Parroquia Mariscal Sucre, Sector La Mariscal, Calles Lizardo García y Diego de Almagro (Oficinas principales) y en la parroquia de Chillogallo, Sector El Beaterio, Av. Maldonado y Calle La Cocha. (Parqueadero)

Quito – Ecuador



La Mariscal



El Beaterio



5.2. Logística

Las oficinas en donde será atendido el turista, se encuentran en las Calles Lizardo García y Diego de Almagro limitan: al Norte con la Calle Luis Cordero, al Sur con la Calle Calama, al Este con la Av. 6 de Diciembre y al Oeste con la Calle Reina Victoria.

El parqueadero de las casas rodantes, se encuentra en la Av. Maldonado y Calle La Cocha limita: al Norte con la Calle Salvador Allende, al Sur con la Calle Segura, al Este Fabrica Minerva y al Oeste Centro Educativo Gran Bretaña.

5.3. Servicios

Definición del Producto - Casas Rodantes

La Casa Rodante es un servicio móvil con un Chofer Guía quien es el responsable de la conducción del mismo, así como la guianza de la ruta previamente establecida, además ofrece un lugar para dormir, cómodo y un ambiente agradable.

En su interior contiene lavabo, regadera, inodoro, calentador de agua, calefactor y termostato, fregadero de la cocina, microondas, mini nevera, dos camas y un sofá cama.

No pueden exceder su medida de 9 mts de largo, 3.00 mts de ancho y 3.50 mts de alto. Las Casas Rodantes serán medidas desde la punta del tiro, en caso que no sea desmontable, hasta el parachoques posterior.

Se encuentran totalmente pintadas de color blanco o beige hueso y los adornos de color no exceden el 20% del total de la pintura de la unidad.

Los requisitos para desarrollar el proyecto son básicos: un chasis auto portante de bus intermunicipal, que tenga un motor de mínimo

360 caballos de potencia y que cuente con suspensión neumática, que en el caso de este prototipo es Hyundai.

Lo primero es necesario para que sea capaz de mantener la estructura de la casa rodante y que se pueda alargar en el centro para poder ubicar una planta eléctrica de diesel, un tanque de agua potable de 235 litros, otro de aguas grises de 130 y uno más de aguas negras de 145. Lo segundo, para que sea capaz de moverse sin problemas por cualquier ruta, ya que la adecuación de la casa implica entre un 20 y un 30 por ciento más de peso que un bus tradicional y el último, para brindar el máximo confort a los ocupantes durante el recorrido.

En lo que respecta a sistemas y comodidad la casa rodante contiene:

Transmisión de 4 velocidades con sobre marcha, control de velocidad de crucero de fábrica, dirección hidráulica y frenos, aire acondicionado en la cabina, Aire en el techo de fábrica – por conducto, generador, batería auxiliar, radio AM/FM con casete o CD, Iluminación interior de 12V.

DIANÓSTICO TURÍSTICO

Tabla 1

Itinerario Nariz del Diablo y el Austro Ecuatoriano

Duración: 4 días

DIA	HORA	ACTIVIDAD
Día 1	07H00	-Salida desde la ciudad de Quito
	09H00	-Visita Área de recreación – Boliche
	11H30	-Llegada a Ambato “Visita a las Quintas”
	13H00	-Almuerzo “Pinillo”
	14H00	-Chimborazo “Primer Refugio”
	18H00	-Llegada ciudad de Riobamba
	20H00	-Cena
	21H00	- City By Nigth
Día 2	04H00	-Levantarse
	05H00	- Salida a la Estación del Tren (box lunch)
	07H00	-Salida en el tren a la Nariz del Diablo
	14H00	- Almuerzo Alausi
	20H00	- Llegada ciudad de Cuenca
	21H00	- Cena y Descanso
Día 3	07H00	-Levantarse
	08H00	- Desayuno
	09h00	- Salida a las Ruinas de Ingapirca
	11H00	-Vista Ruinas de Ingapirca
	14H00	- Almuerzo
	15H00	- Salida Azogues
	16H00	-Visita Biblian
	18H00	- Regreso a la ciudad de Cuenca
	19H00	- Llegada y cena en Cuenca
	20H00	- Salida por la ciudad en la chiva hasta el mirador llegando al mirador de Turi
22H00	- Retorno y Descanso	
Día 4	07H00	-Levantarse
	08H00	-Desayuno
	09H00	-Salida a Gualaceo
	10H00	-Visita Gualaceo (artesanías y plantaciones de orquídeas)
	12H00	-Almuerzo
	13H00	- Retorno a Quito

Mapas de Ubicación de la Ruta



Figura No. 6

Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?q=mapa+tur%C3%ADstico+de+ecuador&hl=es&sa=X&tbm=isch&prmd=imvns&tbnid=GCd5YhtJ0J2rkM:&imgrefurl=http://jemstourexplora.com>

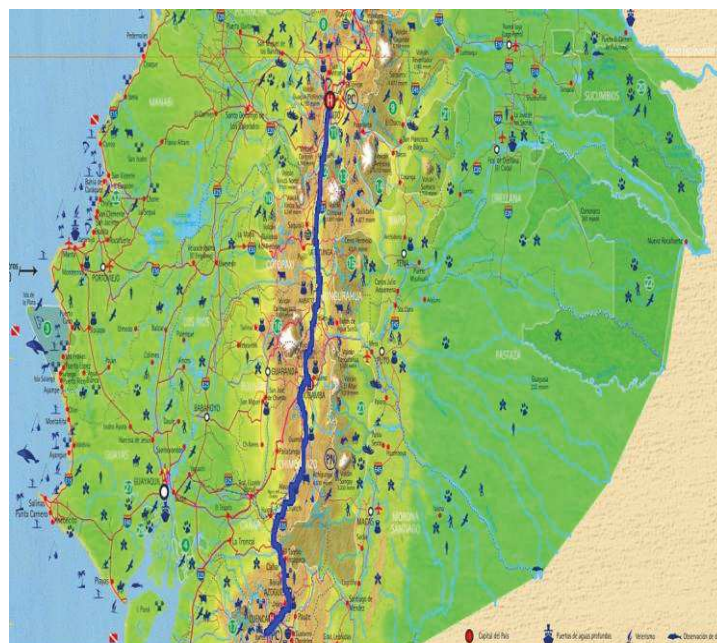


Figura No. 7

Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?q=mapa+tur%C3%ADstico+de+ecuador&hl=es&sa=X&tbm=isch&prmd=imvns&tbnid=GCd5YhtJ0J2rkM:&imgrefurl=http://jemstourexplora.com>

Tabla No. 2**FICHA DESCRIPTIVA EL BOLICHE****Ubicación**

Se encuentra ubicado junto al Parque Nacional Cotopaxi, en la parroquia de Mulalo, a 27 km. de Machachi y 44 km. de Latacunga.

