



Universidad Laica VICENTE ROCAFUERTE de Guayaquil
Facultad de Ciencias Administrativas

Proyecto de Investigación
previo a la obtención del Título de
Ingeniero Comercial

Tema:

**Planificación estratégica para la implementación del
proyecto "RV Ecuador casas rodantes", con el objetivo de
fomentar el turismo interno en el Ecuador**

Autor:

Walter Filemón Castro García

Tutor:

Ing. Com. Darwin Ordóñez Iturralde, Dipl.

Guayaquil – Ecuador

2014-2015

Dedicatoria

Quiero ofrecer este proyecto a mis padres: Cecilia y Filemón, quienes desde el cielo han iluminado siempre mi camino.

A Isabel, mi esposa, y a mis hijos Sebas y Fiore, pilares fundamentales e importantes en este diseño turístico que estoy emprendiendo.

A mis hermanos, quienes también me han apoyado e incentivado para que desarrolle y culmine mi tercer nivel profesional.

A mis suegros, de quienes he adquirido conocimientos para ser mejor persona y empresario.

Agradecimiento

En primer lugar agradezco a Dios, ya que sin Él no podría seguir adelante con todas las bendiciones que me da cada día, permitiéndome abrir mis ojos, para mi desarrollo y bienestar.

Agradezco a toda mi familia, ya que ellos son parte de mi inspiración.

A mi tutor, Ing. Darwin Ordóñez, por su guía y tiempo dedicado, para así lograr el trabajo que hoy concluyo.

A mis amigos de todas las promociones, y a los compañeros en la ULVR, por tantos amenos recuerdos que compartimos en las aulas.

Finalmente, debo agradecer a todas las personas, que directa o indirectamente, me ayudaron a culminar este proyecto de investigación.

Les agradezco de todo corazón, por su apoyo y persistencia.

Índice General

Dedicatoria	ii
Agradecimiento	iii
Índice de Tablas	ix
Índice de Figuras	xi
Índice de Anexos	xiii
Introducción	1

Capítulo 1

Diseño de la investigación

1.1	Tema	2
1.2	Planteamiento del problema	2
1.3	Formulación del problema	4
1.4	Sistematización del problema	6
1.4.1	Árbol del problema	6
1.5	Objetivo de la Investigación	7
1.5.1	Objetivo general	7
1.5.2	Objetivos específicos	7
1.6	Justificación de la investigación.	9
1.7	Delimitación del problema.	10
1.7.1	Limitación del problema.	11

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1	Estado del Arte	12
2.2	Antecedentes del mercado turístico en el Ecuador	15
2.2.1	Perfil del visitante extranjero	18
2.2.2	Perfil del visitante nacional.	19

2.2.3	Principales indicadores de turismo.	20
2.2.4	Antecedentes de la industria.	23
2.3	Nivel de satisfacción de los servicios turísticos en Ecuador.	25
2.3.1	Amabilidad del servicio.	25
2.3.2	Seguridad en el servicio.	26
2.3.3	Comodidad en el servicio.	26
2.3.4	Higiene en el servicio.	26
2.4	Predisposición a volver y recomendar el país	27
2.5	Marco teórico	27
2.5.1	Estudio de factibilidad	27
2.5.1.1	Definición	27
2.5.1.2	Etapas	28
2.5.1.3	Servicio turístico	28
2.5.1.4	Fundamentación teórica	30
2.5.1.5	Fundamentación administrativa	31
2.6	Marco conceptual	31
2.6.1	Autocaravana	31
2.6.1.1	Historia de las autocaravanas o tráileres de viaje	32
2.6.2	Turismo consciente	34
2.6.3	Turismo comunitario	34
2.6.4	<i>Slow tourism</i>	34
2.6.5	Marketing turístico	34
2.7	Marco Legal	35
2.7.1	Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.	35
2.7.2	Reglamento de la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.	37
2.7.3	Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador.	40
2.7.4	Catastro turístico	45

2.7.5	Comercio Exterior: nomenclatura común NANDINA.	45
2.8	Hipótesis	46

Capítulo 3

Metodología de la investigación

3.1	Tipo de investigación	47
3.2	Método de la investigación	48
3.3	Población y muestra	48
3.3.1	Población	48
3.3.2	Muestra	49
3.4	Técnicas e instrumentos	51
3.5	Análisis de datos	52
3.5.1	Pregunta 1. Género del encuestado.	52
3.5.2	Pregunta 2. Edad del encuestado.	53
3.5.3	Pregunta 3. ¿Con qué frecuencia realiza turismo interno (dentro de Ecuador?).	54
3.5.4	Pregunta 4. Cuando realizas viajes dentro del Ecuador, ¿qué medio de transporte utiliza?	56
3.5.5	Pregunta 5. ¿Cuántas veces ha viajado a la provincia de Manabí en el último año?	58
3.5.6	Pregunta 6. ¿Por qué motivo no visita la provincia de Manabí con frecuencia?	59
3.5.7	Pregunta 7. Señale cuáles de los siguientes destinos turísticos le gustaría visitar.	61
3.5.8	Pregunta 8. ¿Si existiera un servicio de alquiler de Casas Rodantes, dentro de una ruta interna que va desde Guayaquil hasta Jaramijó (Manabí), estaría dispuesto a contratar el servicio?	63
3.5.9	Pregunta 9. Indique cuáles de los siguientes aspectos considera más importantes para tomar la decisión de alquilar una Casa Rodante: Ruta; Precio; Chofer;	65

	Paquete todo incluido; Seguridad; Capacidad (personas).	
3.5.10	Pregunta 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico que incluya: transporte, hospedaje y alimentación?	67
3.5.11	Pregunta 11. ¿En qué temporadas estaría dispuesto(a) a contratar el servicio?	69
3.5.12	Pregunta 12. ¿Con qué tipo de acompañantes realizaría el viaje?	71

Capítulo 4

Propuesta

4.1	Razón social de la empresa	73
4.1.1	Logotipo	74
4.1.2	Slogan	75
4.2	Marco Legal. Naturaleza de la empresa.	75
4.3	Organización.	75
4.4	Plan estratégico	77
4.4.1	Misión de la empresa	77
4.4.2	Visión de la empresa	77
4.4.3	Objetivos estratégicos	77
4.5	Políticas de ventas	78
4.6	Prestación del servicio.	79
4.7	Especificaciones técnicas de las casas rodantes	80
4.8	Impacto ambiental	81
4.9	Estrategia para la compensación ambiental	81
4.10	Aspectos sociales	83
4.11	Análisis FODA	84
4.11.1	Matriz FODA	85
4.11.2	Análisis de la Matriz FODA del proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes.	86

4.11.3	Estrategias para corregir la posición del proyecto Rv Ecuador	87
4.12	Ruta Propuesta: Guayaquil (Guayas) – Jipijapa (Manabí).	88
4.13	Análisis financiero	99
4.13.1	Inversión inicial	99
4.13.2	Aplicación de la Inversión inicial	100
4.13.3	Presupuesto de ventas.	101
4.13.4	Gastos y remuneraciones.	102
4.13.5	Estado de resultados integral.	106
4.13.6	Estado de situación inicial.	107
4.13.6	Estado de situación financiera.	107
4.13.7	Flujo de caja proyectado.	108
4.13.8	Indicadores de rentabilidad del proyecto	108
4.13.9	Análisis económico y financiero del proyecto.	109

Capítulo 5

Conclusiones y Recomendaciones

5.1	Conclusiones	111
5.2	Recomendaciones	114
	Referencias bibliográficas	115

Índice de Tablas

Tabla 1.	Llegadas por jefaturas de migración.	21
Tabla 2.	Principales mercados turísticos del Ecuador	22
Tabla 3.	Capacidad de alojamiento en el Ecuador.	23
Tabla 4.	Metodología de la investigación.	47
Tabla 5.	Grupos quinquenales de edad	49
Tabla 6.	Segmentación del mercado	50
Tabla 7.	Tamaños y errores muestrales.	51
Tabla 8.	Género de los encuestados.	52
Tabla 9.	Edad de los encuestados	53
Tabla 10.	Frecuencia en que realiza turismo interno, por género.	54
Tabla 11.	Medio de transporte utilizado para viajar dentro de Ecuador, por género.	56
Tabla 12.	Viajó a Manabí en el último año, por género.	58
Tabla 13.	Motivos por el cual el encuestado no visita la provincia de Manabí, por género.	60
Tabla 14.	Destinos turísticos atractivos en Manabí, por género.	61
Tabla 15.	Disposición para contratar el servicio de casas rodantes, por género.	64
Tabla 16.	Aspectos importantes para alquilar una casa rodante, por género.	66
Tabla 17.	Monto destinado para paquetes turísticos, por género.	68
Tabla 18.	Época estimada para alquilar el servicio de casas rodantes, por género.	69
Tabla 19.	Acompañantes de viaje del encuestado, por género.	71
Tabla 20.	Matriz FODA del proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes.	85
Tabla 21.	Inversión inicial de Rv Ecuador Casas Rodantes.	99
Tabla 22.	Detalle de activos no corrientes.	100
Tabla 23.	Presupuesto de ventas. Año 2015.	101
Tabla 24.	Presupuesto de ventas. Año 2016.	101
Tabla 25.	Presupuesto de ventas. Año 2017.	101

Tabla 26.	Presupuesto de Gastos. Año 2015.	102
Tabla 27.	Presupuesto de Gastos. Año 2016.	103
Tabla 28.	Presupuesto de Gastos. Año 2017.	104
Tabla 29.	Remuneraciones año 2015.	105
Tabla 30.	Remuneraciones año 2016.	105
Tabla 31.	Remuneraciones año 2017.	105
Tabla 32.	Estado de resultados integral. Rv Ecuador Casas Rodantes.	106
Tabla 33.	Estado de situación inicial. Rv Ecuador Casas Rodantes.	107
Tabla 34.	Estado de situación financiera. Rv Ecuador Casas Rodantes.	107
Tabla 35.	Flujo de caja proyectado. Rv Ecuador Casas Rodantes.	108
Tabla 36.	Indicadores de rentabilidad del proyecto. Rv Ecuador Casas Rodantes.	108

Índice de Figuras

Figura 1.	Vehículo recreacional.	9
Figura 2.	Interior de un vehículo recreacional o casa rodante.	10
Figura 3.	Publicaciones sobre turismo recreacional	12
Figura 4.	Concentración de la demanda extranjera en el 2011.	16
Figura 5.	Concentración de la demanda nacional	17
Figura 6.	Tasa de incremento de la llegada de extranjeros a Ecuador	21
Figura 7.	Establecimientos turísticos registrados	24
Figura 8.	Generación de empleo turístico	25
Figura 9.	Estratificación del Nivel Socioeconómico.	50
Figura 10.	Género de los encuestados.	52
Figura 11.	Edad de los encuestados. Género masculino.	53
Figura 12.	Edad de los encuestados. Género femenino.	54
Figura 13.	Frecuencia del turismo interno. Género masculino.	55
Figura 14.	Frecuencia del turismo interno. Género femenino.	55
Figura 15.	Medio de transporte utilizado, género masculino.	57
Figura 16.	Medio de transporte utilizado, género femenino.	57
Figura 17.	Viajó a Manabí en el último año, género masculino.	58
Figura 18.	Viajó a Manabí en el último año, género femenino.	59
Figura 19.	Motivos por el cual no visita la provincia de Manabí, género masculino.	60
Figura 20.	Motivos por el cual no visita la provincia de Manabí, género femenino.	61
Figura 21.	Destinos turísticos atractivos en Manabí, género masculino.	62
Figura 22.	Destinos turísticos atractivos en Manabí, género femenino.	62
Figura 23.	Disposición para contratar el servicio de alquiler de casas rodantes, género masculino.	64
Figura 24.	Disposición para contratar el servicio de alquiler de casas rodantes, género femenino.	65
Figura 25.	Aspectos importantes para alquilar una casa rodante, género masculino.	65

Figura 26.	Aspectos importantes para alquilar una casa rodante, género femenino.	67
Figura 27.	Monto destinado para paquetes turísticos, género masculino.	68
Figura 28.	Monto destinado para paquetes turísticos, género femenino.	69
Figura 29.	Época tentativa para alquilar las casas rodantes, género masculino.	70
Figura 30.	Época tentativa para alquilar las casas rodantes, género femenino.	70
Figura 31.	Acompañantes de viaje, género masculino.	71
Figura 32.	Acompañantes de viaje, género femenino.	72
Figura 33.	Logotipo de Rv Ecuador Casas Rodantes.	74
Figura 34.	Organigrama de la empresa.	76
Figura 35.	Jardín Botánico de Guayaquil. (Guayaquil).	89
Figura 36.	Malecón Simón Bolívar. (Guayaquil).	89
Figura 37.	Malecón del Estero Salado (Guayaquil).	89
Figura 38.	Procesión del Cristo Negro. (Daule).	90
Figura 39.	Playa de Pedernales. (Pedernales).	91
Figura 40.	Arco del Amor. (Jama).	92
Figura 41.	Los siete saltos del río Jama. (Jama).	92
Figura 42.	Playa de El Matal. (Jama).	93
Figura 43.	Playa Punta Ballena. (Jama).	94
Figura 44.	Playa de Don Juan. (Jama).	94
Figura 45.	Cascada de la comunidad 9 de Octubre. (San Isidro).	95
Figura 46.	Playa de Canoa. (Canoa).	96
Figura 47.	Vista aérea de Bahía de Caráquez. (Bahía de Caráquez).	97
Figura 48.	Palacio de Montecristi. (Montecristi).	97
Figura 49.	Puerto de Manta. (Manta).	98
Figura 50.	Parque de Jipijapa	99

Índice de Anexos

Anexo 1.	Árbol del problema	120
Anexo 2.	Fotografías del interior del vehículo casa rodante Modelo 6230 fabricado por Palomino.	121
Anexo 3.	Encuesta.	125
Anexo 4.	Logotipo de Rv Ecuador Casas Rodantes.	127
Anexo 5.	Documentos de importación del tráiler Palomino.	128

Introducción

El proyecto de titulación *Rv Ecuador Casas Rodantes* es un estudio acerca de la factibilidad de crear una empresa de servicios turísticos dedicada al alquiler de vehículos tipo casas rodantes para realizar actividades turísticas en el Ecuador. Con esta finalidad se ha dividido el estudio en 5 capítulos. El primer capítulo abarca el diseño de la investigación, plantea el tema, los objetivos, y formula y limita el problema.

El capítulo 2 trata acerca del marco teórico en el cual se ha basado la investigación, tocando brevemente estudios previos que se han realizado en materia turística, aunque ninguno coincidente totalmente con el propósito del proyecto que es el alquiler de vehículos de recreación tipo casa rodante. Se formula una visión clara acerca del perfil del turista que utilizaría el servicio, de la historia de las autocaravanas y del marco legal que ampara este tipo de actividades en el país.

El capítulo 3 plantea la metodología que se utilizó para realizar la presente investigación, muestra los resultados de los instrumentos utilizados para obtener la información, en este caso, de las encuestas aplicadas a los potenciales clientes de este servicio.

El capítulo 4 plantea la propuesta de la creación de la empresa y mide sus indicadores financieros y económicos, a través de la utilización de herramientas como la matriz FODA y de los estados financieros y flujos de caja, que brindarán una visión amplia y clara acerca de la posición que tendría la empresa y su proyección en el futuro.

El capítulo 5 finaliza realizando conclusiones y recomendaciones pertinentes a la información obtenida a lo largo de la investigación.

Capítulo 1

Diseño de la investigación

1.1 Tema

Planificación estratégica para la implementación del proyecto “Rv Ecuador Casas Rodantes”, con el objetivo de fomentar el turismo interno en el Ecuador.

1.2 Planteamiento del problema

La ubicación geográfica de Ecuador permite abarcar una gran diversidad de climas, fauna y flora, playas, montañas y selva. Y gracias al tamaño del territorio nacional, no muy vasto, las distancias se acortan entre las regiones.

Lo anterior se traduce como un destino ideal para quienes buscan hacer turismo, ya sean nacionales o extranjeros, y que desean experimentar de todo un poco, aprovechando las cortas distancias; sobre todo durante los fines de semana y en temporadas específicas (Carnaval, Semana Santa, Navidad, Fin de año, etc.).

Por todas estas razones, el país se considera con gran potencial turístico. Pero, ¿se han desarrollado suficientes alternativas en infraestructura y movilización para atender esta demanda turística?

El problema detectado impulsa investigar la viabilidad del turismo por medio de casas rodantes como una alternativa que facilite al viajero transporte y alojamiento en una misma opción. El objeto del proyecto es promocionar el turismo interno en dos provincias y que los turistas puedan experimentar desde su propio descubrimiento, diferentes rutas dentro de un recorrido propuesto por Guayas y Manabí.

Para esto, es necesario realizar encuestas a turistas frecuentes dentro del

territorio nacional y a operadoras turísticas, para conocer sus dificultades en los viajes programados y descubrir sus aspiraciones y requerimientos en cuanto a viajar por el país. Igualmente, recolectar información concreta sobre la situación del turismo dentro del país, y el desarrollo de nuevas y diferentes propuestas a ofrecer a los turistas.