Extensión

Extiende sobre una superficie de 990 Ha. y posee la infraestructura turística básica.

Clima

Su clima es frío de alto andino, la temperatura fluctúa de 0 a 16 grados centígrados. La zona se encuentra bañada por los ríos Cutuchi, Daule, riachuelos y otras corrientes menores.

Flora

En el Área de Recreación el Boliche se distinguen 2 zonas de vida: Bosque húmedo Montano y Bosque muy húmedo.



Fuente: <http://www.viajandox.com/cotopaxi/area-recreacional-el-boliche-latacunga.htm>

Tabla No. 3**FICHA DESCRIPTIVA AMBATO**

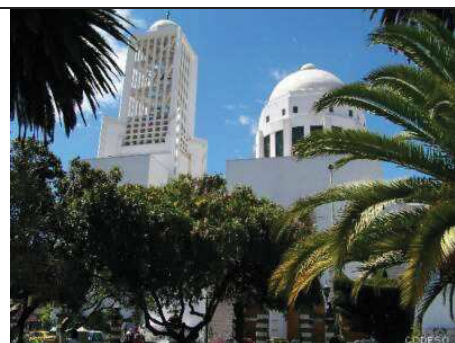
Capital de la provincia de Tungurahua, Es también conocida como "Ciudad de las Flores y de las Frutas", "Cuna de los Tres Juanes", " Fénix del Ecuador" "Ciudad Cosmopolita" y "Jardín del Ecuador".

Temperatura**Atractivos Turísticos**

La Quinta de Mera, La Quinta de Luis A. Martínez, Cevallos, Mocha, Patate, Pelileo, Píllaro, Quero, Tisaleo,

Fiestas de Importancia

La Fiesta de las Flores y las Frutas



Fuente: : <http://www.viajandox.com/ambato.htm>

Tabla No. 4**FICHA DESCRIPTIVA CHIMBORAZO**

La Reserva de Producción Faunística Chimborazo tiene una superficie de 58.560 hectáreas. El volcán más alto del mundo (medido desde el centro de la tierra), el Chimborazo con 6.310 metros, forma parte de la reserva.

**Flora y Fauna**

La fauna sobresaliente es típica del páramo, ciervos enanos, lobos, pequeños conejos y ratas; mucho más esporádicas son algunas llamas silvestres que aún deambulan por la zona y se consideran en grave peligro de extinción. La avifauna incluye como exponentes sobresalientes al cóndor de los Andes, el colibrí conocido como estrella ecuatoriana. Mucho más abundante es el curiquingue.

Fuente: <http://www.viajandox.com/chimborazo.htm>

Tabla No. 5**FICHA DESCRIPTIVA RIOBAMBA**

Es la capital de la provincia de Chimborazo, con diferentes ferias y casas y edificios hermosos. Desde Riobamba se puede realizar diferentes excursiones: visitar el Parque Nacional Sangay, comprar alfombras en Guano o visitar las lagunas que se encuentran en la provincia.



Flora: Se cultiva en gran escala: cebada, fréjol, habas, maíz, chochos, quinua; tubérculos como papas, oca y melloco; legumbres como col, lechuga, coliflor y brócoli; variedad de frutales como durazno, pera, albaricoque, manzana, membrillo, tomate, capulí, taxo, nuez e higos. Abundan los nopales que producen tunas y cactus que son muy apetecibles en la costa.

Fuente: <http://www.viajandox.com/chimborazo.htm>

Tabla No. 6**FICHA DESCRIPTIVA NARIZ DEL DIABLO**

Llamado alguna vez "el ferrocarril más difícil del mundo". Es una majestuosa obra de ingeniería, única en el mundo, ubicada a 2346 m.s.n.m. por su forma peculiar en zig-zag que alcanza una altura de 1900 m.s.n.m. enroscadas como gigantescas serpientes duermen



las inquietas y encantadoras rieles que un día formaron parte sistema ferroviario más extenso del Ecuador. Este tren parte de Riobamba, pasa por Guamote y Alausí y desciende por "la Nariz del Diablo"- una pared de roca muy empinada - a la zona tropical de la costa ecuatoriana, llegando finalmente a Guayaquil.

Fuente: <http://www.viajandox.com/chimborazo/tren-nariz-diablo-alausi.htm>

Tabla No. 7**FICHA DESCRIPTIVA ALAUSI**

Alausí se localiza al sur de la provincia. Alausí tiene una población indígena descendiente, en su mayoría, de mitimáes Coyas de las riveras del Titicaca.



Actividad Productiva La Agricultura

es la principal fuente de riqueza, en las diferentes haciendas se cultivan variedad de productos.

Atractivos Turísticos Desierto de Palmira, Tren-Ferrocarril

Fuente: <http://www.viajandox.com/chimborazo/alausi.htm>

Tabla No. 8**FICHA DESCRIPTIVA CUENCA**

Cuenca, considerada una de las ciudades más bellas del Ecuador, por su arquitectura colonial y republicana, es cuna de intelectuales, hombres de ciencia, arte y artesanos que forjaron el desarrollo de la ciudad y la provincia. Es por eso que cuando decimos Cuenca, recordamos a la ciudad famosa por su artesanía, o las joyas de oro y plata.