La investigación se realizará en Guayaquil, capital de la provincia del Guayas y puerto principal del Ecuador. Es una de las ciudades más importantes del país, donde ocurre la mayor parte de la actividad comercial de la nación, junto con Quito, Manta y Cuenca.

Las indagaciones pertinentes serán llevadas a cabo durante 3 meses, desde julio hasta septiembre del 2014 y analizarán el estado del turismo los últimos cuatro años.

En virtud del problema detectado, además se entenderá turismo como el conjunto de actividades como viajes y estancias que realizan los individuos en lugares distintos a su entorno habitual, por un lapso superior a un día pero inferior a un año. Sea esto por ocio, negocios u otros motivos.

Movilización se comprenderá como un grupo de factores que permiten el traslado de una persona de un lugar a otro; estas variables se refieren a infraestructura, vehículos, operador de transporte.

Finalmente, infraestructura turística se refiere a los elementos básicos para el desarrollo del turismo: vías de comunicación, aeropuertos, terminales, puertos, hoteles, hostales, sitios de alojamiento, entre otros; variables que inciden en la decisión de visitar un determinado destino turístico.

La respuesta que surja pretende ser propositiva e innovadora a las necesidades del sector turístico en crecimiento. Todo esto con la finalidad de generar mayores ingresos a este sector económico y con ello contribuir a uno

de los objetivos del gobierno nacional: el cambio de la matriz productiva, que actualmente se sostiene con la explotación de petróleo.

1.3 Formulación del problema

Durante los últimos años Ecuador ha potenciado su promoción discursiva en materia de turismo. Uno de los resultados de este trabajo dio sus frutos al recibir el *World Travel Award*¹ 2013 –conocido como los premios Óscar del turismo– en la categoría *Mejor Destino Verde del Mundo*. Por su parte, la capital del país, Quito, recibió el mismo premio como *Mejor Destino de Sudamérica*, así lo publicó Ecuavisa en su portal web (Ecuavisa, 2013). La revista National Geographic Traveller recomendó también en su especial de mejores destinos para el 2014, la ruta del Cacao en Ecuador (Expreso, diario de viajes y turismo, n. d.).

Sin embargo, en las categorías en las cuales el Ecuador recibió estos reconocimientos, se pueden localizar problemas de alojamiento y transportación. En el caso de la categoría Mejor Destino Verde, una de las primeras limitaciones con las que se encuentran los turistas es el acceso limitado a los destinos de la región Amazónica, por cuanto el traslado a esta región debe hacerse por avión y luego por lancha siguiendo un cronograma previamente definido, es decir, no hay flexibilidad en cuanto a la disponibilidad de medios de transporte de manera continua.

Otro aspecto es el interés que despierta en el turista el conocer y adentrarse en las comunidades que allí viven, con el propósito de conocer sus costumbres y formas de vida, actividad que podrían realizar de manera segura si contaran con un medio que así se los permitiera.

La mayor parte de ofertas que se localizan en la red –con destino a la

¹ World Travel Award: Galardón internacional que desde 1993 reconoce, premia y celebra la excelencia en todos los sectores de la industria turística.

Amazonía– ofrecen tours en grupo, respondiendo a las preferencias de viaje de los turistas a este tipo de destinos, lo cual hace viable a esta propuesta que se hace en este trabajo.

La Ruta del Cacao –que *National Geographic Traveller Magazine*² propone realizar– tiene entre sus opciones de medio de transporte el Tren Crucero, recientemente inaugurado, cuya ruta comprende cantones y parroquias de la Provincia del Guayas, ubicados entre Yaguachi y Durán. Pero, si los turistas buscan un recorrido que les ofrezca diversas opciones, pueden sentirse incómodos al encontrarse limitados a los servicios y oferta hotelera de estos lugares, además de no contar con otros medios de transporte donde se les brinde las mismas comodidades y facilidades que en el Tren Crucero.

En el caso de Quito, como destino turístico, al ser la capital y una de las ciudades más grandes del país, cuenta con un número considerable de hoteles y con diversos medios de transportación. Aquí el problema de movilidad lo provoca el congestionamiento de la ciudad, y si lo que se busca es visitar sus alrededores se requerirá contratar un taxi o un tour guiado.

Considerando que las principales zonas que se promueven para el turismo a nivel internacional cuentan con una escasa infraestructura y planificación de sistemas de movilidad, es lógico suponer que este problema se manifestará en mayor medida en el caso de ciudades que no se exponen –de la misma manera– a la mirada mundial.

En cuanto al turismo interno, las tendencias de viajar y hacer largos recorridos por el país se obstaculizan al contar –las ciudades más grandes tales como Guayaquil, Quito o Cuenca– con destinos cercanos que se vuelven recurrentes y por ende más frecuentes a ser visitados.

Por esa razón, se plantea la pregunta: ¿beneficiará al turismo interno el servicio de casas rodantes?

² National Geographic Traveller: Publicación sobre viajes de la revista National Geographic.

1.4 Sistematización del problema

El Gobierno del presidente Rafael Correa lanzó una ambiciosa campaña para dar a conocer Ecuador en el mundo y promover el país como destino turístico, dotada con 660 millones de dólares en cuatro años, con la que espera poder aumentar el número de turistas de 1,36 millones registrados en 2013 a alrededor de 2 millones, según el viceministro de Promoción Turística. (El Universo, 20 de enero de 2014).

A partir de eso se generan varias interrogantes:

¿La oferta actual de alojamiento y transporte podrá satisfacer las necesidades del creciente sector hotelero?

¿Cuál sería la respuesta del turista si se implementa un recorrido turístico, utilizando casas rodantes?

Es posible que el turista interno esté ávido por conseguir opciones cercanas y sencillas para realizar sus viajes. Sin embargo, la promoción que realizan las autoridades gubernamentales para ganar mayor convocatoria del turismo externo, atrae sin duda la curiosidad del interno, por lo que se abren dos mercados para este sector.

Esta investigación pretende demostrar cuáles son las tendencias del turismo interno y las alternativas para su desarrollo mediante la promoción de nuevas opciones que se incorporen a largo plazo a la plataforma turística para todo tipo de demandas.

1.4.1 Árbol del problema

Como se puede apreciar en el árbol de problemas expuesto el Anexo 1, el hecho de que año a año se incremente la demanda hotelera, pone en evidencia

la falta de infraestructura hotelera en el Ecuador, la falta de proyectos turísticos y una distribución inadecuada del alojamiento. Esto provoca que en ciertos lugares el turismo sea poco explotado y al mismo tiempo le dificulta al turista visitar y conocer sitios turísticos nuevos o ya conocidos.

A su vez, estos problemas acarrearán problemas mayores. El turismo poco explotado en diversos lugares concentra la actividad turística en contados sitios, por lo que hay una sobrepoblación de turistas en lugares que ya han desarrollado ofertas hoteleras.

La ausencia de proyectos turísticos sumado a una cartera de sitios no visitados dejan desatendido un mercado de personas que quieren diversificar su recorrido turístico, quienes deben organizarse para recorrer de forma rápida otros lugares, donde no hay alojamiento.

1.5 Objetivo de la Investigación

1.5.1 Objetivo general

Elaborar un estudio de factibilidad para el proyecto de alquiler de vehículos recreacionales, tipo casas rodantes, para actividades turísticas, dentro de una ruta interna que va desde Guayaquil hasta Jipijapa (Manabí).

1.5.2 Objetivos específicos

- Evaluar la rentabilidad del proyecto.
- Fijar el monto de inversión para el negocio y el número de vehículos para hacerlo operativo.
- Elaborar el plan estratégico de marketing para el lanzamiento de este nuevo servicio.

- Consultar los aspectos legales para la constitución de la empresa.
- Evaluar los medios para publicitar el servicio (medios convencionales/no tradicionales).
- Identificar el mercado objetivo.

1.6 Justificación de la investigación.

En los últimos años, el papel del turismo en el país ha sido una combinación de redescubrimiento y revalorización de rutas ancestrales y patrimoniales con la promoción y capacitación de comunidades organizadas que desarrollan actividades turísticas. Esta labor ha generado nuevas fuentes de turismo que están surgiendo dentro de los aspectos ecológicos, comunitarios y productivos.

De acuerdo a cifras del Ministerio de Turismo, en el 2010, el turismo interno produjo alrededor de 1.100 millones de divisas como aporte a la economía nacional, lo que representa el 80% del gasto turístico. Los datos registrados en los años 2003 y 2004 demuestran que alrededor de 2 a 3 millones de personas se movilizaban durante los feriados, para realizar turismo interno. En el 2011, las cifras muestran un aumento de turistas en la Costa, Sierra, Amazonía y Galápagos. Se contabilizaron algo más 10 millones de viajes. Según Luis Falconí Tello, ministro subrogante, el aumento se debe al cambio de cultura de viaje del ecuatoriano. (Ministerio de Turismo, Octubre, 2012).

La costumbre de ahorrar todo un año para tomarse de 20 a 30 días de vacaciones ha dejado de ser la norma. Cuestiones como no dejar mucho tiempo el lugar de trabajo, el cuidado de la casa, u obligaciones o compromisos cotidianos hacen que los viajeros prefieran salir de la ciudad en feriados (cuando incluyen un fin de semana), mini-vacaciones o para escapar de la rutina. Este estilo de vida obliga a la oferta turística a adaptarse a las modernas preferencias de los turistas.

Otro factor importante que contribuye al turismo interno es la calidad de la oferta turística. Según el Ministerio de Turismo:

En el 2006 existían 8 mil establecimientos registrados y algo menos de 40 mil personas trabajando en el sector turístico; mientras que para el 2012 se registran más de 20 mil establecimientos turísticos y más de 100 mil personas vinculadas directamente a la actividad turística. (Ministerio de Turismo, Octubre, 2012).

En este contexto, el alquiler de vehículos recreacionales –como casas rodantes para efectos turísticos– nace como un proyecto innovador y único en su especie, como se aprecia en las Figuras 1 y 2, y en el Anexo 2. Se ajusta a la tendencia actual del turista nacional, cuyo promedio estimado de estadía cuando viaja es de tres noches. De la misma manera, genera una fuente de ingresos para los habitantes de los pueblos del interior, quienes se pueden beneficiar indirectamente de este servicio al acondicionar lugares donde los excursionistas puedan estacionar sus casas rodantes, cumpliendo determinadas medidas de seguridad.

Figura 1. Vehículo recreacional.



Fuente: Motor Home, 2014.

Figura 2. Interior de un vehículo recreacional o casa rodante.



Fuente: Motor Home, 2014.

La afición por la naturaleza, la aventura y el rechazo a los planes exclusivos de hoteles y agencias de viajes y a la dependencia de los horarios de los restaurantes a la hora de comer, auguran el éxito a este tipo de negocio; el cual, por su naturaleza, ofrece un ambiente familiar y personalizado, y se presenta como un viaje privado en una casa sobre ruedas.

Es una opción que reúne más de dos servicios en una sola instalación: habitación, restaurante y movilización, dándole al viajero la sensación de disfrutar su libertad, de decidir a dónde ir y cuándo hacerlo. Además, el turismo en auto caravanas es “desestacional” porque su uso no depende de alguna fecha en especial.

1.7 Delimitación del problema.

La presente investigación propone el estudio de factibilidad del proyecto de alquiler de vehículos recreacionales (tipo casas rodantes) para actividades turísticas, dentro de una rutas interna, el cual será realizado en Guayaquil, en el 2014.

1.7.1 Limitación del problema.

Al ser un servicio especializado que comprenderá artefactos de alta tecnología, es probable que el segmento de mercado al que esté dirigido sea la población de clase media y media alta, de 30 años en adelante.

Capítulo 2

Marco Teórico

2.1 Estado del Arte

Luego de haber revisado en internet, se han encontrado 5 libros que se refieren al turismo recreacional y temas afines; asimismo se hallaron 4 artículos de diferentes autores, quienes se enfocan en el desarrollo del turismo recreativo. En cuanto a medios impresos, se encontraron 2 artículos publicados en diarios de circulación nacional y 2 internacionales, sobre el estado del turismo en Ecuador. (Figura 3).

Figura 1. Publicaciones sobre turismo recreacional



Fuente y elaboración: El autor

Zamorano (2007), en su libro *Turismo alternativo. Servicios turísticos diferenciados*, indica que existe por parte del hombre la demanda para satisfacer sus necesidades, entre las que están las de recreación, lo que implica que para ello debe realizarse un proceso en el que se deben cuidar todos los detalles que genere una oferta de calidad que sacie los requerimientos de los clientes. Entre sus recomendaciones está que el programa recreacional debe dirigirse a una población específica, en este caso sería a niños y adultos sin importar el límite de edad.

Otra de las sugerencias que plantea es determinar el campo de acción geográfico así como disponer de un sistema organizativo y administrativo y contar con un programa de actividades definido.

Por otra parte, McIntosh, R. W., Goeldner, C. R., & Brent Ritchie, J. R. (1999), en su libro *Turismo: planeación, administración y perspectivas*, señala que el turismo podría denominarse como la “ciencia, el arte y la actividad de atraer y transportar visitantes, alojarlos y satisfacer con buen gusto sus necesidades y deseos”, por lo que para ello cree que es fundamental que se haga un estudio a fondo acerca de todo lo referente al turismo y en especial del lugar donde queremos desarrollar nuestro programa en los que están por ejemplo: histórico, económicos, culturales, ambientales, etc.

Boullón (1990) indica en *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista*, que en los últimos años los gobiernos de la región se han preocupado por dotar de infraestructura y de todo lo necesario para atraer a turistas nacionales y extranjeros, lo que hace posible que en los países sudamericanos sea factible desarrollar programas relacionados al turismo.

Mientras, Viñals (2002) señala en *Turismo en espacios naturales y rurales II*, que existen diferentes herramientas e instrumentos con los que se logra la implementación de estrategias sostenibles para desarrollar turismo recreacional. También que es posible implementar nuevos programas de turismo en un país, si se elige y estudia adecuadamente los aspectos relacionados con el tema.

González y Perini (2009), en su libro *Formulación de proyectos turísticos*, sostienen que todo programa turístico debe trabajar con una visión integradora de diferentes enfoques, con lo que se busca definir distintas vías para la realización del proyecto. Además de que debe haber una propuesta innovadora que logre llegar al público y entre en el mercado.

Santana (Octubre, 2003) indica en su artículo *Turismo cultural, culturas turísticas*, que el turismo a más de ser una fuente de recursos económicos, también permite el entretenimiento de las personas y que conozcan más acerca de su país a través de los diferentes programas que se desarrollen. Por lo que es importante para un país impulsar el turismo para nacionales y extranjeros.

Del artículo de Mantero (2001) sobre el desarrollo recreacional en Buenos Aires, Argentina, podemos tomar algunos aspectos que determina como importantes e indispensables para el turismo en un lugar para ser trasladados al plan a desarrollarse en cuanto a las casas rodantes en nuestro país. Uno de ellos, resaltar el entorno natural de cada sitio.

Santana (Febrero, 2002) sostiene que al haber la demanda, todo sitio turístico puede ser explotado a través de un plan organizado y correctamente elaborado. La promoción adecuada de un sitio podría llegar a atraer a gran cantidad de personas, haciendo que el proyecto se vuelva exitoso y beneficioso tanto para una comunidad y como para la empresa que lo impulsa.

Gerlero (Noviembre, 2005) se refiere al desarrollo del turismo recreacional en un lugar a manos de la población local, es decir una comunidad es la encargada de desarrollar los proyectos recreativos-turísticos. Este plan es visto como una medida de apoyo a los ciudadanos, en donde pueden encontrar en el turismo el sustento de sus hogares al convertirse en su negocio.

Pérez (30 de junio, 2014) recoge las declaraciones del ministro de Turismo Vinicio Alvarado, quien agrega que el país está en el camino para convertirse en una potencia turística. Al momento, el turismo interno supera los \$5.000 millones, actividad que, según Alvarado es la que más creció en el último año. "El turismo interno es alto y es el que más reparte riqueza. Este año estamos más comprometidos como 220 millones y se prevé hasta el 2017 cerca de 1500

o 2000 millones solo en inversión turística a nivel nacional”, puntualizó el jefe de esa cartera de Estado.

El Comercio (14 de junio, 2014), por su parte, destaca las consideraciones de la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (Cepal) sobre el escenario turístico en el país desde el 2013. Según la publicación quiteña, la Cepal indicó que la llegada de turistas y los ingresos económicos aumentan en el Ecuador, pero menos que sus competidores en la región (Colombia, Perú); igualmente cataloga al país como un destino *low cost* (de bajo costo).

Por otro lado, Hosteltur (17 de junio, 2014) señala que la industria de viajes y turismo es resistente a la crisis económica mundial y se mantiene continuamente en expansión. Según las declaraciones que recoge EFE del director ejecutivo del Consejo Mundial de Viajes y Turismo (WTTC, en inglés), David Scowsill, este año y el año pasado la industria va a crecer entre el 4% y el 5% y va a continuar con el crecimiento a esas tasas en los próximos 10 años. El presidente del WTTC consideró que las mayores oportunidades para la industria se encuentran en Asia y América Latina, aunque dijo que todavía falta que se mejore la infraestructura en aeropuertos, hoteles y carreteras con asociaciones público-privadas.