Clima Templado y seco

Temperatura Promedio entre 13°C y 20°C, al medio día 25°C

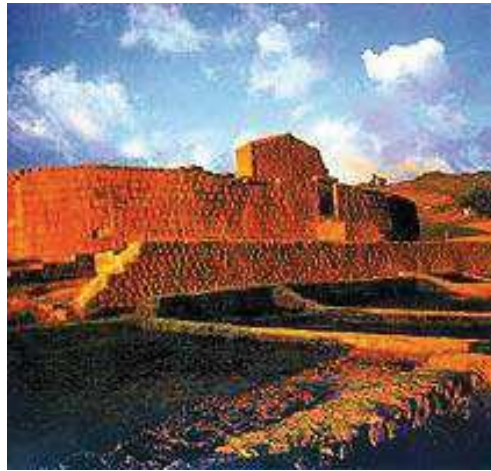
Altitud 2535m

Atractivos Turísticos Ruinas de Ingapirca, El Parque Nacional El Cajas, Chordeleg, Gualaceo, Sigsig.

Fuente: <http://www.viajandox.com/azuay/cuenca-canton.htm>

Tabla No. 9**FICHA DESCRIPTIVA RUINAS DE INGAPIRCA**

Se encuentra ubicada a más de 3000 m de altura en la Provincia del Cañar. Este importante centro arqueológico cuenta con piedras perfectamente talladas y unidas con mortero natural. De estructura elíptica, este Templo del Sol sirvió para la realización de ceremonias y rituales de la cultura Cañari-Inca. También tuvo fines estratégico-militares.



Las ruinas están integradas por un cementerio, observatorios solares, caminos, depósitos, aposentos de sacerdotes y una plaza indígena, entre otros.

Atractivos Turísticos**Castillo de Ingapirca**

Ubicado en lo alto de una colina es una de las más importantes muestras de la arquitectura Inca. Esta construcción data de la época de HuaynaCápac. Comprende una elipse, aposentos, patios, bodegas y baños. Se cree que Ingapirca no fue sólo una fortaleza, sino también un centro administrativo y religioso porque allí se realizaban las ceremonias para adorar al sol.

Adoratorio Es el centro del complejo arqueológico y sus paredes tienen una elevación máxima de menos de cuatro metros. Su estructura es sumamente sólida y de forma elíptica. Tanto la puerta como las hornacinas ubicadas en las paredes, tienen forma trapezoidal, y los bloques de piedras talladas están y expuestas sin necesidad de ningún tipo de amalgama.

Aposentos

Ubicados a un lado del adoratorio, probablemente estaban acondicionados para los sacerdotes y sus ritos, porque uno de los muros posee una gran cantidad de hornacinas.

Fuente: <http://www.viajandox.com/canar/complejo-arqueologico-ingapirca-canar.htm>

Tabla No. 10**FICHA DESCRIPTIVA AZOGUES**

Azogues tiene 32.000 habitantes y es la capital de la provincia de Cañar, ubicada en el sur de la misma. A 50 km de Azogues se encuentran las ruinas de Ingapirca, uno de los sitios más visitados del Ecuador.



Azogues y Cañar son famosos por su artesanía, especialmente por la manufacturación de los sombreros de paja toquilla y sus productos cerámicos.

Fuente: <http://www.viajandox.com/canjar/azogues-canton.htm>

Tabla No. 11**FICHA DESCRIPTIVA BIBLIAN**

Está situado en el centro de la provincia del Cañar y atravesado por la vía Panamericana. Su ubicación se da en la zona más septentrional de la Hoya de Paute, considerada una de las más importantes de la Región Interandina.



Políticamente está integrado por la parroquia central de Biblián y cuatro parroquias rurales: Nazón, Turupamba, Sageo y Jerusalén

Fuente: <http://www.viajandox.com/canjar/biblian.htm>

Tabla No. 12**FICHA DESCRIPTIVA GUALACEO**

La palabra Gualaceo voz chibcha: Guacamayo), está relacionada con la leyenda del origen de los Cañaris. Gualaceo significa "Lugar donde duerme el río".



Sus ríos principales son Santa Bárbara y San Francisco. Gualaceo es uno de los pueblos más antiguos de la provincia, fue de los primeros asentamientos españoles, por la extracción de oro en los bancos marginales del río Sta. Bárbara. El 25 de julio de 1824, se convirtió en cantón.

Fuente: <http://www.viajandox.com/caniar/gualaceo.htm>

Tabla No. 13

Itinerario Ruta del Spondylus

Duración: 4 días

DIA	HORA	ACTIVIDAD
Día 1	22H00	-Salida desde la ciudad de Quito
	06H00	- Llegada al lugar de parquin en Manta
	07H00	-Desayuno
	09H00	-Traslado a disfrutar la playa Murciélago Un paseo en lancha
	13H00	-Almuerzo
	14H30	-Visitaremos la playa de Crucita
	17H00	Retorno área establecida de parquin,
	18H30	cena y descanso.
Día 2	07H00	-Desayuno
	08H00	-Salida al Parque Nacional Machalilla y playa de los Frailes
	13H00	-Almuerzo
	14H30	-Luego visita la playa de Montañita
	16H00	-Traslado a Salinas
	18H00	-Cena
	20H00	-salida la disco o paseo por el malecón
Día 3	07H00	- Desayuno
	08H00	-Disfrutar de la playa de Salinas y un paseo en lancha a la chocolatera
	13H00	-Almuerzo
	14H30	-Luego traslado a la ciudad de Guayaquil
	16H00	-Visita el Cerro Santana
	18H30	-Crucero en el Barco Pirata por el malecón dos mil y el río Guayas.
	20H00	Cena y descanso
	Día 4	07H00
09H00		-Salida a Quito
13H30		-Almuerzo

Mapas de la Ubicación de la Ruta



Figura No. 8

Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?q=mapa+tur%C3%ADstico+de+ecuador&hl=es&sa=X&tbm=isch&prmd=imvns&tbnid=GCd5YhtJ0J2rkM:&imgrefurl=http://jemstourexplora.com>



Figura No. 9

Fuente: <http://www.google.com.ec/imgres?q=mapa+tur%C3%ADstico+de+ecuador&hl=es&sa=X&tbm=isch&prmd=imvns&tbnid=GCd5YhtJ0J2rkM:&imgrefurl=http://jemstourexplora.com>

Tabla No. 14**FICHA DESCRIPTIVA MANTA**

Manta, denominada oficialmente como San Pablo de Manta. Es una de las ciudades más importantes del Ecuador, localizada en la provincia de Manabí. Está asentada en una espléndida bahía, que le ha dado la característica de puerto internacional en la costa del Océano Pacífico. En la era precolombina se llamaba Jocay, que quiere decir "casa de los peces" y era un punto de comercio para los Mantas y los Incas. Tiene 192.322 habitantes.