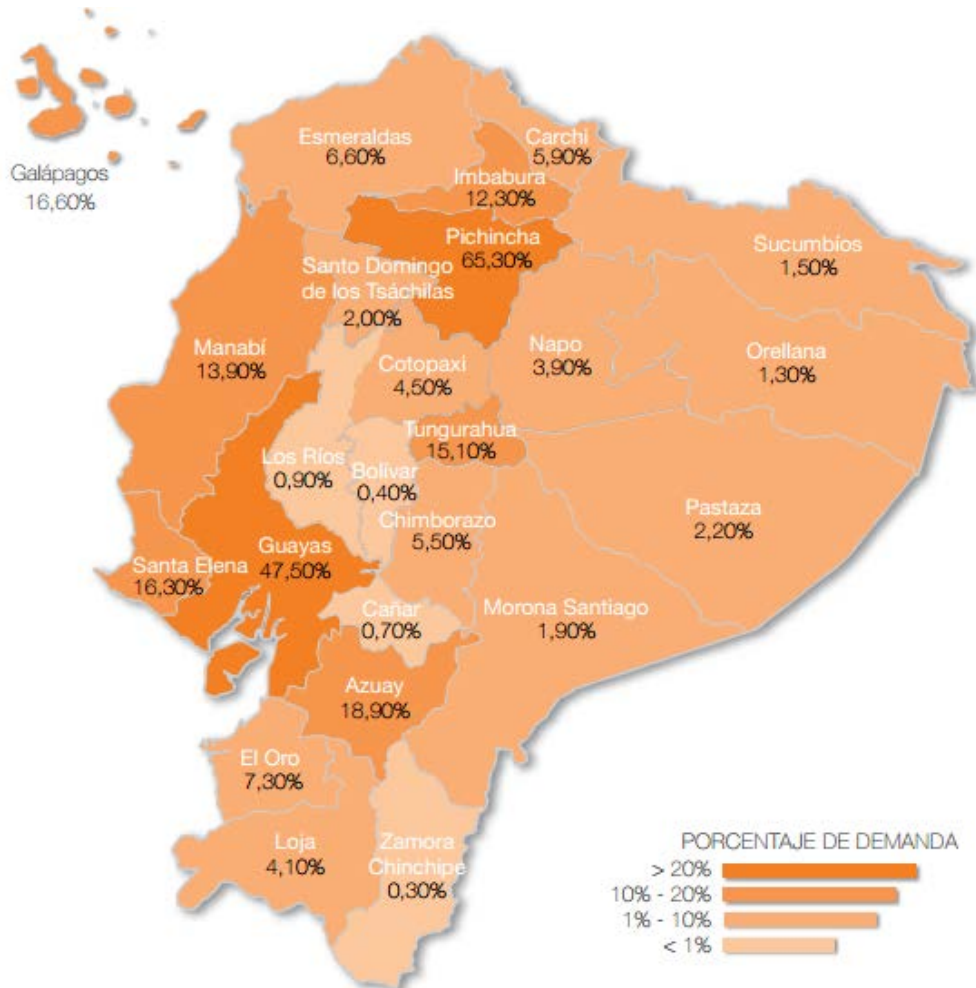
Viajar en auto caravana: un turismo en auge (Palomo, 2012). La autora de este artículo resalta esta modalidad de turismo como una posibilidad de viajar sin hacer reservas de alojamiento y contacto directo con la naturaleza. Turismo itinerante impulsado por la crisis.

2.2 Antecedentes del mercado turístico en el Ecuador

El Ministerio de Turismo del Ecuador analiza la situación del mercado turístico del país en base a la llegada de extranjeros al territorio nacional. En el 2012 publicó el documento denominado *La experiencia turística en el Ecuador*, el cual señala los principales resultados de los estudios realizados durante el año

2011 por parte de esa cartera de Estado en lo referente a la investigación del turismo receptor e interno. Analiza tanto la demanda extranjera (Figura 4) como interna.

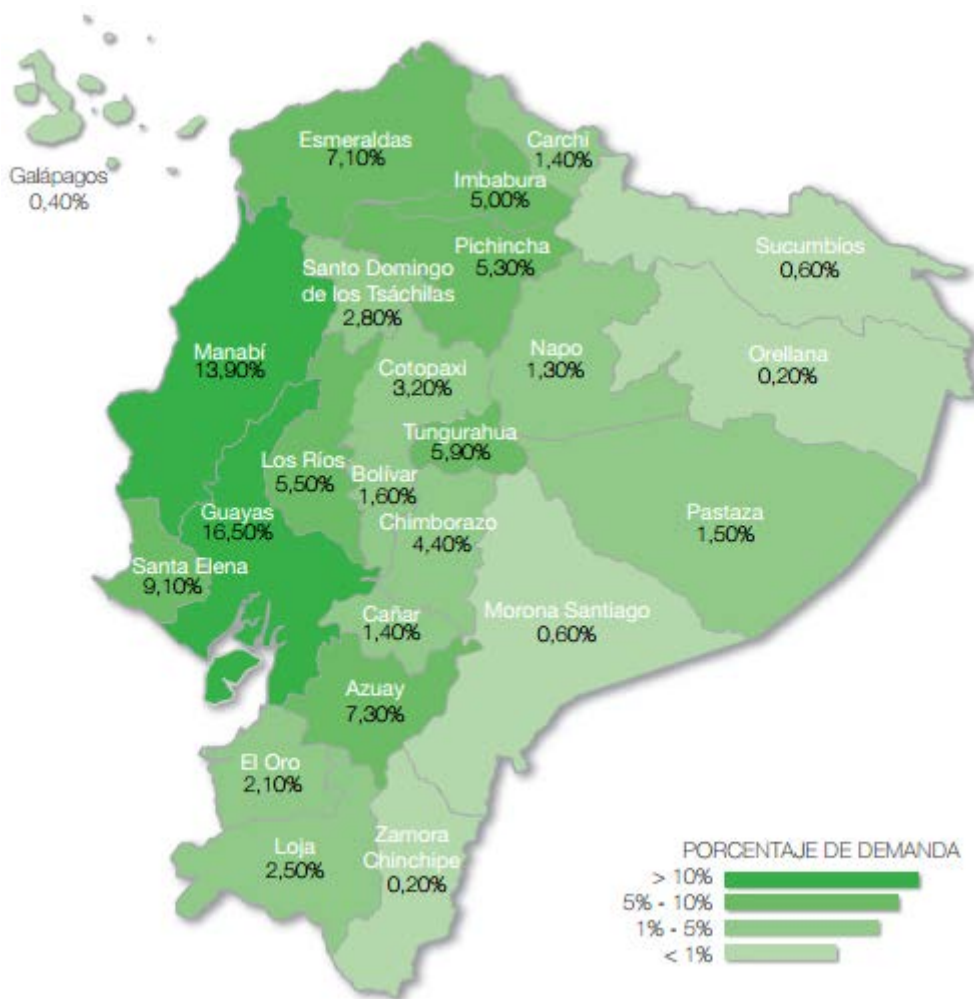
Figura 4. Concentración de la demanda extranjera en el 2011.



Fuente: La experiencia turística del Ecuador. Cifras esenciales de turismo interno y receptor. Ministerio de Turismo (2012).

En la figura 4 se puede observar que las ciudades más visitadas por los turistas extranjeros durante el año 2011 fueron Quito con un 66% del total de visitantes, Guayaquil (47%), Cuenca (19%), Galápagos (15%) y Baños (11%). El gasto turístico promedio del turista extranjero en el país asciende a USD\$1.000. Se estima una estadía promedio de 14 noches.

Figura 2. Concentración de la demanda nacional



Fuente: La experiencia turística del Ecuador. Cifras esenciales de turismo interno y receptor. Ministerio de Turismo (2012).

De acuerdo a la figura 5, las ciudades preferidas para visitar por los turistas nacionales durante el año 2011 fueron Guayaquil con un 8,1% del total de visitantes, Quito (6,1%), General Villamil Playas (3,5%), Salinas (3,4%) y Atacames (3,4%). Por otra parte, el gasto turístico promedio del turista nacional asciende a USD\$94 con una estadía promedio estimada de 3 noches.

El informe mencionado también expone las características del visitante extranjero y nacional:

2.2.1 Perfil del visitante extranjero

- El 52% de los turistas no residentes tienen un rango de edad entre 18 y 34 años.
- El 75% de los turistas no residentes tienen educación universitaria, maestría o PhD (doctorado).
- Un 44,9% de los turistas no residentes está casado; el 44,6%, es soltero; 5,1% declaró estar en unión libre; 3,3% está divorciado; 1,3% viudo; y el 0,8% no responde.
- Con respecto a la ocupación de los turistas no residentes, un 20% corresponde a funcionarios de oficina; el 18% a estudiantes; el 16% a profesionales científicos y el 12% manifiestan ser profesionales de nivel medio, entre otros.
- El 63% de los turistas no residentes manifiesta que su motivo de viaje se debió a vacaciones, recreo y ocio; el 19% visitó a familiares y amigos y el 6% permaneció por motivos de negocios, entre otros motivos.
- Un 29,5% de los turistas no residentes manifestó que requirió de un mes para planificar el viaje; el 24,1% necesitó de 2 a 4 meses y el 20,6% planeó su viaje de 1 a 3 semanas, entre otras opciones.
- El 73,8% de los turistas no residentes realizó actividades relacionadas con el turismo cultural; el 21,0% efectuó ecoturismo; el 10,2% hizo actividades de sol y playa y el 3,9% se inclinó por turismo de deportes y aventura, entre otros.

- Un 68% de los turistas no residentes organiza su viaje por cuenta propia; el 16% a través de un tour operador; el 10% lo realiza de las dos formas y un 6% lo efectúa a través de terceros.
- El 66% de los turistas no residentes manifiesta haber realizado una visita al Ecuador en los últimos 3 años; el 28% realizó de 2 a 4 visitas, y el 6% efectuó más de 5 visitas.
- Los turistas no residentes viajaron solos en un 33%; con amigos (27%); con su pareja (23%) y en menores porcentajes con la familia, compañeros de trabajo o en un grupo organizado.

2.2.2 Perfil del visitante nacional.

- La visita a familiares y amigos es el principal motivo de desplazamiento de los turistas internos, seguido de las vacaciones, recreo y ocio, cuyos registros alcanzan el 46,31% y 33,14%, en su orden.
- El gasto del turista interno está compuesto en su mayoría por el rubro que corresponde a Alimentos y Bebidas (34,24%) y un 29,05% que corresponde a gasto de transporte.
- En términos generales, el 51,0% de visitantes internos manifiesta que en su desplazamiento dentro del territorio nacional realizó actividades relacionadas con Sol y Playa, en tanto que el 26,0% señala que efectuó actividades de turismo cultural, entre otras.
- El 72,78% de visitantes internos manifiesta que su lugar de alojamiento fue la vivienda de familiares o amigos mientras que el 21,17% se hospedó en hoteles, hostales y similares, entre otros.

- El 51,12% de los viajes fueron realizados por autobús como principal medio de transporte, mientras que el 39,59% se movilizó en vehículo propio.
- El 41,14% de visitantes internos manifiesta que la experiencia de visitas anteriores influye en la elección del destino; el 32,47% señala que se encuentra motivado por la invitación de amigos y/o familiares; y el 19,12% por consejo de éstos.

2.2.3 Principales indicadores de turismo.

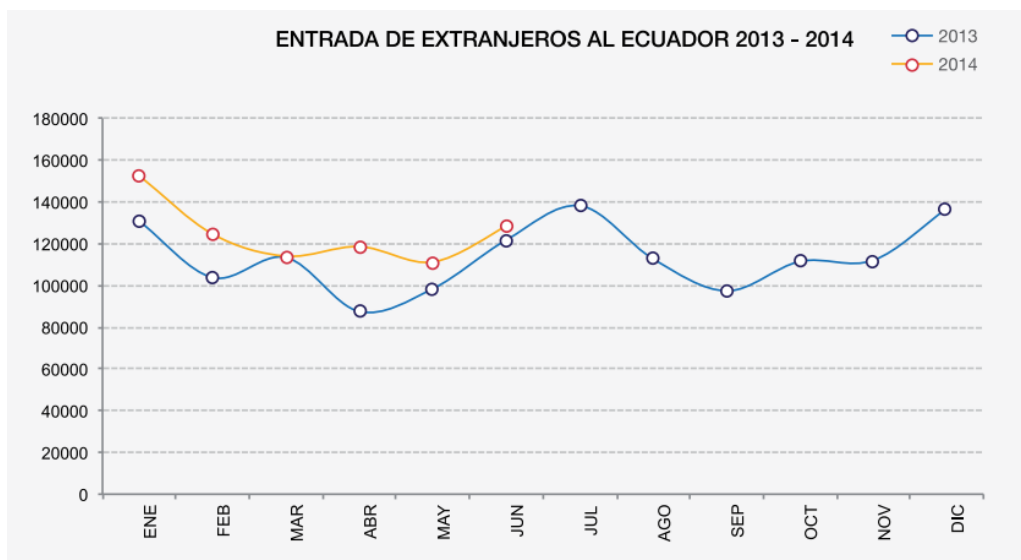
Al 2013, última fecha con datos consolidados proporcionados por esa cartera de Estado en el boletín de principales indicadores de Turismo a junio del presente año (2014), se destaca la siguiente información:

- 1'364.057 de llegadas de turistas internacionales a Ecuador.
- El 70% de llegadas fue por vía aérea.
- El 29% de llegadas fue por vía terrestre.
- El 58% de los turistas extranjeros provinieron de América del Sur, Central y El Caribe.
- El 16% de los visitantes extranjeros pertenecen a la región europea;
- Por concepto de Turismo se recolectaron \$1.251,3 millones de dólares en divisas.
- En cuanto a la balanza turística, se produjo un superávit de 264,3 millones de dólares.

A junio de 2014 mantiene un sostenido crecimiento en las llegadas de extranjeros al Ecuador. De acuerdo a cifras provisionales, se produjo un

incremento de 6% con respecto a las llegadas registradas en mayo de 2013 como se puede observar en la Figura 6. (Ministerio de Turismo, 2014).

Figura 3. Tasa de incremento de la llegada de extranjeros a Ecuador



Fuente: Principales indicadores de Turismo. Ministerio de Turismo. Boletín No. 6. (Junio, 2014).

El documento también señala las llegadas por jefatura de migración (se entiende por provincias), como se puede observar en la Tabla 1.

Tabla 1. Llegadas por jefaturas de migración.

Jefatura	Enero		Febrero		Marzo		Abril		Mayo		Junio		Enero-Junio	
	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014	2013	2014
Pichincha	48.060	53.670	43.484	52.796	51.318	51.781	43.051	50.495	48.524	52.611	58.959	63.528	293.366	324.881
Guayas	27.663	30.578	26.403	29.079	26.884	29.427	19.986	25.557	23.871	26.418	29.966	28.503	154.773	169.562
Carchi	31.802	39.657	13.041	16.816	19.796	14.080	11.335	23.355	13.108	13.271	19.195	19.014	108.277	126.193
El Oro	18.359	19.840	17.836	20.433	11.736	12.117	9.933	11.985	10.119	12.228	9.863	12.447	77.846	89.050
Loja	1.208	1.268	1.095	1.356	881	1.054	821	1.155	828	1.206	881	984	5.724	7.023
Otras jefaturas	3.751	7.563	1.902	4.104	2.744	5.548	2.350	6.067	16.964	5.443	2.908	3.976	15.619	32.701
Total	130.843	152.576	103.761	124.584	113.359	114.007	87.486	118.614	98.414	111.177	121.742	128.452	665.605	749.410

Fuente: Principales indicadores de Turismo. Ministerio de Turismo. Boletín No. 6. (Junio, 2014).

Guayas y Pichincha son las provincias que reciben mayor afluencia de extranjeros; aunque en Guayas se redujo en 4% las llegadas en el último año (junio, 2013 a junio, 2014), en tanto que en Pichincha se incrementó 8,5% en el mismo periodo.

Los principales mercados turísticos de Ecuador, registrados hasta el cierre de esta investigación, son los que registran mayor número de llegadas al territorio, siendo los principales Colombia, Estados Unidos y Perú. (Tabla 2).

Tabla 2. Principales mercados turísticos del Ecuador

2014									
Rk	País	ene	feb	marzo	abril	mayo	junio	ene-junio	% part.
1	Colombia	54.467	26.770	22.799	34.721	23.238	30.743	192.138	32.8
2	Estados Unidos	19.262	19.982	21.777	17.855	20.947	32.125	131.948	22.5
3	Perú	15.570	19.154	11.907	11.697	11.694	12.386	82.408	14.0
4	Argentina	11.789	6.365	6.893	3.880	6.642	8.091	41.780	7.1
5	Venezuela	6.464	7.033	5.566	6.657	4.064	2.924	33.970	5.7
6	Chile	4.964	7.076	4.926	2.816	4.693	7.350	32.158	5.4
7	España	5.402	5.158	3.925	4.628	3.224	2.254	24.259	4.1
8	Canadá	3.586	3.219	3.377	3.215	2.893	2.054	18.290	3.1
9	Alemania	2.291	3.457	3.500	2.464	1.962	1.782	13.674	2.6
10	México	2.089	1.932	2.369	2.268	2.403	2.230	13.240	2.2
	Total	152.576	124.584	87.039	90.202	81.688	101.939	586.247	100.0

Fuente: Principales indicadores de Turismo. Ministerio de Turismo. Boletín No. 6. (Junio, 2014).

En cuanto a la salida de ecuatorianos al exterior es una información que no se considera pertinente para el desarrollo de este proyecto, porque la idea del nuevo servicio es estimular el turismo interno, más no lo contrario.

No obstante, en lo que respecta a las salidas de ecuatorianos, el Ministerio de Turismo presenta la siguiente información (Ministerio de Turismo, 2014):

- Durante junio de 2014, 87.227 compatriotas salieron al exterior. Esto significa un crecimiento del 12% en relación a junio del 2013;

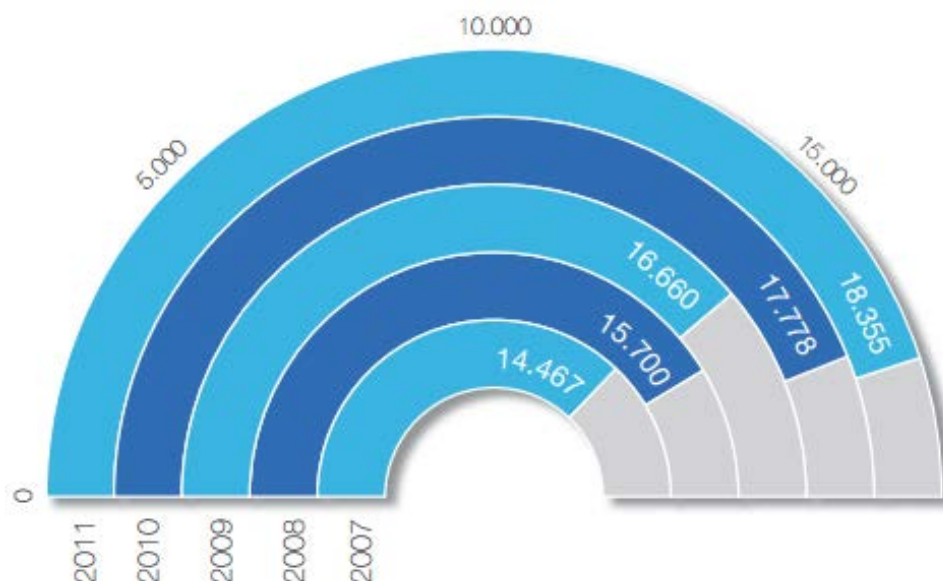
- Durante enero-junio 2014 se evidenció un considerable crecimiento de salidas, alrededor de 15% superior al mismo periodo del año pasado.
- El mayor número de ecuatorianos que salieron al exterior hasta junio de 2014 son de la provincia del Guayas, siendo alrededor de 40.000. Le sigue Pichincha, con 34.000. En ambas provincias este número se vio incrementado entre 8% y 15%, respectivamente, en el periodo comprendido de enero a junio 2013, en contraste al mismo periodo del año anterior;
- El 84% de ecuatorianos que salen al exterior lo hacen por vía aérea; el 13% por vía terrestre;
- Los principales destinos turísticos de los ecuatorianos son Estados Unidos, Perú y España.

2.2.4 Antecedentes de la industria

El turismo en la economía ecuatoriana ocupa la cuarta posición de los ingresos del país, después del banano y plátano, camarón, y otros elaborados marítimos. Todo esto, gracias a los más de mil millones de dólares que ha recibido este rubro en el año 2012 y 2013, según las cifras del Banco Central del Ecuador. (Banco Central del Ecuador, 2013).

Se podría decir que este importante movimiento se debe al dinamismo que tuvo esta actividad en los últimos años. Durante el período 2007-2011 se presentó un incremento del 26,87% de establecimientos registrados en el Ministerio de Turismo y un aumento del 3,24% entre los años 2010 y 2011, como se puede observar en la Figura 7. (Ministerio de Turismo, 2012).

Figura 7. Establecimientos turísticos registrados



Fuente: La experiencia turística del Ecuador. Cifras esenciales de turismo interno y receptor. Ministerio de Turismo (2012).

En el año 2011 se registraron en el Ministerio de Turismo 178.374 plazas de alojamiento en el país, mostrando un incremento del 21,32% respecto a las plazas instaladas en el año 2007. (Tabla 3).

Tabla 3. Capacidad de alojamiento en el Ecuador.

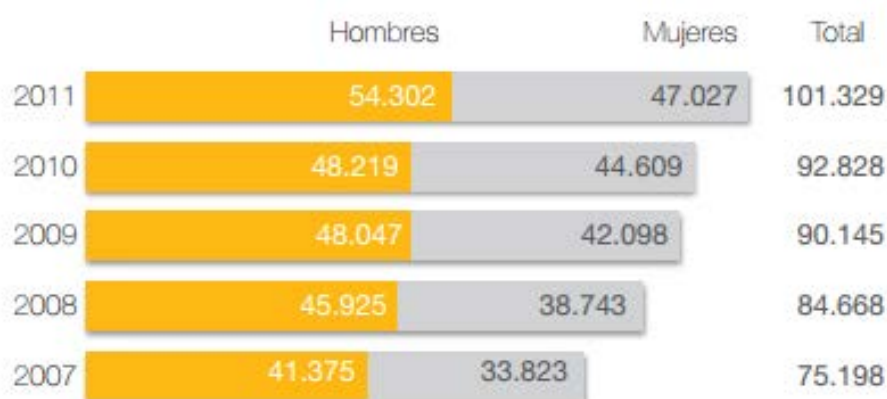
Año	No. de establecimientos	No. de habitaciones	No. de Plazas
2007	3.213	68.805	147.025
2008	3.399	79.235	168.626
2009	3.615	72.958	159.629
2010	3.739	76.808	170.236
2011	3.935	78.907	178.374

Fuente: La experiencia turística del Ecuador. Cifras esenciales de turismo interno y receptor. Ministerio de Turismo (2012).

Elaboración: El autor

Los empleos directos registrados en la industria turística se incrementaron en el 34,75% durante el período 2007- 2011, al pasar de 75.198 a 101.329. (Figura 8).

Figura 8. Generación de empleo turístico



Fuente: La experiencia turística del Ecuador. Cifras esenciales de turismo interno y receptor. Ministerio de Turismo (2012).

2.3 Nivel de satisfacción de los servicios turísticos en Ecuador.

El Ministerio de Turismo clasificó en cuatro categorías el nivel de insatisfacción de los servicios turísticos en Ecuador. Esta herramienta permite analizar la percepción de los turistas extranjeros en relación a diferentes aspectos de su visita al Ecuador así como su consecuente predisposición a regresar y a recomendar al país como un destino turístico. Por lo que se debe prestar debida atención a factores que pueden servir de guía para moldear mejores servicios en nuevos emprendimientos. (Ministerio de Turismo, 2012).

2.3.1 Amabilidad del servicio.

Transporte: Este servicio fue altamente valorado por los turistas no residentes en un 76,7% de la categoría más alta en la escala.

Alimentación: El 83,5% de los turistas no residentes declara estar conforme con el servicio y lo valora en la categoría de 8 a 10.

Alojamiento: Los turistas no residentes manifiestan que el personal que brinda el servicio turístico lo ofrece con amabilidad. El 87,4% cataloga el servicio en la escala de 8 a 10.

2.3.2 Seguridad del servicio.

Transporte: Los turistas no residentes catalogan este servicio en la categoría más alta de la escala en un 70%.

Alimentación: Al 78% de los turistas no residentes le parece seguro este servicio y lo valora en la categoría de 8 a 10.

Alojamiento: Los turistas no residentes se muestran conformes con la seguridad del establecimiento en un 82% y catalogan el servicio en la escala de 8-10.

2.3.3 Comodidad en el servicio.

Transporte: El 70% de los turistas no residentes cataloga este servicio en la categoría más alta de la escala.

Alimentación: Los turistas no residentes se muestran conformes en un 78% con este servicio y lo valoran en la categoría de 8 a 10.

Alojamiento: Al 80% de los turistas no residentes le parece que este servicio es cómodo y lo cataloga en la escala del 8 al 10.

2.3.4 Higiene en el servicio.

Transporte: Los turistas no residentes catalogan este servicio en la categoría más alta de la escala en un 69%.

Alimentación: El 77% de los turistas no residentes está conforme con la higiene de este servicio y lo valora en la categoría de 8 a 10.

Alojamiento: Los turistas no residentes manifiestan conformidad con la higiene del establecimiento en un 78% y catalogan el servicio en la escala de 8 a 10.

2.4 Predisposición a volver y recomendar el país

Considerando una escala del nivel 1 al 10, el 91% de los turistas no residentes manifiesta que regresaría al Ecuador calificando muy positivamente en la escala del 8 al 10, mientras que un 9% otorga una calificación del 1 al 7.

El 92% de los turistas no residentes recomienda visitar el Ecuador con una calificación de 8 a 10, mientras que un 8% evalúa en el nivel del 1 al 7 de la escala.

Con respecto a la percepción de los precios de servicios y/o productos que ofrece el país, el 68% de los turistas no residentes considera que el Ecuador tiene precios normales, el 21% manifiesta que los precios son baratos y el 11% los considera caros.

El 88% de los turistas no residentes otorga una calificación de 8 a 10 a la satisfacción global de su permanencia en Ecuador, mientras que un 12% de los encuestados valora en el nivel del 1 al 7.

El 71% de los turistas no residentes considera a Ecuador como su país favorito en Latinoamérica.

2.5 Marco teórico

2.5.1 Estudio de factibilidad

2.5.1.1 Definición

Estudio de factibilidad es la suma de los análisis financieros, económicos y sociales de una inversión o proyecto. En base es este minucioso análisis se toma la decisión de si procede ejecutar o desarrollar un estudio o proyecto.

Toda la información y datos recolectados contribuyen a disminuir el riesgo de la implementación del proyecto. (Sapag y Sapag, 2008).

2.5.1.2 Etapas

- 1. Estudio organizacional y administrativo:** Toma en cuenta factores propios de la actividad administrativa del proyecto (organización, procedimientos administrativos, y aspectos legales).
- 2. Estudio de mercado:** Analiza la demanda del proyecto, los consumidores del producto o servicio a ofrecer, la competencia del mercado, comercialización del producto y proveedores.
- 3. Estudio de marketing:** La descripción de la propuesta del nuevo servicio y producto y todos los mecanismos mediante los cuales llegará hasta el cliente (producto, precio, promoción, plaza).
- 4. Estudio técnico:** Permite cuantificar la inversión inicial y el costo de operaciones del proyecto.
- 5. Estudio financiero:** Es la última etapa. Ordena y categoriza la información económica, cuadros analíticos y todos los datos relacionados con la rentabilidad del proyecto. Finalmente concluye si el negocio es viable o no.

2.5.1.3 Servicio turístico

Una de las facetas del turismo incluye la exploración o el viaje a áreas remotas, donde el viajero puede acceder a vacaciones inusuales. La extensión y la regeneración de los caminos en los últimos años han dado acceso a los automovilistas a una multitud de lugares de descanso y convivencia con la naturaleza. Sin embargo, estos sitios generalmente carecen del número

adecuado de albergues necesarios para pasar una temporada de vacaciones corta o larga.

Esto es en especial para los turistas que buscan actividades al aire libre; conocer lugares, su gente y su cultura de manera activa y participativa; o descubrir la zona a través del patrimonio y los elementos etnográficos y culturales tradicionales, utilizando preferentemente el sistema tradicional de vías de comunicación, como cañadas reales, caminos vecinales y senderos.

Una carpa con catres, ropa de cama, mesa, sillas, útiles de cocina, vajilla y demás equipo para la vida de acampada con cierta comodidad, así como el equipaje personal para cuatro personas, tiene tanto peso y volumen que es imposible transportarlo en un carro. De ahí surgió la necesidad de acoplar un vehículo para carga, que más tarde se convirtió en la casa rodante tal como se la conoce. Con este tipo de transporte puede acamparse en un parque, una zona ecológica, la playa, sobre un cerro o montaña, sobre nieve, en un bosque, una selva o incluso dentro de una gruta.

Los vehículos de casa rodante constituyen en varios países, tanto europeos como norteamericanos, un elemento esencial en el desarrollo del turismo. La apertura de los mercados internacionales ha permitido que las personas puedan acceder a bienes y servicios que no podían proveerse internamente en un país, y que sólo eran conocidos a través de revistas especializadas, televisión e internet.

Actualmente, el gobierno ecuatoriano promueve el turismo consciente en Ecuador, el turismo comunitario, ecoturismo, *slowtourism* (turismo lento) y los negocios turísticos productivos. Es uno de los pilares de las políticas públicas del país, lo que representa una oportunidad para emprender negocios en la industria verde. Vale recalcar que también es un punto sensible para la inversión social y privada. El Plan Nacional del Buen Vivir del Ecuador, hoja de ruta de las políticas públicas que toma en cuenta a las agendas sectoriales,

zonales, así como los planes de desarrollo y ordenamiento territorial, lo considera un sector importante de desarrollo en el país, para generar nuevos puestos de trabajo y redistribuir la riqueza. (Senplades, 26 de junio, 2013).

Los siguientes autores pueden tomarse como referencia para la presente investigación:

Fundamentos de marketing (Kotler & Armstron, 2008). Texto de marketing introductorio que equilibra la teoría, práctica y pedagogía de los conceptos de esta disciplina. Le dice al lector que el marketing está en todos lados, y todos necesitamos saber algo de él.

Marketing de servicios (Zeithaml, 2009). El libro trata de cómo los mercados internacionales actualmente son dominados o están dirigidos por los servicios, y cómo la mayoría de las grandes corporaciones ven en los servicios un área de desarrollo y una parte estratégica para crear una ventaja competitiva que retenga a los clientes. Introducción a los servicios, expectativas de los clientes, diseño y desarrollo de servicios, entre otros temas.

Marketing turístico (Serra, 2002). Esta obra analiza y describe los elementos que diferencian los productos y servicios turísticos de otros, y las peculiaridades inherentes a su comercialización. En la parte tercera del libro se desarrolla la gestión del marketing-mix y la planificación comercial estratégica en turismo, dado que tienen distintas consideraciones de carácter comercial una compañía aérea, un hotel, un restaurante, un tour operador, una agencia de viajes, un parque de atracciones, un museo o un destino turístico.

2.5.1.4 Fundamentación teórica

- Marketing de servicios.
- Marketing turístico y características.
- Análisis del negocio (FODA).

- Recientes maneras de hacer turismo: turismo consciente, comunitario, ecológico y *slowtourism*.

2.5.1.5 Fundamentación administrativa

Administración (Stoner, J., Freeman, E. & Gilber, D., 1996). La meta de esta publicación es mostrar cómo se están adaptando los gerentes eficaces a los cambios en el entorno empresarial.

Economía y administración de empresas turísticas (Rojo, 1998). Para aprender a administrar y gestionar una empresa, haciendo especial referencia a las peculiaridades de los principales tipos de compañías turísticas y conocer el proceso a seguir para crear su propia empresa (plan de negocio, estudio de viabilidad, trámites administrativos).

Organización, gestión y creación de empresas turísticas (Rivas, 2005). Se pretende ofrecer una visión global de todos los aspectos relevantes en el proceso emprendedor de una empresa turística.

2.6 Marco conceptual

2.6.1 Autocaravana

Casa rodante o *motorhome*. Es un vehículo que incluye un mobiliario básico en su interior a modo de casa u hogar, para ser usado como vivienda durante los viajes (Wikipedia, 2014). Proporciona los dos medios básicos para viajar: transporte y alojamiento. La disponibilidad inmediata, y la capacidad para alojar a sus pasajeros en cualquier espacio donde esté permitido estacionar, son los principales motivos por los que en algunos países se ha convertido en la forma ideal para viajar. (Hermo, 2008).

La autocaravana está dotada de motor y de un sistema de dirección independiente (Autocaravanistas independientes por sus derechos, 2012, p. 10). En su construcción se emplea el chasis de un camión, sobre el que se monta un módulo habitable. Algunos modelos tienen niveles de comodidad, habitabilidad y lujo muy altos. En algunos países en los que una parte importante de la población cambia con frecuencia de trabajo y lugar de residencia, como Estados Unidos, la autocaravana es usada como residencia habitual. Mientras que su uso turístico es mayor en Europa.

Las autocaravanas son vehículos que potencialmente pueden ser usados para acudir a los campamentos, pero no exclusivamente. (Sensagent, 2013).

2.6.1.1 Historia de las autocaravanas o tráileres de viaje

En Europa, los orígenes de los remolques y caravanas se remonta a los viajes de personas de etnia romaní (gitanos) y feriantes que pasaron la mayor parte de su vida en caballos remolques movidos. El naturalista e investigador británico Sir Samuel White Baker aparentemente difundió su uso fuera de la esfera gitana. Él les compró a unos gitanos una caravana en Inglaterra y la envió a Chipre para iniciar una gira, en 1879. (White, 1879).