**Atractivos Turísticos**

Manta es visitada anualmente por turistas tanto extranjeros como nacionales. Sus playas más frecuentadas son "Los Esteros", "Tarqui", "El Murciélago", "Barbasquillo", "San Lorenzo" y "Santa Marianita", "Liguiqui", "La Tinsa"y "Piedra Larga".

Fiestas de Importancia

29 de Junio San Pedro y San Pablo

24 de Octubre Fiesta del Comercio

4 de Noviembre Cantonización

Fuente: <http://www.viajandox.com/manabi/manta-canton.htm>

Tabla No. 15**FICHA DESCRIPTIVA PLAYA DEL MURCIÉLAGO**

Es una playa situada en la ciudad de Manta en la provincia de Manabí (Ecuador). El nombre de "El Murciélago" se debe a que el área de superficie se asemeja a la silueta de este mamífero con las alas desplegadas. Es la más importante de la ciudad de Manta y la más visitada por turistas regionales, nacionales y extranjeros, quienes la prefieren todo el año y sobre todo en épocas de carnaval.

**Deportes**

Es una playa abierta, con olas consistentes y la brisa constante, lo que la convierte en un buen destino para el kite-surfing. Las condiciones óptimas son generalmente durante el verano, y el alquiler de equipos está disponible en la zona, para aquellos que desean practicar el surf o el kite-surfing. Varios otros deportes recreativos acuáticos, como buceo, vela, body-boarding y la pesca, también se pueden disfrutar aquí. Para los que no tienden a participar en estos deportes, es un gran lugar para ver el espectáculo acrobático de los surfistas y del kite-surfing, desde la comodidad y la seguridad de la playa.

Fuente: <http://www.viajandox.com/manabi/playa-murcielago-manta.htm>

Tabla No. 16**FICHA DESCRIPTIVA PARQUE NACIONAL MACHALILLA**

Es un área de reserva ecológica y arqueológica de gran importancia. Su encanto está en la combinación de desierto, las áreas bajas del parque son secas y semidesérticas, presentan hermosos paisajes, playas, bahías y acantilados. Cuenta con una infinita gama de especies marinas y terrestres.

**Clima**

Como el resto de la región litoral, presenta variaciones originadas por las corrientes marinas. Hay dos estaciones bastantes definidas durante el año una lluviosa, desde el mes de enero a mayo y otra seca, de junio a diciembre.

Fauna

En la franja cercana al mar son llamativas las aves de costa junto a monos y venados ocasionales. Las partes más altas del Parque sirven de refugio para una avifauna muy rica, propia de este armadillo, oso hormiguero, lora, ardilla, venado, pelícanos, gaviotas, fragatas, monos, tigrillos, entre otros.

Fuente: <http://www.viajandox.com/manabi/parque-nacional-machalilla.htm>

Tabla No. 17**FICHA DESCRIPTIVA PLAYA DE LOS FRAILES**

Los Frailes es una playa curva, en forma de ensenada, encarando al oeste, con horizonte completamente despejado. Al oeste se encuentra rodeado de colinas ligeramente montañosas y hacia el sector de la quebrada correspondiente a la desembocadura del Río Las Pampas, las colinas se retiran para la parte posterior. La



arena de la Playa los Frailes es fina y contiene algas ceanoficias en su superficie, es de color gris verdosa, con conchillas y zona de canto rodado en la orilla.

Esta playa se abre hacia el norte completamente despejado, hacia el sur toda la zona elevada de acantilados está completamente dominada por la ciudad y hacia el sur - oeste el paisaje está dominado por la zona de acantilados, hacia el oeste está completamente dominada por la presencia del romper olas portuario

Fuente: <http://www.viajandox.com/manabi/parque-nacional-machalilla.htm>

Tabla No. 18**FICHA DESCRIPTIVA MONTAÑITA**

Montañita es una comuna que está ubicada en las costas ecuatorianas de la provincia de Santa Elena y por donde pasa la carretera de la Ruta del Sol. A 200 Km de la ciudad de Guayaquil. Llamada así por estar ubicada en una ensenada rodeada por cerros, y vegetación al pie del mar, actualmente es un balneario turístico. Montañita es un lugar mayormente pacífico, con un toque bohemio que se puede comprobar tras caminar por sus



calles donde se encuentran todo tipo de bares, restaurantes informales, vendedores de artesanías, fiestas, cabañas ecológicas, fogatas al atardecer, clases de surf, y extranjeros de diversas nacionalidades.

Clima

Temporada playera de Noviembre a Abril.

Deportes

Sus olas derechas perfectas que llegan hasta los 6 m atraen a turistas nacionales y extranjeros para la práctica de deportes como el surf.

Fuente:http://www.viajandox.com/santa_elena/montanita-santa-elena.htm

Tabla No. 19**FICHA DESCRIPTIVA SALINAS**

Salinas, ubicado en el accidente geográfico más saliente de la zona costera del Ecuador, la punta de Santa Elena, es el principal balneario de la provincia de Sta. Elena y del país.

Cuenta con muchos hoteles y lugares de ocio nocturno, se realizan cada año campeonatos de tenis, surf, conciertos.

Salinas es un importante centro turístico por sus hermosas y acogedoras playas. Cuenta con hoteles de primera categoría, así como clubes, casinos, bares, discotecas y centros deportivos.

**Deportes**

Las regatas internacionales, los campeonatos mundiales de pesca y los nacionales de voleyboll playero.

Fiestas

Día del Pescador, Patronal, en honor a la Virgen de las Mercedes y la cantonización, el 22 de diciembre de cada año.

Atractivos turísticos

La Chocolatera, gran acantilado que es el punto más saliente de la Península de Santa Elena, Iglesia Central Nuestra Señora de la Merced, Malecón Principal de Salinas y de Chipipe, Parque Cívico de San Lorenzo, Paseo Artesanal Los Cedros, Malecón de Santa Rosa, Parque e Iglesia Central de José Luis Tamayo, Mall del Pacífico, Malecón de Anconcito, Museo de Ballenas.

Fuente: http://www.viajandox.com/santa_elena/salinas-canton.htm

Tabla No. 20**FICHA DESCRIPTIVA GUAYAQUIL**

Guayaquil, oficialmente Santiago de Guayaquil, es la ciudad más poblada y más grande de la República del Ecuador. El área urbana de Guayaquil se alinea entre las ciudades más grandes de América Latina. Es además un importante centro de comercio con influencia a nivel regional en el ámbito comercial, de finanzas, cultural, y de entretenimiento. La ciudad es la cabecera cantonal del cantón homónimo y la capital de la provincia del Guayas.



Localizada en la costa del Pacífico en la región litoral de Ecuador, el Este de la ciudad está a orillas del río Guayas, a unos 20 kilómetros de su desembocadura en el Océano Pacífico, mientras está rodeada por el Estero Salado en su parte Oeste-Sur y el inicio de la Cordillera Chongón-Colonche en el Oeste-Norte.

Atractivos

Uno de los lugares más significativos para Turistas, es el Malecón 2000, llamado así debido al nombre de la Fundación que ejecutó la obra. El nombre original es Malecón Simón Bolívar. Esta obra es un proyecto de regeneración urbana del antiguo malecón. Con 2,5 km de extensión ofrece a sus visitantes, además de seguridad, grandes monumentos de la historia de la ciudad, museos, jardines, fuentes, miradores, centros comerciales, restaurantes, bares, patios de comida, el primer cine IMAX del Ecuador, muelles, desde donde se puede abordar embarcaciones para realizar paseos diurnos y nocturnos por el río Guayas. En el Malecón del Salado, Las Peñas, Parque Histórico Guayaquil, Parque El Lago, Puerto Hondo, Cerro Blanco, Cerro Santa Ana.

Fuente: <http://www.viajandox.com/guayas.htm>

CAPITULO VI

VIABILIDAD FINANCIERA

6. Estudio Financiero

El estudio financiero tiene como objetivo obtener 2 tipos de información. La primera, determinar las diferentes inversiones que se necesita realizar hasta que el proyecto esté listo para la atención al público.

6.1. Inversiones Previstas para implantar el Proyecto

INVERSION FIJA

- La empresa empezaría a funcionar con 2 unidades móviles (casas rodantes) cada una de \$ 17.800 dólares (incluye aranceles en la aduana), que nos proveerá “Motor Home - Casas Rodantes” empresa fabricante en Santiago, empresa que también se encarga de la distribución de los repuestos y GPS.
- Además cada Casa Rodante contará con un seguro de vida con una prima de \$ 3.000 dólares anuales por los dos vehículos que la empresa de seguros ASEGURADORA DE VIDA BARRIGA LTDA se encargará de proveer a nuestra empresa.
- Las oficinas principales de la empresa serán alquiladas en Quito sector de la Mariscal, para el servicio de parqueadero tanto en Quito, donde se encuentran las oficinas, como en el desarrollo de los itinerarios contamos con Instalaciones Militares del Ejército en Manta, Salinas y Guayaquil (canje de publicidad), Parqueadero del Consejo Provincial en Riobamba y Parqueadero TOSI en Cuenca (canje de publicidad).
- A continuación se detalla el cuadro de la inversión inicial para la aplicación de este proyecto, valores que fueron sacados por medio de proformas a empresas de mobiliarios, departamento de crédito de la CFN, casas rodantes motor home.

Tabla No. 21

INVERSIÓN INICIAL

				Totales
Muebles y enseres				\$ 680,00
Escritorios	3	\$ 90,00	\$ 270,00	
Sillas	6	\$ 20,00	\$ 120,00	
Mesas	1	\$ 40,00	\$ 40,00	
Sofás	2	\$ 80,00	\$ 160,00	
Archivadores	3	\$ 30,00	\$ 90,00	
Vehículos				\$ 37.200,00
Casas rodantes	2	\$ 18.600,00	\$ 37.200,00	
Equipos de computación				\$ 1.280,00
Computadoras	3	\$ 300,00	\$ 900,00	
Teléfonos	3	\$ 60,00	\$ 180,00	
Impresora completa	1	\$ 200,00	\$ 200,00	
Suministros de oficina				\$ 38,90
Suministros y papelería	1	\$ 38,90	\$ 38,90	
Gastos de constitución				\$ 1.500,00
Constitución legal de la empresa			\$ 1.125,00	
Permisos y Patentes			\$ 375,00	
Gastos varios para iniciar operación				\$ 16.080,57
Gastos Seguros	1	\$ 3.000,00	\$ 3.000,00	
Sueldos	1	\$ 7.483,22	\$ 7.483,22	
Servicios Básicos	1	\$ 92,00	\$ 552,00	
Gastos arriendos	1	\$ 3.960,00	\$ 3.960,00	
Gasto publicidad	1	\$ 1.085,35	\$ 1.085,35	
TOTAL ACTIVOS				\$ 56.779,47

Sueldos, Servicios Básicos y Gastos de Arriendo.- Se tomó para el cálculo el valor para cubrir 12 meses, considerándolo como capital de trabajo para iniciar la operación. Esto quiere decir que se contempla en la inversión inicial un valor que permita cubrir estos costos fijos cuando la empresa empiece a funcionar.

6.2 Financiamiento de la Inversión

En el tema del financiamiento de la inversión hemos visto la posibilidad de un aporte de socios de un 50% del capital necesario y el resto de fondo requeridos es decir el otro 50% con un préstamo bancario.