Más adelante se conoció que el primer tráiler de ocio del mundo fue construido por la compañía de buses Bristol en 1880, para el Dr. William Gordon Stables, un autor popular de ficción de aventuras para adolescentes, quien ordenó una "caravana de caballeros". Era un diseño de 18 pies (5,5 metros), con descripciones basadas en su Biblia los Vagones, que Gordon bautizó como Wanderer (viajero). Él viajó por todo el campo británico en el mismo y más tarde escribió un libro que documenta sus viajes en 1885 llamado The Gypsy Gentleman o El gitano caballero. (Caravanquoter, 2011).

A finales de ese siglo, las actividades por recreación, placer y ocio en caravanas fueron adquiriendo popularidad. Las primeras referencias al

caravaning como actividad ocio-turística datan de principios del siglo XX, cuando comenzó a desarrollarse dentro de los clubes campistas de Reino Unido y Francia, señala la empresa española Comercial Caravaning (2013).

En 1901, se estableció el primer club *caravaning* dedicado a esta actividad. El Club de Campamentos y Caravanas (originalmente la Asociación de Ciclocampistas) fue fundada por Thomas Hiram Holding, el padre del *cámping* moderno en 1907. Stables fue su primer presidente. Uno de sus misiones era "(...) reunir a los interesados en la vida en el campamento como un pasatiempo (...) para mejorar y facilitar furgonetas adecuadas con electrodomésticos (...) y disponer zonas de acampada". (Historic Caravan Club, 2013).

El *caravaning* ganó popularidad en América del Norte en la década de 1920. Una de las primeras caravanas y remolques de fabricación casera en América fue construido por John "Jack" Anthony Porcella, tendero-barbero-restaurador-minero en 1933 que viajó extensivamente a través de los estados del oeste. (Gypsy Waggon, 2006). Esas casas rodantes venían en una gama de tamaños, desde pequeños remolques de dos literas sin inodoro e instalaciones sólo básicas de cocina.

Después, en la década de los '40, los surfistas estadounidenses popularizaron las caravanas como un medio de transporte cómodo y económico para usarlo como vivienda en la playa mientras practicaban su deporte preferido.

La irrupción de la autocaravana no se produciría hasta finales de los años 70 y su popularización trajo consigo un incremento del turismo itinerante en Europa, dentro y fuera de los *campings*. El afán por mejorar el confort de las caravanas y autocaravanas traería consigo la fabricación de las casas móviles, que surgen en los años 80 en Inglaterra. (Comercial Caravaning, 2013).

2.6.2 Turismo consciente

Experiencia de un turismo amigable con el ambiente y las culturas. El Ministerio de Turismo del Ecuador propone la práctica del turismo consciente, el cual se sustenta en los principios de sostenibilidad y ética y promueve los valores de la paz, la amistad, el respeto y el amor a la vida como la esencia de la práctica turística. (Ama la vida TV, 2012).

2.6.3 Turismo comunitario

Es la relación de la comunidad con los visitantes desde una perspectiva intercultural en el desarrollo de viajes organizados, con la participación consensuada de sus miembros, garantizando el manejo adecuado de los recursos naturales, la valoración de sus patrimonios, los derechos culturales y territoriales de las nacionalidades y pueblos, para la distribución equitativa de los beneficios generados. (Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador, n. d.).

2.6.4 *Slow tourism*

Es un movimiento que llama a las personas a viajar con serenidad y alejarse del ritmo acelerado y frenético de la vida cotidiana –y del turismo tradicional. Esta propuesta tiene como objetivo que los viajeros descubran, exploren, vivan, saboreen y convivan con el lugar que visitan, lentamente, sin apuro. El *slow tourism* convierte a los turistas en viajeros y a los pequeños detalles en experiencias grandiosas. (Ama la vida TV, 2012).

2.6.5 Marketing turístico

No confundir con *marketing de destinos*, el cual es una herramienta para promocionar una ciudad, región o país que buscan posicionarse como un destino atractivo; en tanto que el marketing turístico abarca tanto a localidades

como a empresas que actúan en la esfera del ocio y la recreación. (Vegazo, 2011).

2.7 Marco Legal

2.7.1 Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

La presente Ley tiene por objeto la organización, planificación, fomento, regulación, modernización y control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial, con el fin de proteger a las personas y bienes que se trasladan de un lugar a otro por la red vial del territorio ecuatoriano, y a las personas y lugares expuestos a las contingencias de dicho desplazamiento, contribuyendo al desarrollo socio-económico del país en aras de lograr el bienestar general de los ciudadanos (art. 1, Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial).

De acuerdo al art. 51, se establecen las siguientes clases de servicios de transporte terrestre:

- a) Público;**
- b) Comercial;**
- c) Por cuenta propia;**
- d) Particular.**

Por otro lado, en el art. 57 de la ley se denomina como servicio de transporte comercial el que se presta a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, siempre que no sea servicio de transporte colectivo o masivo. Para operar un servicio comercial de transporte se requerirá de un permiso de operación, en los términos establecidos en la presente Ley y su Reglamento.

Dentro de esta clasificación, entre otros, se encuentran el servicio de transporte escolar e institucional, taxis, tricimotos, carga pesada, carga liviana, mixto, turístico y los demás que se prevean en el Reglamento, los cuales serán prestados únicamente por compañías y cooperativas autorizadas para tal objeto y que cumplan con los requisitos y las características especiales de seguridad establecidas por la Comisión Nacional. A esta categoría pertenecerá el servicio de vehículos recreacionales.

Son títulos habilitantes de transporte terrestre los contratos de operación, permisos de operación y autorizaciones, los cuales se otorgarán a las personas jurídicas domiciliadas en el Ecuador que tengan capacidad técnica y financiera y que cumplan con los requisitos exigidos en la Ley y los reglamentos (art. 72, Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial).

Corresponde a los Gobiernos Autónomos Descentralizados Regionales, Metropolitanos y Municipales, en ejercicio de sus respectivas competencias, en el ámbito de su jurisdicción, otorgar los siguientes títulos habilitantes según corresponda (art. 75, Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial):

- a)** Contratos de Operación para la prestación de servicio de transporte público de personas o bienes, en cualquier tipo, para los ámbitos intraregional; interprovincial; e intracantonal;
- b)** Permisos de Operación para la prestación de los servicios de transporte comercial, en cualquier tipo, para los ámbitos intraregional; interprovincial; e intracantonal; y,
- c)** Autorizaciones para operación de servicios de transporte por cuenta propia, en cualquier tipo, en el ámbito intraregional; interprovincial; e intracantonal.

2.7.2 Reglamento de la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

De los tipos de transporte comercial:

El servicio de transporte terrestre comercial de pasajeros y/o bienes (mercancías), puede ser de los siguientes tipos (art. 62, Reglamento de la Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial):

- 1. Transporte Escolar e Institucional:** Consiste en el traslado de estudiantes desde sus domicilios hasta la institución educativa y viceversa; y en las mismas condiciones al personal de una institución o empresa pública o privada. Deberán cumplir con las disposiciones del reglamento emitido para el efecto por la ANT y las ordenanzas que emitan los GADs. En casos excepcionales donde el ámbito de operación sea interregional, interprovincial o intraprovincial, su permiso de operación deberá ser otorgado por el organismo que haya asumido la competencia en las circunscripciones territoriales donde preste el servicio, o en su ausencia, por la Agencia Nacional de Tránsito.

Como parte de las normas de prevención y seguridad para el traslado de niños, niñas y adolescentes, los vehículos de transporte escolar estarán sujetos a límites de velocidad y condiciones de manejo, el uso de señales y distintivos que permitan su debida identificación y permitan alertar y evitar riesgos durante su operación y accidentes de tránsito, así como contar con espacios adecuados, dispositivos homologados de seguridad infantil y cinturones de seguridad según el tipo de pasajeros.

- 2. Taxi:** Consiste en el traslado de terceras personas a cambio de una contraprestación económica desde un lugar a otro dentro del ámbito intracantonal autorizado para su operación, y excepcionalmente fuera de

ese ámbito cuando sea requerido por el pasajero. Se realizará en vehículos automotores autorizados para ese efecto con capacidad de hasta cinco pasajeros incluido el conductor. Deberán cumplir las exigencias definidas en el reglamento específico emitido para el efecto y las ordenanzas que emitan los GADs. Además contarán con equipamiento (taxímetros) para el cobro de las tarifas respectivas, durante todo el recorrido y tiempo que fueren utilizados por los pasajeros, los mismos que serán utilizados obligatoriamente a nivel nacional, de tecnología homologada y certificada por la ANT o por los GADs que hayan asumido las competencias, cumpliendo siempre con las regulaciones de carácter nacional emitidas por la ANT de acuerdo a este Reglamento y las normas INEN.

Se divide en dos subtipos:

Convencionales: Consiste en el traslado de terceras personas mediante la petición del servicio de manera directa en las vías urbanas, en puntos específicos definidos dentro del mobiliario urbano (paradero de taxi), o mediante la petición a un centro de llamadas.

Ejecutivos: Consiste en el traslado de terceras personas mediante la petición del servicio, exclusivamente, a través de un centro de llamadas, siendo el recorrido autorizado el solicitado por el cliente.

3. **Servicio alternativo-excepcional:** Consiste en el traslado de terceras personas desde un lugar a otro en lugares donde sea segura y posible su prestación, sin afectar el transporte público o comercial. Los sectores urbano-marginales y rurales donde podrá operar esta clase de servicio serán definidos por los Municipios respectivos. Los títulos habilitantes serán responsabilidad de la Agencia Nacional de Tránsito, o de los GADs que hayan asumido la competencia, según el caso. Las características técnicas y de seguridad del servicio de transporte alternativo-excepcional

y de los vehículos en que se preste será regulado por la Agencia Nacional de Tránsito que dictará el reglamento específico.

4. **Carga liviana:** Consiste en el traslado de bienes en vehículos de hasta 3.5 toneladas de capacidad de carga, desde un lugar a otro de acuerdo a una contraprestación económica. Deberán estar provistos de una protección adecuada a la carga que transporten.
5. **Transporte mixto:** Consiste en el transporte de terceras personas y sus bienes en vehículos de hasta 1.2 toneladas de capacidad de carga, desde un lugar a otro, de acuerdo a una contraprestación económica, permitiendo el traslado en el mismo vehículo de hasta 5 personas (sin incluir el conductor) que sean responsables de estos bienes, sin que esto obligue al pago de valores extras por concepto de traslado de esas personas, y sin que se pueda transportar pasajeros en el cajón de la unidad (balde de la camioneta). Deberán estar provistos de una protección adecuada a la carga que transporten.
6. **Carga Pesada:** Consiste en el transporte de carga de más de 3.5 toneladas, en vehículos certificados para la capacidad de carga que se traslade, y de acuerdo a una contraprestación económica del servicio.
7. **Turismo:** Consiste en el traslado de personas que se movilizan dentro del territorio ecuatoriano con motivos exclusivamente turísticos y se registrará por su propio Reglamento.

Los servicios de transporte terrestre de acuerdo a su clase, tipo y ámbito podrán prestarse en los siguientes vehículos, cuyas características se establecerán en la reglamentación y normas INEN vigentes (art. 63, Reglamento de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial):

Transporte Terrestre Comercial:

1. Transporte Intracantonal

- a) Transporte Escolar e Institucional:** Furgonetas, microbuses, mini buses y buses
- b) Taxis:**
 - b.1) Convencional:** Automóvil de 5 pasajeros, incluido el conductor.
 - b.2) Ejecutivo:** Automóvil de hasta 5 pasajeros, incluido el conductor.
- c) Servicio alternativo-excepcional:** Tricimotos, mototaxis, triciclos motorizados (vehículos de tres ruedas).
- d) Carga liviana:** Vehículos tipo camioneta de cabina sencilla con capacidad de carga de hasta 3.5 toneladas.
- e) Carga pesada:** Vehículos y sus unidades de carga, con capacidad de carga de más de 3.5 toneladas.
- f) Fronterizo:** El mismo que se regulará por los acuerdos internacionales vigentes.

Como se ha visto, tanto en la ley y reglamento de transporte no se hace una distinción especial referente a los vehículos recreacionales ni casas rodantes. Debido a la naturaleza del negocio, se considerará este nuevo servicio como de transporte comercial.

2.7.3 Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador.

La ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios. Turismo es el ejercicio de todas las actividades asociadas con el desplazamiento de personas

hacia lugares distintos al de su residencia habitual; sin ánimo de radicarse permanentemente en ellos (art. 1 y 2, Ley de Turismo y Reglamento General a la Ley de Turismo).

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- a)** La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- b)** La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- c)** El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- d)** La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- e)** La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afro ecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Según el art. 5, de esta misma Ley, se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a.** Alojamiento;
- b.** Servicio de alimentos y bebidas;

- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes (art. 8, Ley de Turismo y Reglamento General a la Ley de Turismo).

El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda (art. 9, Ley de Turismo y Reglamento General a la Ley de Turismo).

El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única Anual de Funcionamiento; lo que les permitirá (art. 10, Ley de Turismo y Reglamento General de Actividades Turísticas del Ecuador):

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;

- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas.

Se entiende además que hay una estimulación por parte del gobierno hacia las actividades turísticas, ya que los según el artículo 26 de la ley, los proyectos turísticos aprobados por el Ministerio de Turismo, gozarán de incentivos:

1. Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, escisión, fusión incluidos los derechos de registro de las empresas de turismo registradas y calificadas en el Ministerio de Turismo. La compañía beneficiaria de la exoneración, en el caso de la constitución, de una empresa de objeto turístico, deberá presentar al municipio respectivo, la Licencia Única de Funcionamiento del respectivo año, en el plazo de 90 días contados a partir de la fecha de su inscripción en el Registro Mercantil del Cantón respectivo, caso contrario la municipalidad correspondiente emitirá los respectivos títulos de crédito de los tributos exonerados sin necesidad de un trámite administrativo previo. En el caso de los demás actos societarios posteriores a la constitución de la empresa, la presentación de la Licencia Única de Funcionamiento de la empresa turística será requisito previo para aplicar, la exoneración contemplada en el presente artículo;
2. Exoneración total de los tributos que graven la transferencia de dominio de inmuebles que se aporten para la constitución de empresas cuya finalidad principal sea el turismo, así como los aportes al incremento del capital de compañías de turismo registradas y calificadas en el Ministerio

de Turismo. Esta exoneración comprende los impuestos de registro y alcabala así como sus adicionales tanto para el tradente como para la empresa que recibe el aporte. Estos bienes no podrán ser enajenados dentro del plazo de 5 años, desde la fecha del respectivo contrato, caso contrario se gravará con los respectivos impuestos previamente exonerados con los respectivos intereses, con excepción de que la enajenación se produzca a otro prestador de servicios turísticos, calificado, así mismo, por el Ministerio de Turismo. Ministerio de Turismo.

3. Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados por el Ministerio del ramo. Las instituciones financieras serán responsables por el adecuado uso y destino de tales empréstitos y cauciones.

Igualmente, el art. 27 de la Ley de Turismo y Reglamento General a la Ley de Turismo, señala que las personas naturales o las sociedades o empresas turísticas que cuenten con proyectos calificados; previo el informe favorable del Ministerio de Turismo, tendrán derecho a la devolución de la totalidad del valor de los derechos arancelarios, excepto el impuesto al valor agregado (IVA), en la importación de naves aéreas, acuáticas, vehículos y automotores para el transporte de turistas nacionales o extranjeros, por un periodo, de diez años para la primera categoría y cinco años para la segunda categoría. Este beneficio se concederá siempre y cuando no exista producción nacional, cuenten con licencia de funcionamiento vigente otorgada por la autoridad competente y se cumplan los requisitos del Reglamento Especial, que se dicte sobre la materia.

Igual tratamiento tendrán las importaciones de equipos, materiales de construcción y decoración, maquinaria, activos de operación y otros instrumentos necesarios para la prestación de servicios turísticos determinados en esta Ley. El Ministerio de Turismo, una vez comprobado el uso y destino de

esos bienes solicitará a la Corporación Aduanera Ecuatoriana (CAE) la emisión de las notas de crédito correspondientes.

2.7.4 Catastro turístico

El Catastro es el producto final del proceso de recopilación de información de los establecimientos turísticos que han obtenido el registro de turismo, esto en función de lo que establece la Ley de Turismo y sus Reglamentos. Es una herramienta referencial y de relevante importancia para la obtención de información estadística para los diferentes usuarios que requieren de este servicio.

Requisitos: Solicitud simple vía mail, requiriendo información e indicando ámbito de cobertura catastros@turismo.gob.ec

Procedimiento: La información solicitada es remitida vía mail.

Costo: Ninguno

Tiempo Estimado de Entrega: 1 día

2.7.5 Comercio Exterior: nomenclatura común NANDINA.

Los remolques y semirremolques para vivienda o acampar, del tipo caravana se encuentran categorizados con la nomenclatura común NANDINA número 8716.10.00.00, perteneciente al capítulo 8716 de remolques y semirremolques, de la sección XIII Materiales de Transporte. (Sintad Consultores, 2014).

Cabe destacar que el Banco Centra del Ecuador, ente regulador de las políticas monetarias y registrador de las transacciones comerciales del país, no registra estadísticas de importación con esta nomenclatura, por lo que da a entender que este artículo no se importa todavía al país.

Los países que comparten el código Nandina (los de la Comunidad Andina) que si compran este tipo de vehículos desde el exterior son: Argentina, Perú y Chile según el portal Sintad Consultores.