Tabla No. 21

INVERSIÓN INICIAL

Socios Aportantes	Bienes	%
Cristina Fuentes	14.194,87	25%
Pablo Veloz	14.194,87	25%
Banco	28.389,73	50%
TOTAL	56.779,47	100%

6.3. Rol de pagos

De acuerdo al número de empleados que tendrá la empresa en rol de pagos, el valor mensual por concepto de sueldos es de \$ 1.247.20 USD y anual (12 meses) & 14.966.14 USD.

Tabla No. 23

ROL DE PAGOS

Supuestos		Porcentaje aproximado que el gobierno aumenta anualmente.
Décimo cuarto sueldo	\$ 264,00	
Incremento de sueldos por año	10%	
Aporte Patronal al IESS	12,15%	
Fondo de reserva	8,33%	

AÑO 1	GASTOS MENSUALES				Décimo cuarto sueldo	GASTOS ANUALES	
	Salario Básico mensual	Aporte Patronal	Vacaciones	Décimo Tercer sueldo		Total Mensual	TOTAL ANUAL
Gerente general	\$ 350,00	\$ 42,53	\$ 14,58	\$ 29,17	\$ 24,33	\$ 460,61	\$ 5.527,30
Counter	\$ 292,00	\$ 35,48	\$ 12,17	\$ 24,33	\$ 24,33	\$ 388,31	\$ 4.659,74
Jefe de logística	\$ 300,00	\$ 36,45	\$ 12,50	\$ 25,00	\$ 24,33	\$ 398,28	\$ 4.779,40
TOTALES	\$ 942,00	\$ 114,45	\$ 39,25	\$ 78,50	\$ 73,00	\$ 1.247,20	\$ 14.966,44

6.4. Costos Fijos

El total de costos fijos mensuales es \$ 6.284.6 de acuerdo a la descripción en los siguientes cuadros (concepto y valor en USD):

Tabla No. 24

COSTOS FIJOS MENSUALES

	Rubro Total	
Gastos Administrativos	\$ 1.829,81	
Nómina	1247,2	
Suministros oficina	86,9	
Suministros de limpieza	19,8	
Pago servicios Básicos	70	
Internet	22	
Botiquín de primeros auxilios	15	
mantenimiento de computación	150	
reposición de enseres	150	
Uniformes	13,5	
Matrículas de vehículos	24,16	
Permisos y patentes ANUAL	31,25	
Gasto de ventas	\$ 670,41	
Gastos Seguros	250	
Gastos arriendos	330	
Gasto publicidad	90,41	
Gastos financieros	246.02	
Gastos Bancarios	221,0	
Amortización constitución de la empresa	25	
Gastos depreciación - Activos Fijos	\$ 3.263,32	
Muebles y enseres	56,7	
Vehículos	3.100,0	
Equipos de computación	106,7	
Total Costos fijos	\$ 6.009.6	
Gastos en Publicidad (ANUAL)	Cantidad	Valor total
Página web	1	\$ 500,00
Diseño publicitario volantes	1600	240
Publicidad exterior	1	\$ 345,35
TOTAL		\$ 1.085,35

Suministros de limpieza (mensual)	Cantidad	
trapeador	1	Valor total
escoba	1	\$ 1,50
desinfectante	2	\$ 1,50
jabón líquido	2	\$ 9,00
Papel higiénico (12 u)	1	\$ 4,40
TOTAL		\$ 3,40
		19,8

Uniformes semestral	Cantidad	
camisetas	3	Precio
		\$ 13,50

<u>Costos Fijos</u>	
Descripción	
Consumo energía eléctrica	\$ 16,00
Consumo Agua potable	\$ 30,00
Consumo telefónico	\$ 20,00
TOTAL SERVICIOS BÁSICOS	\$ 66,00
Servicio de Internet	\$ 22,00

6.5. Costos Variables

De acuerdo la capacidad instalada, se determinó el costo de los productos. La capacidad instalada en dos casas rodantes es de 14 viajes de 4 días de duración cada uno. Así, los costos variables mensuales son los siguientes:

Tabla No. 25

COSTOS VARIABLES

Circuitos Casa Rodantes			
Gastos Varios			
Descripción	Unidad	Precio Unitario	Total
Viáticos Guía	14	\$ 80,00	\$ 1.120,00
Honorarios chofer/guía	14	\$ 224,00	\$ 3.136,00
Aparcamiento	14	\$ 30,00	\$ 420,00
Combustible	14	\$ 60,00	\$ 840,00
Mantenimiento	2	\$ 80,01	\$ 160,02
Peajes	84	\$ 2,00	\$ 168,00
Provisión casa rodante	14	\$ 23,51	\$ 329,14
TOTAL			\$ 6.173,16

6.6. Costo del producto

Se calculó el costo de cada circuito tomando en consideración los siguientes elementos:

Tabla No. 26
COSTO DEL PRODUCTO

PAQUETE								COD	
DURACION	4 Dias				OBSERVACIONES	TOUR / SERVICIO MAXIMO 4 PAX (En función capacidad casa rodante)			
LOCACION	RUTA SIERRA								
SERVICIO	UNIDAD	COSTO U	# U	SUBT.	12%	10%	TOTAL U	# U DIAS	TOTAL
ALOJAMIENTO									
APARCAMIENTO CASA RODANTE	NOCHE	10,00	1	10,00	0,00	0,00	10,00	3	30,00
TOTAL APARCAMIENTO		10,00		10,00	0,00	0,00	10,00		30,00
ALIMENTACION									
PROVISION CASA RODANTE	litro de leche	0,67	4	2,68	0,00	0,00	2,68	1	2,68
	jugos natura	0,40	16	6,40	0,00	0,00	6,40	1	6,40
	litro yogurt	0,67	4	2,68	0,00	0,00	2,68	1	2,68
	Botellon agua	1,25	1	1,25	0,00	0,00	1,25	1	1,25
	Funda galletas vainilla	1,00	2	2,00	0,00	0,00	2,00	1	2,00
	frutas	4,00	1	4,00	0,00	0,00	4,00	1	4,00
	conflex varios sabores	4,00	1	4,00	0,00	0,00	4,00	1	4,00
	café	0,25	2	0,50	0,00	0,00	0,50	1	0,50
TOTAL ALIMENTACION		12,24		23,51	0,00	0,00	23,51		23,51
GUIA									
HONORARIOS GUIA/CHOFER	HONORARIOS	200,00	1	200,00	24,00	0,00	224,00	1	224,00
VIATICOS (ALOJ, ALIM)	VIATICOS	80,00	1	80,00	0,00	0,00	80,00	1	80,00
TOTAL GUIA		280,00		280,00	24,00	0,00	304,00		304,00
MOVILIZACION CASA									
COMBUSTIBLE (DIESEL)	TANQUEADA	60,00	1	60,00	0,00	0,00	60,00	1	60,00
MANTENIMIENTO	PRORRETEADO	11,43	1	11,43	0,00	0,00	11,43	1	11,43
PEAJES: MACHACHI, PANZALEO, SAN ANDRES	PEAJES IDARETORNO	2,00	6	12,00	0,00	0,00	12,00	1	12,00
TOTAL GUIA		73,43		83,43	0,00	0,00	83,43		83,43
COSTO TOTAL							\$ 440,94		
UTILIDAD 25%							\$ 110,24		
COSTO TOTAL + UTILIDAD							\$ 551,18		
PRECIO TOUR							\$ 551,18		
PRECIO SUGERIDO ANTES DE IVA							\$ 1.220,00		
IVA 12%							\$ 146,40		
PRECIO CON IVA							\$ 1.366,40		
PVP TOUR CASA RODANTE							\$ 1.366,40		
PVP SIN IVA							\$ 1.220,00		
UTILIDAD REAL							\$ 779,06		
% UTILIDAD REAL							177%		

Aparcamiento Lugar donde pernoctara la Casa Rodante

Provisión Casa Rodante Suministro box lunch

Honorarios y Viáticos Chofer Guía

Combustible Diesel

Mantenimiento ABC Casas Rodantes

Peajes

DURACION	4 Días				OBSERVACIONES		TOUR / SERVICIO MAXIMO 4 PAX (En función capacidad casa rodante)		
LOCACION	RUTA COSTA								
SERVICIO	UNIDAD	COSTO U	# U	SUBT.	12%	10%	TOTAL U	# U DIAS	TOTAL
ALOJAMIENTO									
APARCAMIENTO CASA RODANTE	NOCHE	10,00	1	10,00	0,00	0,00	10,00	3	30,00
TOTAL APARCAMIENTO		10,00		10,00	0,00	0,00	10,00		30,00
ALIMENTACION									
PROVISION CASA RODANTE	litro de leche	0,67	4	2,68	0,00	0,00	2,68	1	2,68
	jugos natura	0,40	16	6,40	0,00	0,00	6,40	1	6,40
	litro yogurt	0,67	4	2,68	0,00	0,00	2,68	1	2,68
	Botellon agua	1,25	1	1,25	0,00	0,00	1,25	1	1,25
	Funda galletas vainilla	1,00	2	2,00	0,00	0,00	2,00	1	2,00
	frutas	4,00	1	4,00	0,00	0,00	4,00	1	4,00
	conflex varios sabores	4,00	1	4,00	0,00	0,00	4,00	1	4,00
	café	0,25	2	0,50	0,00	0,00	0,50	1	0,50
TOTAL ALIMENTACION		12,24		23,51	0,00	0,00	23,51		23,51
GUIA									
HONORARIOS GUIA/CHOFER	HONORARIOS	200,00	1	200,00	24,00	0,00	224,00	1	224,00
VIATICOS (ALQJ, ALIM)	VARIOS	80,00	1	80,00	0,00	0,00	80,00	1	80,00
TOTAL GUIA		280,00		280,00	24,00	0,00	304,00		304,00
MOVILIZACION CASA									
COMBUSTIBLE (DIESEL)	TANQUEADA	60,00	1	60,00	0,00	0,00	60,00	1	60,00
MANTENIMIENTO	PRORRETEADO	11,43	1	11,43	0,00	0,00	11,43	1	11,43
YAGUACHI VENTANAS QUEVEDO ALOAG STO DOMINGO AGUAYAQUIL	PEAJES IDARETORNO	2,00	6	12,00	0,00	0,00	12,00	1	12,00
TOTAL GUIA		73,43		83,43	0,00	0,00	83,43		83,43
COSTO TOTAL							\$ 440,94		
UTILIDAD 25%							\$ 110,24		
COSTO TOTAL + UTILIDAD							\$ 551,18		
PRECIO TOUR							\$ 551,18		
PRECIO SUGERIDO ANTES DE IVA							\$ 1.220,00		
IVA 12%							\$ 146,40		
PRECIO CON IVA							\$ 1.366,40		
PVP TOUR CASA RODANTE							\$ 1.366,40		
PVP SIN IVA							\$ 1.220,00		
UTILIDAD REAL							\$ 779,06		
% UTILIDAD REAL							177%		

Aparcamiento Lugar donde pernoctara la Casa Rodante

Provisión Casa Rodante Suministro box lunch

Honorarios y Viáticos Chofer Guía

Combustible Diesel

Mantenimiento ABC Casas Rodantes

Peajes

6.7. Proyección de ventas

Se realizó una proyección de ventas haciendo uso de los datos estadísticos de ingreso de turistas registrados por el Ministerio de Turismo en el 2011. Así, se definió en base a los costos variables y fijos cuál sería el punto de equilibrio en la venta de productos (12 viajes) que se deberá realizar

CAPITULO VII

7. Conclusiones y Recomendaciones

7.1. Conclusiones

Mediante la propuesta de este proyecto Operación de circuitos turísticos en casa rodantes, se llegó a las siguientes conclusiones:

- Al ser la primera empresa que realizaría este tipo de operación por lo cual es la pionera en esta área.
- Por ser un producto innovador ayudará al turismo de nuestro país especialmente con respecto al turismo extranjero ya que ellos están acostumbrados a este tipo de transporte.
- La manera en que se planteó este proyecto, propone el crecimiento económico y de infraestructura de los lugares de pernoctación de las casas rodantes.
- Desde el punto de vista social este proyecto es positivo porque va a generar empleos, mejorar la economía.