2.8 Hipótesis

La implementación de una empresa de alquiler de vehículos tipo casa rodante, permitirá desarrollar un aspecto poco explotado del turismo, en las zonas 5 y 8, aportando al cambio de la matriz productiva y el fortaleciendo el turismo interno y de aventura, contemplado en el Plan Nacional del Buen Vivir.

Capítulo 3

Metodología de la investigación

3.1 Tipo de investigación

En este proyecto de investigación será necesario aplicar herramientas cualitativas. El enfoque cualitativo es un método de investigación utilizado para indagar la interacción social de los individuos empleando instrumentos de recolección de datos que son no cuantitativos, con el propósito de explorar las relaciones sociales y describir la realidad tal como la experimentan sus protagonistas. La investigación cualitativa busca explicar las razones de los diferentes aspectos de tal comportamiento: el por qué y el cómo se tomó una decisión. (Tabla 4).

Tabla 4. Metodología de la investigación.

Tipo de investigación	Diseño de investigación	Fuente de datos		Técnicas de recolección de datos	Técnicas de procesamiento y análisis de datos
Cualitativa	Campo y bibliográfica	Primaria	Observación	Auto-observación, exploratoria y concluyente	Tabulación, tablas y gráficos
			Entrevistas		
		Secundaria	Bibliografía del proyecto		
			Estadísticas mostradas en la tesis		
			Publicaciones mencionadas en el proyecto		

Elaboración: El autor

3.2 Método de la investigación

El método empleado en este proyecto es el inductivo, el cual parte de datos particulares para llegar a conclusiones generales. La lógica inductiva conlleva cuatro etapas: observación y registro de todos los hechos; análisis y clasificación de los hechos; derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y contrastación.

En la primera etapa obviamente se observan y registran todos los hechos, para luego ser analizados y clasificados en orden. A continuación, se plantea una posible respuesta (hipótesis) que solucione el problema encontrado, en base a los datos obtenidos. En este momento, se realiza el razonamiento inductivo ya que se contrasta la realidad con la información obtenida, y si la hipótesis resulta verdadera.

En este caso, se tomarán en cuenta las versiones de los entrevistados seleccionados y si están a gusto con la idea del servicio de vehículos rodantes y sus expectativas son altamente positivas, se entenderá entonces que el nuevo servicio es una alternativa exitosa que fomentará el turismo interno atendiendo dos necesidades para el turista al mismo tiempo: transporte y hospedaje seguro, cómodo e íntimo.

3.3 Población y muestra

3.3.1 Población

Conjunto de elementos o individuos de referencia al que se le realizarán observaciones, y consecuentemente obtener conclusiones. La población normalmente es demasiado grande para poder abarcarla toda en una investigación.

Como la investigación se realiza en la ciudad de Guayaquil, la población del

proyecto se refiere al número de habitantes del cantón. Según el último Censo de Población y Vivienda, ejecutado en el 2010 por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC, 2010), Guayaquil es la ciudad más poblada de Ecuador, con 2'530.915 habitantes (el 51% corresponde a las mujeres y el 49%, a los hombres).

3.3.2 Muestra

La muestra es un subconjunto de la población estadística, para elaborar hacer una generalización acerca de la población escogida (Tabla 5 y Figura 9). Para esto la muestra debe ser representativa de la población, y en lo posible cumplir con la mayoría de sus características.

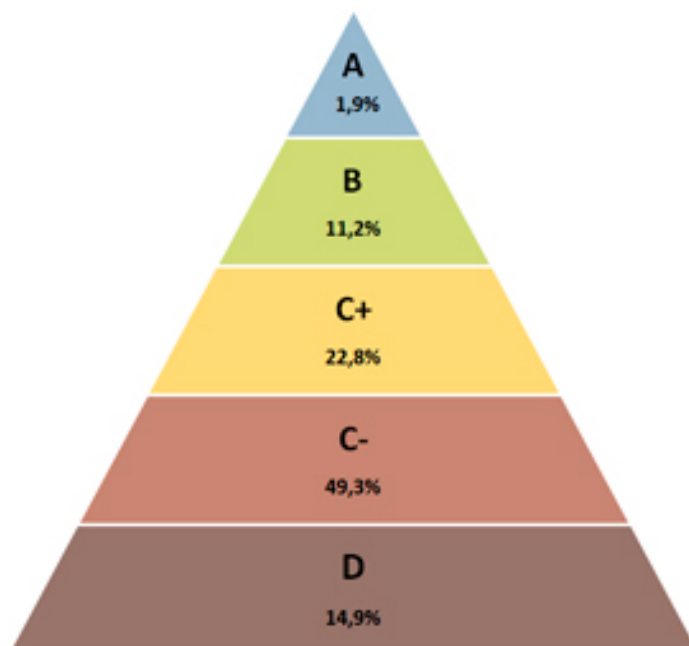
Tabla 5. Grupos quinquenales de edad

Grupos de edad	Hombre	Mujer	Total
Menor de 1 año	19.097	1.834	37.437
De 1 a 4 años	89.125	86.035	17.516
De 5 a 9 años	108.952	106.486	215.438
De 10 a 14 años	113.455	10.997	223.425
De 15 a 19 años	103.348	105.255	208.603
De 20 a 24 años	10.177	104.688	206.458
De 25 a 29 años	97.993	10.081	198.803
De 30 a 34 años	92.265	9.521	187.475
De 35 a 39 años	7.755	80.869	158.419
De 40 a 44 años	6.873	72.564	141.294
De 45 a 49 años	63.541	68.736	132.277
De 50 a 54 años	53.017	56.381	109.398
De 55 a 59 años	43.105	46.338	89.443
De 60 a 64 años	29.552	32.882	62.434
De 65 a 69 años	21.345	24.835	4.618
De 70 a 74 años	14.877	18.057	32.934
De 75 a 79 años	10.347	1.286	23.207
De 80 a 84 años	6.907	9.503	1.641
De 85 a 89 años	3.524	526	8.784
De 90 a 94 años	1.336	2.347	3.683
De 95 a 99 años	419	735	1.154
De 100 años y más	76	199	275
Total	1.120.331	1.158.360	2.278.691

Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010.

Elaboración: El autor

Figura 9. Estratificación del Nivel Socioeconómico.



Fuente: Instituto Nacional de Estadística y Censos, 2010.

El mercado objetivo del proyecto estará conformado por un público mayor de 30 años y menor de 55 años, pertenecientes a los niveles socioeconómicos medio (C+) y medio alto (B); caracterizados por un mayor nivel de ingresos, razón por la cual podrán estar en capacidad de cubrir los costos del nuevo servicio. (Tabla 6).

Tabla 6. Segmentación del mercado

MERCADO	Población	2014
Global	Guayas	3.852.389
Calificado	Guayaquil	2.534.741
Sectorizado	Edad 30 A 54 Años	785.855
Meta	Estrato Socioeconómico C+, B	267.191

Elaboración: El autor

Tabla 7. Tamaños y errores muestrales.

	Confianza	99,0%	97,0%	95,0%	90,0%
	Valor de Z	2,58	2,17	1,96	1,64
Margen de Error	1,0%	16.641	11.772	9.604	6.724
	1,5%	7.396	5.232	4.268	2.988
	2,0%	4.160	2.943	2.401	1.681
	2,5%	2.663	1.884	1.537	1.076
	3,0%	1.849	1.308	1.067	747
	3,5%	1.358	961	784	549
	4,0%	1.040	736	600	420
	4,5%	822	581	474	332
	5,0%	666	471	384	269
	5,5%	550	389	317	222
	6,0%	462	327	267	187
	6,5%	394	279	227	159
	7,0%	340	240	196	137
	7,5%	296	209	171	120
	8,0%	260	184	150	105
	8,5%	230	163	133	93
	9,0%	205	145	119	83
9,5%	184	130	106	75	
10,0%	166	118	96	67	

Elaboración: El autor

Tomando en cuenta la fórmula para poblaciones infinitas, con un error del 5%, y un nivel de confianza de 95%, la muestra se reduce a 384 individuos que representarán al universo de 267.191 posibles usuarios del nuevo servicio. (Tabla 7).

3.4 Técnicas e instrumentos

En esta investigación se empleará la técnica de la encuesta, que es la más utilizada para recolectar datos de fuentes primarias, en este caso, del turista.

Mediante el uso de las encuesta, se podrá determinar aspectos claves del comportamiento del turista o viajero, quien será el posible consumidor del servicio de este negocio. El encuestado proporcionará información en base a un cuestionario de preguntas relativas al tema de investigación del proyecto

turístico; y de esta manera conocer su grado de aceptación. El cuestionario de preguntas utilizado se puede observar en el Anexo 3.

3.5 Análisis de datos

De las encuestas realizadas a 270 turistas, posibles usuarios de este servicio, se han desprendido los siguientes resultados.

3.5.1 Pregunta 1. Género del encuestado.

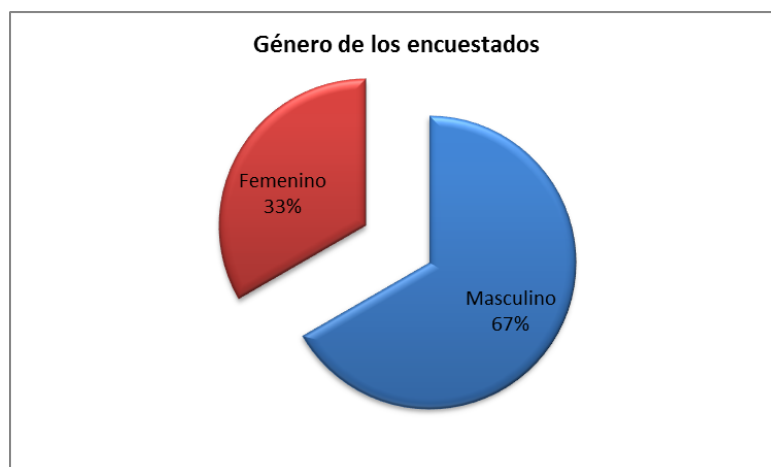
De los 270 encuestados, 180 son del género masculino y 90 del género femenino (Tabla 8). Esto nos indica que el 33% de los encuestados fueron mujeres y el 67%, hombres (Figura 10).

Tabla 8. Género de los encuestados.

Género del encuestado	
Masculino	180
Femenino	90
Total	270

Fuente y elaboración: El autor

Figura 10. Género de los encuestados.



Fuente y elaboración: El autor

Un dato interesante al momento de realizar las encuestas reveló que los hombres demostraron ser más aventureros y estar predispuestos a escuchar nuevas formas de diversión que las mujeres.

3.5.2 Pregunta 2. Edad del encuestado.

La segunda pregunta busca conocer la edad del encuestado. Para facilitar la respuesta, se definieron 3 rangos: 30 a 35; 36 a 40; y, 41 a 55 años. (Tabla 9).

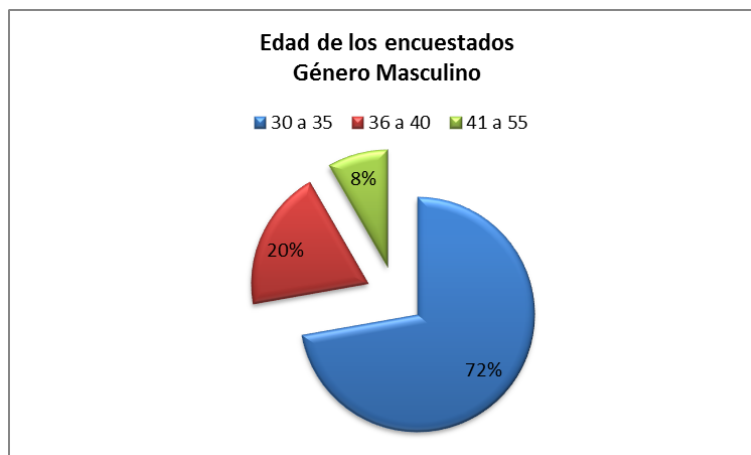
Tabla 9. Edad de los encuestados

Edad de los encuestados			
Masculino		Femenino	
30 a 35	130	30 a 35	45
36 a 40	35	36 a 40	35
41 a 55	15	41 a 55	10
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

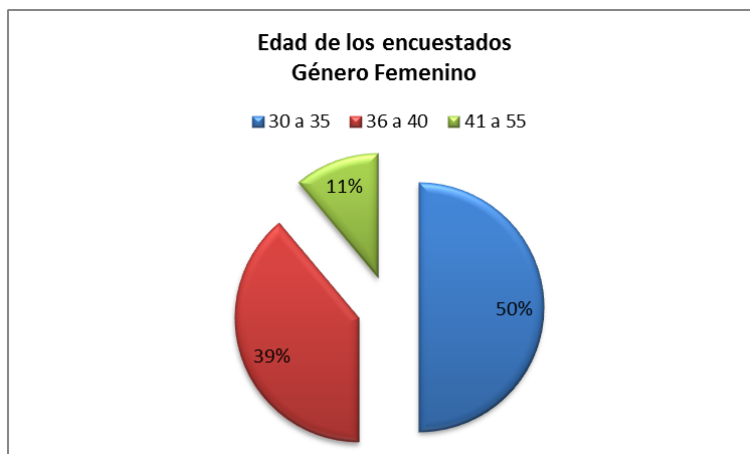
De las respuestas obtenidas se desprende que 130 (72%) encuestados, del género masculino, pertenecen al rango 30 a 35 años; 35 (20%), al rango 36 a 40 años; y, 15 (8%), al rango 41 a 55 años (Figura 11). Mientras que 45 (50%) encuestados, del género femenino, pertenecen al rango 30 a 35 años; 35 (39%), al rango 36 a 40 años; y, 10 (11%), al rango 41 a 55 años. (Figura 12).

Figura 11. Edad de los encuestados. Género masculino.



Fuente y elaboración: El autor

Figura 12. Edad de los encuestados. Género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

De las respuestas a la tercera pregunta se desprende además que las personas mayores de 35 años tienden a realizar actividades tradicionales y no se permiten experimentar nuevas alternativas.

3.5.3 Pregunta 3. ¿Con qué frecuencia realiza turismo interno (dentro de Ecuador?).

La tercera pregunta indaga acerca de la frecuencia en la que el turista realiza turismo interno dentro del país. Para facilitar la respuesta se definieron cuatro rangos de respuesta: 1 a 2 veces por año; 1 a 2 veces por mes; Sólo feriados; y, Nunca. (Tabla 10).

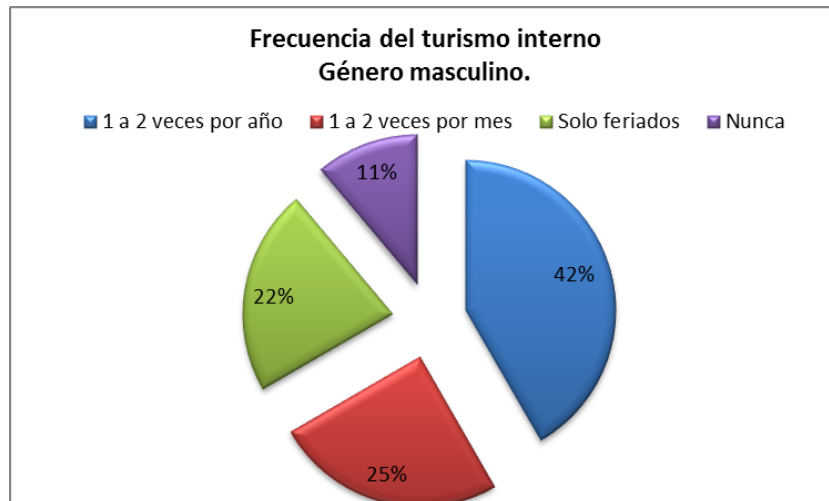
Tabla 10. Frecuencia en que realiza turismo interno, por género.

Frecuencia del turismo interno			
Masculino		Femenino	
1 a 2 veces por año	75	1 a 2 veces por año	20
1 a 2 veces por mes	45	1 a 2 veces por mes	5
Sólo feriados	40	Sólo feriados	65
Nunca	20	Nunca	0
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

De las respuestas obtenidas se desprende que 75 (42%) encuestados, del género masculino, realizan turismo interno 1 a 2 veces por año; 45 (25%), 1 a 2 veces por mes; 40 (22%), solo lo realiza durante los feriados; y, 20 (11%), nunca realiza turismo interno, como se observa en la Figura 13.

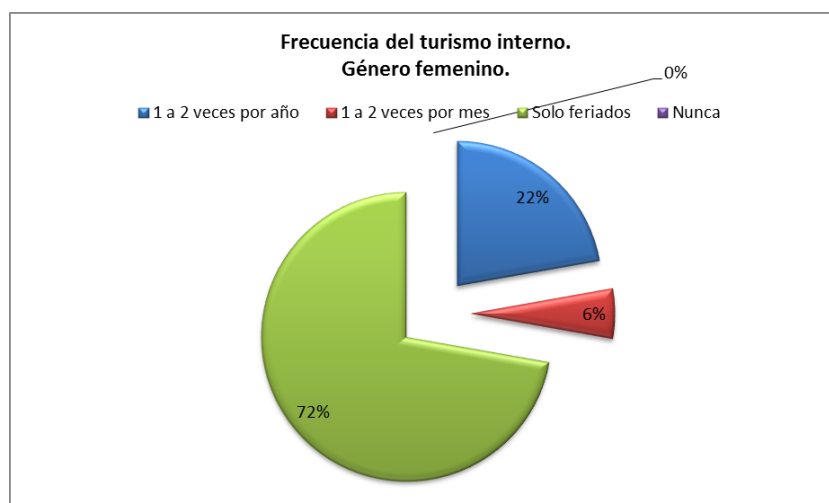
Figura 13. Frecuencia del turismo interno. Género masculino.



Fuente y elaboración: El autor

Mientras que 20 (22%) encuestados, del género femenino, realizan turismo interno 1 a 2 veces por año; 5 (6%), 1 a 2 veces por mes; y 65 (72%), lo realiza únicamente durante los feriados, como observamos en la Figura 14.

Figura 14. Frecuencia del turismo interno. Género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

Las respuestas obtenidas para la pregunta tres nos indica que el género masculino es el que mayor viaja dentro del Ecuador, lo hace al menos dos veces por año; mientras que el género femenino viaja cuando dispone de feriados que se lo permitan.

3.5.4 Pregunta 4. Cuando realizas viajes dentro del Ecuador, ¿qué medio de transporte utiliza?

La pregunta 4 busca conocer el medio de transporte que el turista utiliza para movilizarse dentro del Ecuador. Se definieron 4 tipos de medio de transporte para que sea seleccionado por el encuestado: Avión; auto propio; auto alquilado; y transporte público. (Tabla 11).

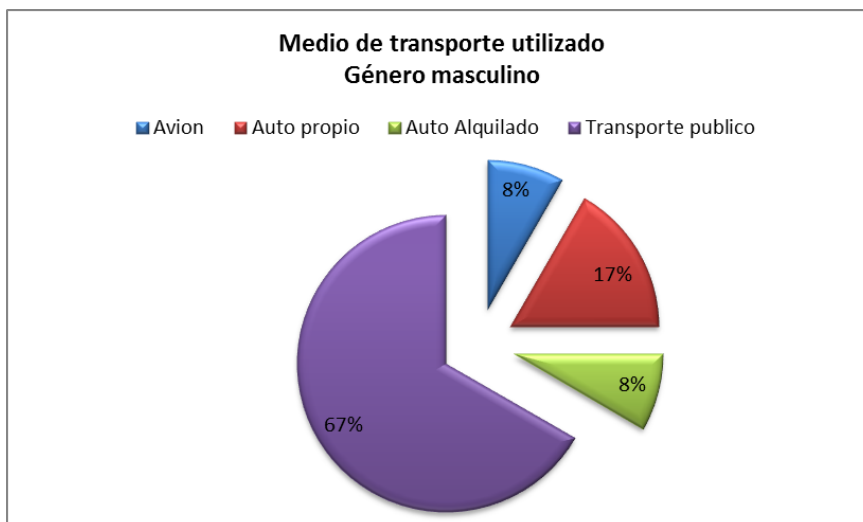
Tabla 11. Medio de transporte utilizado para viajar dentro de Ecuador, por género.

Medio de transporte utilizado			
Masculino		Femenino	
Avión	15	Avión	10
Auto propio	30	Auto propio	40
Auto Alquilado	15	Auto Alquilado	0
Transporte publico	120	Transporte publico	40
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

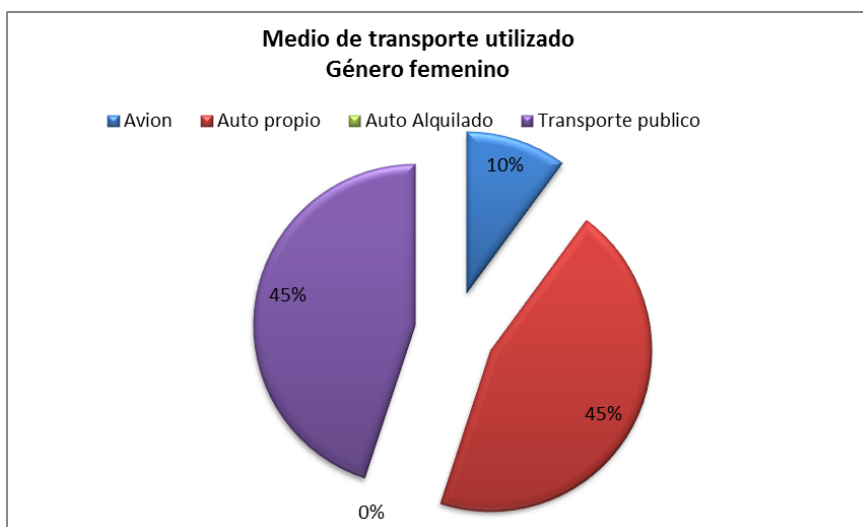
De las respuestas obtenidas se desprende que 15 (8%) encuestados, del género masculino, utilizan el avión como medio de transporte cuando realizan turismo interno; 30 (17%), utilizan sus propios autos; 15 (8%), prefiere alquilar autos; y, 120 (67%), utiliza el transporte público (Figura 15). Mientras que 10 (10%) encuestados, del género femenino, utilizan el avión como medio de transporte cuando realizan turismo interno; 40 (45%), utilizan sus propios autos; y, 40 (45%), utiliza el transporte público (Figura 16).

Figura 15. Medio de transporte utilizado, género masculino.



Fuente y elaboración: El autor

Figura 16. Medio de transporte utilizado, género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

Por medio de esta pregunta observamos que la mayoría de los encuestados de género masculino prefieren utilizar el transporte público para viajar dentro del país, mientras que los encuestados del género femenino tienen igual preferencia en viajar tanto en transporte público como en sus propios autos.

3.5.5 Pregunta 5. ¿Cuántas veces ha viajado a la provincia de Manabí en el último año?

La pregunta 5 busca cuántas veces los encuestados han viajado a la provincia de Manabí en el último año. Las respuestas se ubican en cuatro rangos: Ninguna; 1 a 2 veces; 3 a 5 veces; y más de 5 veces. (Tabla 12).

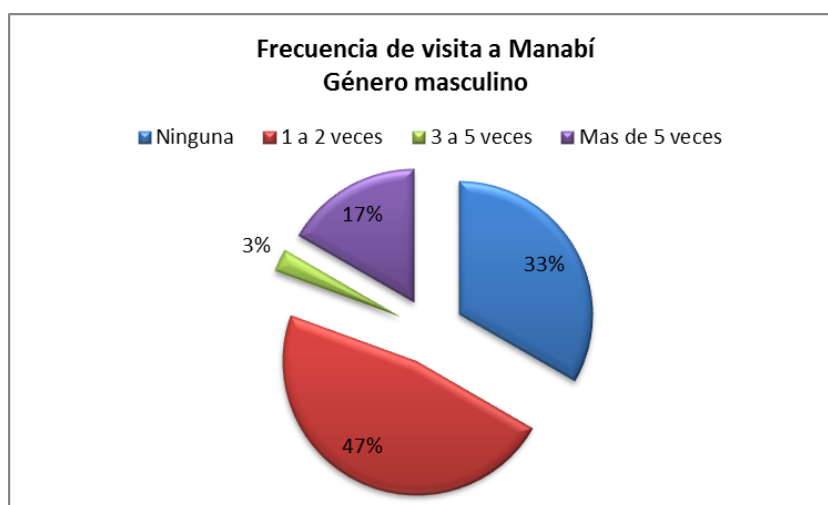
Tabla 12. Viajó a Manabí en el último año, por género.

Viajó a Manabí en el último año			
Masculino		Femenino	
Ninguna	60	Ninguna	30
1 a 2 veces	85	1 a 2 veces	0
3 a 5 veces	5	3 a 5 veces	35
Más de 5 veces	30	Más de 5 veces	25
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

De las respuestas obtenidas se desprende que 60 (33%) encuestados, del género masculino, no viajó a Manabí en el último año; 85 (47%), viajó entre 1 a 2 veces; 5 (3%), viajó entre 3 a 5 veces; y, 30 (17%), lo hizo más de 5 veces (Figura 17).

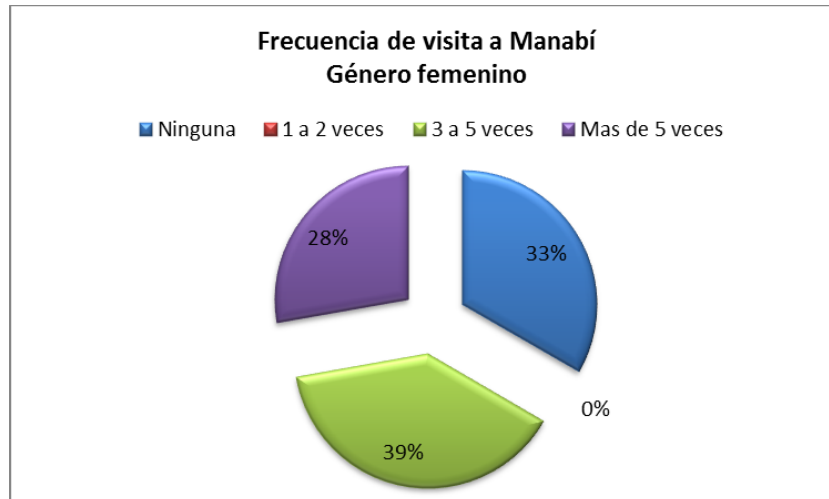
Figura 17. Viajó a Manabí en el último año, género masculino.



Fuente y elaboración: El autor

Mientras que 30 (33%) encuestados, del género femenino, no viajaron a Manabí en el último año; 35 (39%), viajaron de 3 a 5 veces; y, 25 (28%), lo hicieron más de 5 veces en el último año. (Figura 18).

Figura 18. Viajó a Manabí en el último año, género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

De las respuestas se desprende que la mayor parte de los encuestados del género masculino visita de 1 a 2 veces la provincia de Manabí, mientras que la mayoría de los encuestados del género femenino lo hace de 3 a 5 veces por año. Podemos decir que las mujeres visitan con mayor frecuencia Manabí, que los hombres.

3.5.6 Pregunta 6. ¿Por qué motivo no visita la provincia de Manabí con frecuencia?

La pregunta 6 busca conocer el motivo por el cual el turista no visita la provincia de Manabí con frecuencia. Para responderla se establecieron cuatro rangos: Poca promoción; no conozco, no me gusta; y Otros. Además se permitió dejar el blanco la respuesta si el encuestado viaja frecuentemente a la provincia. (Tabla 13).

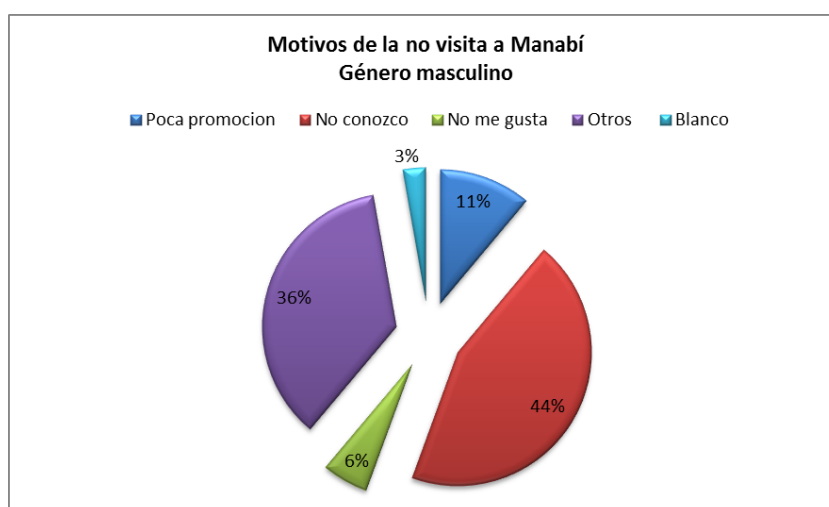
Tabla 13. Motivos por el cual el encuestado no visita la provincia de Manabí, por género.

Motivos de la no visita a Manabí en el último año			
Masculino		Femenino	
Poca promoción	20	Poca promoción	10
No conozco	80	No conozco	35
No me gusta	10	No me gusta	0
Otros	65	Otros	45
Blanco	5	Blanco	0
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

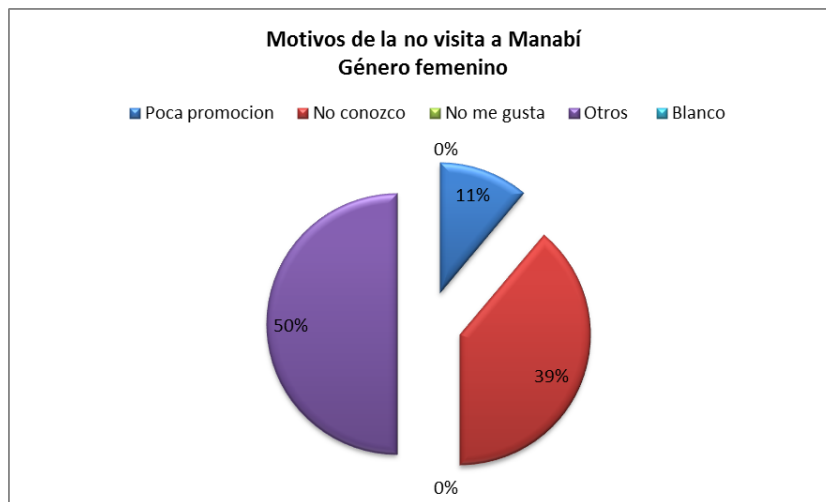
De las respuestas obtenidas se desprende que 20 (11%) encuestados, del género masculino, no viaja a Manabí con frecuencia porque existe poca promoción; 80 (44%), no lo hace porque no conoce el lugar; 10 (6%), no la visita porque no le gusta; y, 65 (36%), aduce otros motivos para no visitar la provincia. (Figura 19). Mientras que 10 (11%) encuestados, del género femenino, no viaja a Manabí con frecuencia porque existe poca promoción; 35 (39%), no lo hace porque no conoce el lugar; y, 45 (50%), indica otros motivos para no visitar la provincia. (Figura 20).

Figura 19. Motivos por el cual no visita la provincia de Manabí, género masculino.



Fuente y elaboración: El autor

Figura 20. Motivos por el cual no visita la provincia de Manabí, género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

Es importante resaltar que el 3% de los encuestados de género masculino, dejaron la pregunta en blanco, es decir que este porcentaje viaja frecuentemente a la provincia de Manabí.

3.5.7 Pregunta 7. Señale cuáles de los siguientes destinos turísticos le gustaría visitar.

La pregunta 7 busca conocer cuáles son los destinos turísticos de la provincia de Manabí que le son más atractivos a los encuestados y que les gustaría visitar. Los encuestados pudieron escoger entre las siguientes alternativas, una o varias de ellas:

- Paseo en Río Daule;
- Balneario Pedernales;
- Playa Punta Ballena;
- Cascada en San Isidro;
- Surf en playa Canoa;
- Bahía de Caráquez;
- Palacio de Montecristi;
- Playa en Manta; y
- Parque de Jipijapa. (Tabla 14).

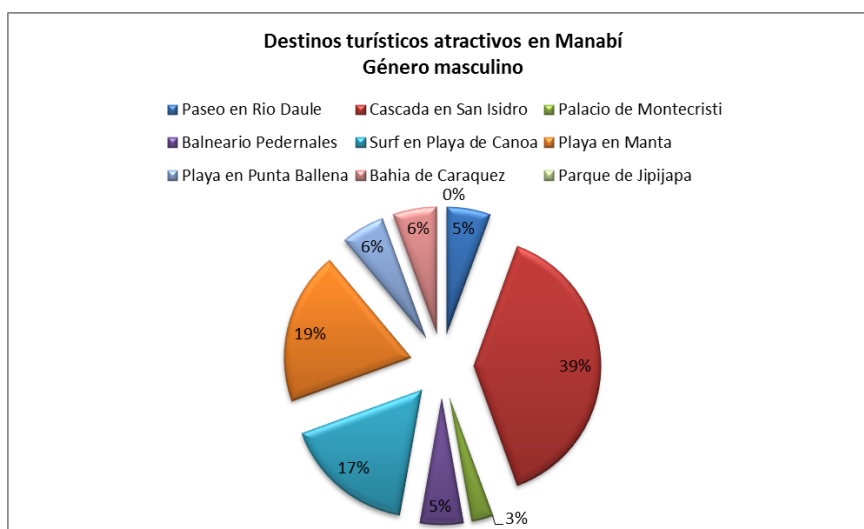
Tabla 14. Destinos turísticos atractivos en Manabí, por género.