7.2. Recomendaciones

- Que se tome en cuenta este proyecto, puesto que es un importante aporte para el crecimiento turístico.
- Las Instituciones como La Universidad de las Américas, el Ministerio de Turismo, La Policía Nacional acepten esta tesis como una contribución al crecimiento reglamentario en turismo, leyes de transporte, etc.
- Los ingresos que este proyecto generen sirvan para la construcción de más infraestructura, espacios para recreación y para apoyar otras iniciativas como esta, que den beneficios personales y beneficios para el país.

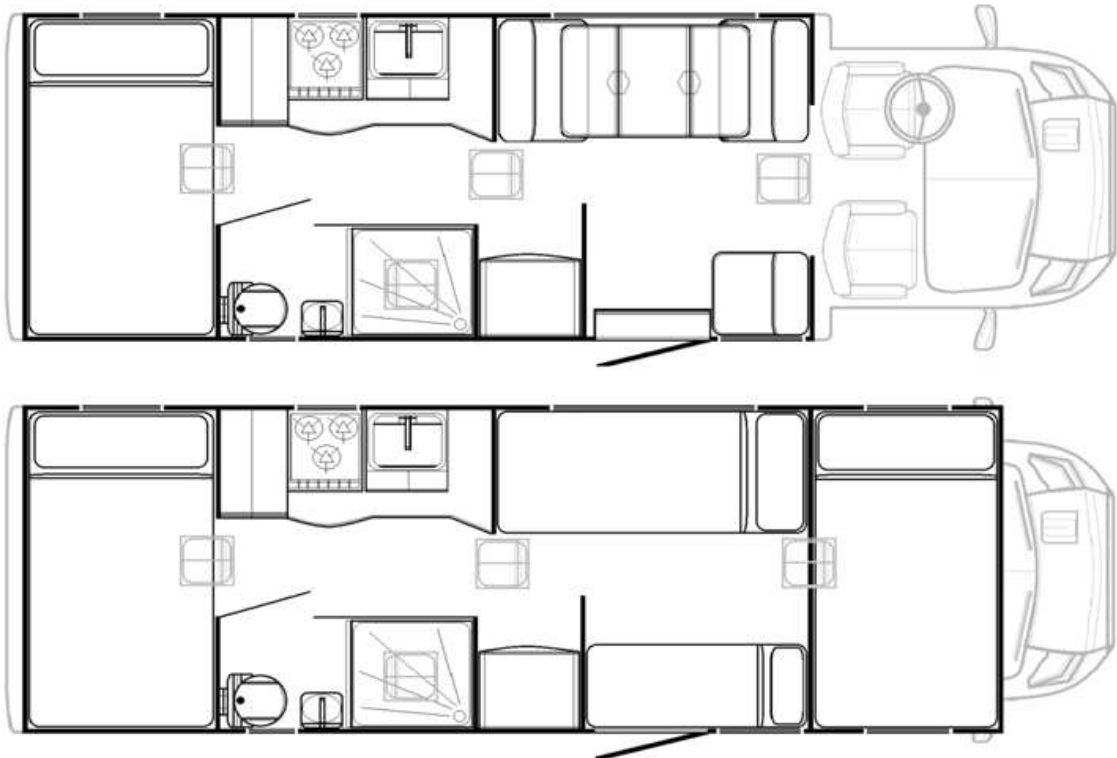
REFERENCIAS

- Boullon, R. (2004). Marketing Turístico. Una Perspectiva desde la Planificación : Ediciones Turísticas
- <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/CMS-4684158>
- <http://www.viajandox.com/ambato.htm>
- <http://www.viajandox.com/azuay/cuenca-canton.htm>
- <http://www.viajandox.com/canar/azogues-canton.htm>
- <http://www.viajandox.com/canar/biblian.htm>
- <http://www.viajandox.com/canar/complejo-arqueologico-ingapirca-canar.htm>
- <http://www.viajandox.com/canar/gualaceo.htm>
- <http://www.viajandox.com/chimborazo.htm>
- <http://www.viajandox.com/chimborazo.htm>
- <http://www.viajandox.com/chimborazo/alausi.htm>
- <http://www.viajandox.com/chimborazo/tren-nariz-diablo-alausi.htm>
- <http://www.viajandox.com/cotopaxi/area-recreacional-el-boliche-latacunga.htm>
- <http://www.viajandox.com/guayas.htm>
- <http://www.viajandox.com/manabi/manta-canton.htm>
- <http://www.viajandox.com/manabi/parque-nacional-machalilla.htm>
- <http://www.viajandox.com/manabi/parque-nacional-machalilla.htm>
- <http://www.viajandox.com/manabi/playa-murcielago-manta.htm>
- http://www.viajandox.com/santa_elena/montanita-santa-elena.htm
- http://www.viajandox.com/santa_elena/salinas-canton.htm
- Kotler, P., (2006). Dirección de marketing, Madrid: Editorial Prentice Hall
- Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J.; Reina, M.; Rufín Moreno, R. (2006). Marketing para Turismo. Madrid: Editorial Prentice Hall
- Lcdo. Alejandro B. (2011). Metodología de proyecto de titulación
- Ley y reglamento a ley orgánica de transporte terrestre y seguridad vial
- Manual de la casa rodante, (2005) Santa FE Springs CA
- MINTUR, (2014). Plan Integral de Marketing Turístico de Ecuador, PIMTE
- Reglamento Casas Rodantes, (2012). La Pradera Country Club

- RICAURTE C. (2009). Manual para el diagnóstico turístico local guía para planificadores, Escuela Superior Poli técnica del Litoral
- Serra, A. (2003). Marketing Turístico. Madrid: Editorial Pirámide S.A

ANEXOS

ANEXO I



ANEXO 2