Destinos turísticos atractivos en Manabí, por género			
Masculino		Femenino	
Paseo en Río Daule	10	Paseo en Río Daule	5
Cascada en San Isidro	70	Cascada en San Isidro	30
Palacio de Montecristi	5	Palacio de Montecristi	5
Balneario Pedernales	10	Balneario Pedernales	20
Surf en Playa de Canoa	30	Surf en Playa de Canoa	0
Playa en Manta	35	Playa en Manta	10
Playa en Punta Ballena	10	Playa en Punta Ballena	10
Bahía de Caráquez	10	Bahía de Caráquez	10
Parque de Jipijapa	0	Parque de Jipijapa	0
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

De las respuestas obtenidas podemos observar que a 10 (5%) encuestados del género masculino le gustaría visitar el Paseo en Río Daule; 70 (39%), la Cascada en San Isidro; 5 (3%), el Palacio de Montecristi; 10 (5%), el Balneario Pedernales; a 30 (17%) le gustaría practicar Surf en Playa Canoa; 35 (19%) le gustaría visita la Playa de Manta; 10 (6%), quisiera visitar la Playa de Punta Ballena; y 10 (6%), quisiera visitar Bahía de Caráquez. (Figura 21).

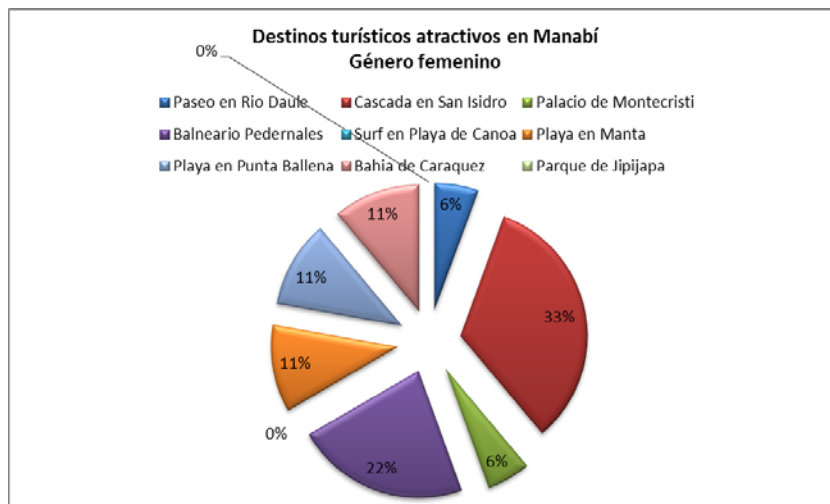
Figura 21. Destinos turísticos atractivos en Manabí, género masculino.



Fuente y elaboración: El autor

Mientras que 5 (6%) encuestados del género femenino le gustaría visitar el Paseo en Río Daule; 30 (33%), la Cascada en San Isidro; 5 (6%), el Palacio de Montecristi; 20 (22%), el Balneario Pedernales; 10 (11%) le gustaría visita la Playa de Manta; 10 (11%), quisiera visitar la Playa de Punta Ballena; y 10 (11%), quisiera visitar Bahía de Caráquez. (Figura 22).

Figura 22. Destinos turísticos atractivos en Manabí, género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

Adicionalmente, podemos observar que el destino turístico en Manabí más atractivo tanto para los encuestados del género masculino como del género femenino, es la Cascada en San Isidro, mientras que el menos atractivo es el Parque de Jipijapa. Otro dato importante es que para el 17% de los encuestados del género masculino el surf en Playa Canoa es bastante atractivo, mientras que el 22% de los encuestados del género femenino se inclinan por el Balneario Pedernales.

3.5.8 Pregunta 8. ¿Si existiera un servicio de alquiler de Casas Rodantes, dentro de una ruta interna que va desde Guayaquil hasta Jaramijó (Manabí), estaría dispuesto a contratar el servicio?

La pregunta 8 busca conocer el nivel de disposición de los encuestados a utilizar el servicio de alquiler de casas rodantes para realizar turismo interno

desde Guayaquil hacia la provincia de Manabí. Se establecieron cuatro rangos de repuesta: Muy dispuesto; dispuesto; indiferente; no me interesa. (Tabla 15).

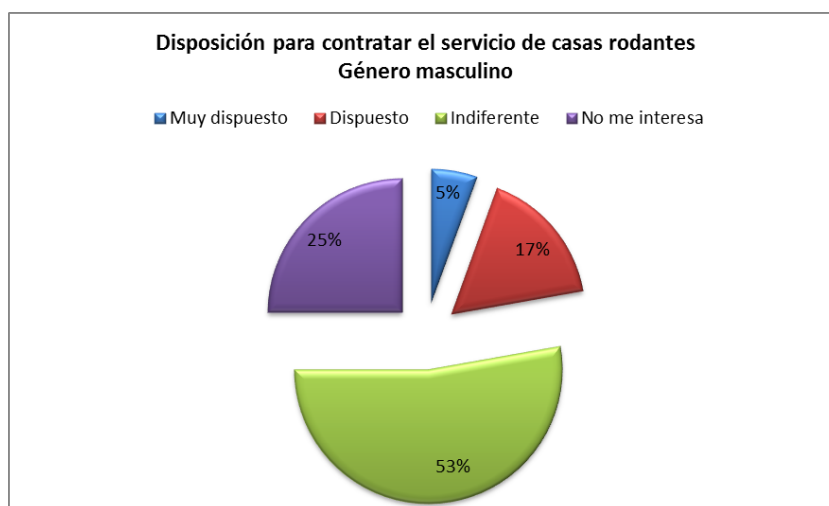
Tabla 15. Disposición para contratar el servicio de casas rodantes, por género.

Disposición para contratar el servicio de casas rodantes, por género			
Masculino		Femenino	
Muy dispuesto	10	Muy dispuesto	15
Dispuesto	30	Dispuesto	45
Indiferente	95	Indiferente	15
No me interesa	45	No me interesa	15
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

De las respuestas obtenidas podemos observar que 10 (5%) encuestados del género masculino se encuentran muy dispuestos a contratar los servicios de alquiler de casas rodantes para realizar turismo interno; 30 (17%), se encuentra dispuesto para contratar el servicio; 95 (53%) es indiferente ante este servicio; y 45 (25%) no se encuentra interesado en contratar este servicio. (Figura 23).

Figura 23. Disposición para contratar el servicio de alquiler de casas rodantes, género masculino.

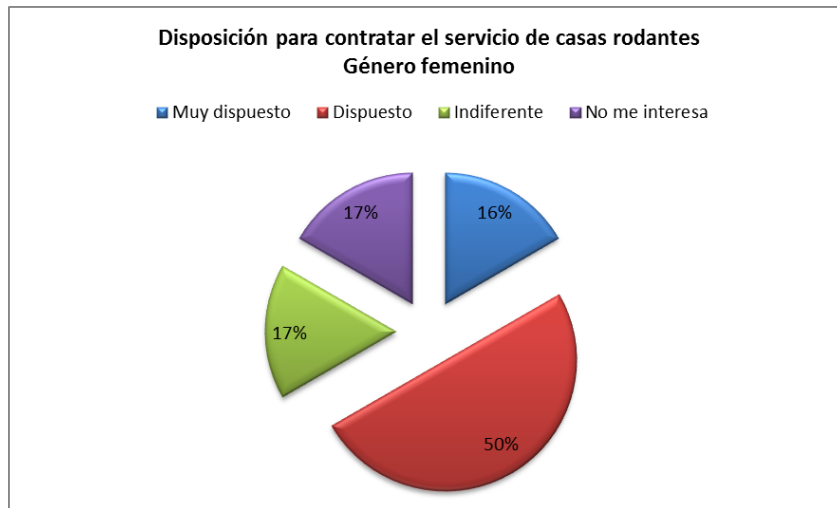


Fuente y elaboración: El autor

Por su parte, de los encuestados del género femenino, 15 (16%) se muestran muy dispuestos para contratar los servicios de alquiler de casas rodantes para

realizar turismo interno; 45 (50%) se encuentra dispuesto a contratar este servicio; 15 (17%) se muestra indiferente ante esta propuesta; y 15 (17%) no están interesados en contratarlo. (Figura 24).

Figura 24. Disposición para contratar el servicio de alquiler de casas rodantes, género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

3.5.9 Pregunta 9. Indique cuáles de los siguientes aspectos considera más importantes para tomar la decisión de alquilar una Casa Rodante: Ruta; Precio; Chofer; Paquete todo incluido; Seguridad; Capacidad (personas).

La pregunta 9 busca conocer cuáles son los aspectos que los encuestados consideran importantes al momento de decidir el alquiler de una casa rodante.

Las opciones fueron:

Ruta;

Precio,

Chofer;

Paquete todo incluido;

Seguridad; y

Capacidad (personas). (Tabla 16).

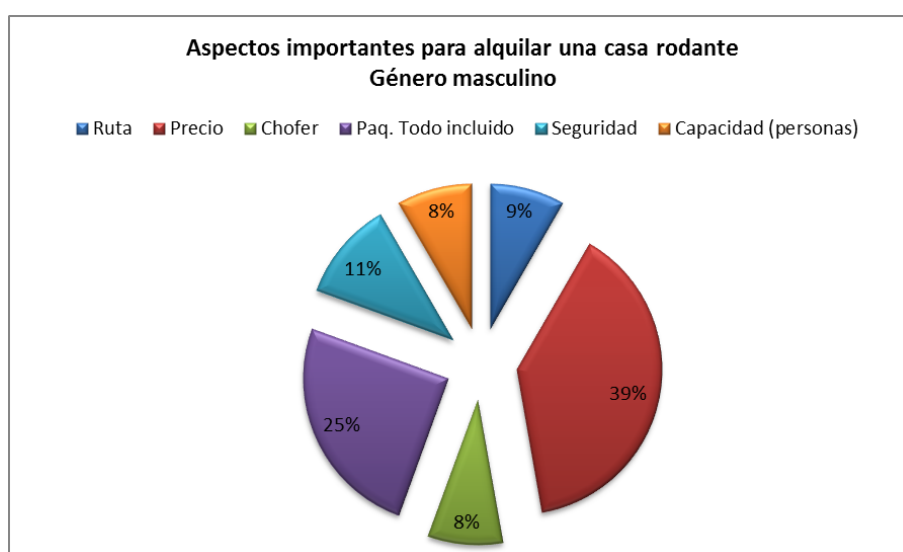
Tabla 16. Aspectos importantes para alquilar una casa rodante, por género.

Aspectos importantes para alquilar una casa rodante			
Masculino		Femenino	
Ruta	15	Ruta	10
Precio	70	Precio	35
Chofer	15	Chofer	0
Paquete todo incluido	45	Paquete todo incluido	15
Seguridad	20	Seguridad	25
Capacidad (personas)	15	Capacidad (personas)	5
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

De las repuestas obtenidas se observa que para 15 (9%) encuestados del género masculino, la ruta es importante al momento de decidir el alquiler de una casa rodante; para 70 (39%) lo más importante es el precio; al 15 (8%) le es importante contar con el servicio de chofer; para 45 (25%) es importante contar con un paquete todo incluido; para 20 (11%) la seguridad es importante; y para 15 (8%) la capacidad del vehículo es un aspecto importante. (Figura 25).

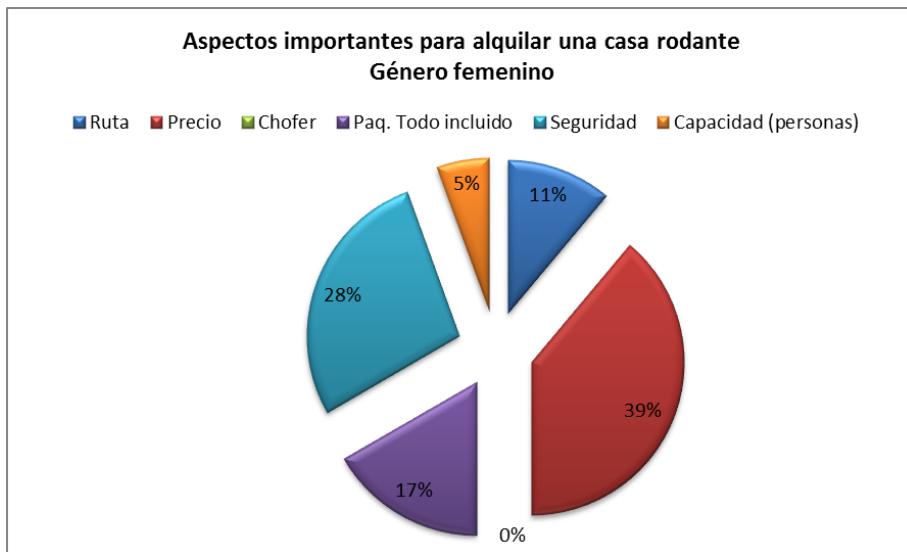
Figura 25. Aspectos importantes para alquilar una casa rodante, género masculino.



Fuente y elaboración: El autor

Para 10 (11%) encuestados del género femenino, la ruta es importante al momento de decidir el alquiler de una casa rodante; para 35 (39%) lo más importante es el precio; para 15 (17%) es importante contar con un paquete todo incluido; para 25 (28%) la seguridad es importante; y para 5 (5%) la capacidad del vehículo es un aspecto importante. (Figura 26).

Figura 26. Aspectos importantes para alquilar una casa rodante, género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

Del global de las respuestas, se desprende que el precio y la seguridad son los dos factores más importantes para todos los encuestados, independientemente del género.

3.5.10 Pregunta 10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico que incluya: transporte, hospedaje y alimentación?

La pregunta 10 busca conocer el monto que los encuestados están dispuestos a pagar por un paquete turístico que incluya transporte, hospedaje y alimentación. Se establecieron cuatro rangos: \$200-\$300; \$300-\$400; \$400-\$500; y Más de \$500. (Tabla 17).

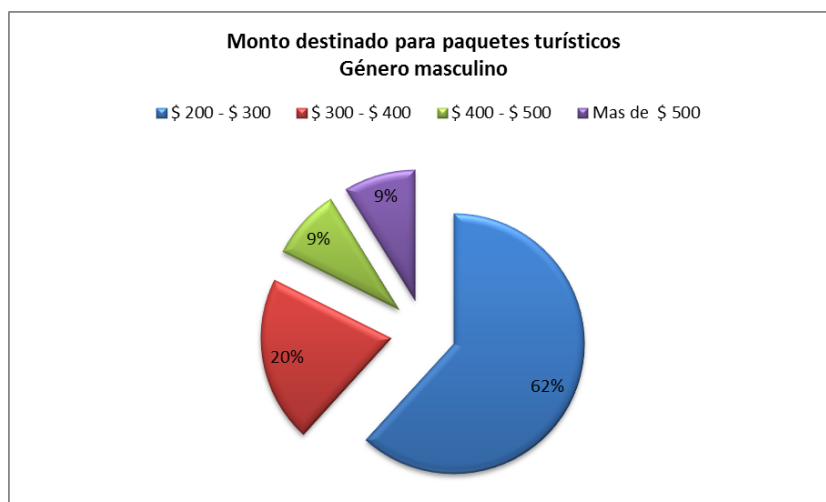
Tabla 17. Monto destinado para paquetes turísticos, por género.

Monto destinado para paquetes turísticos			
Masculino		Femenino	
\$200 - \$300	105	\$200 - \$300	65
\$300 - \$400	35	\$300 - \$400	20
\$400 - \$500	15	\$400 - \$500	5
Más de \$500	15	Más de \$500	0
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

De las respuestas obtenidas podemos observar que 105 (62%) encuestados del género masculino se inclinan por el rango \$200-\$300 que estarían dispuestos a pagar por un paquete turístico que incluya transporte, hospedaje y alimentación; 35 (20%) se inclinan por el rango \$300-\$400; 15 (9%), por el rango \$400-\$500; y 15 9(%) por el rango de más de \$500. (Figura 27).

Figura 27. Monto destinado para paquetes turísticos, género masculino.

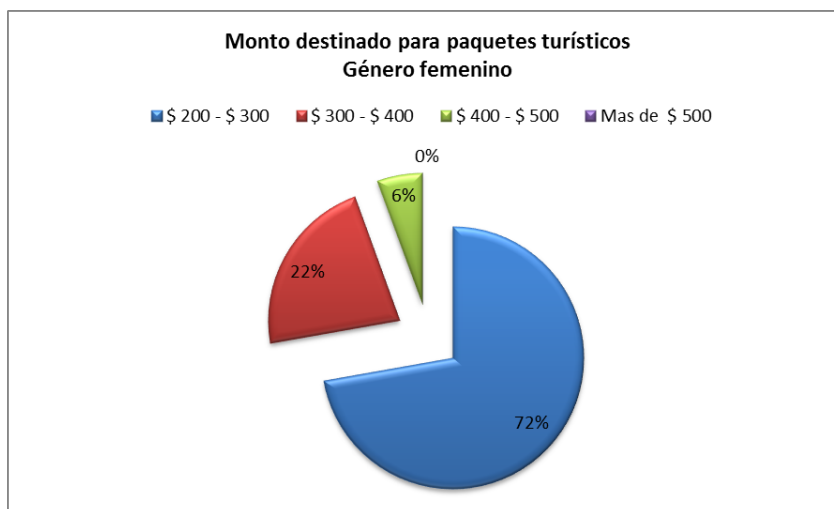


Fuente y elaboración: El autor

Mientras que 65 (72%) encuestados del género femenino se inclinan por el rango \$200-\$300 que estarían dispuestos a pagar por un paquete turístico que incluya transporte, hospedaje y alimentación; 20 (22%) se inclinan por el rango

\$300-\$400; 5 (6%), por el rango \$400-\$500; y ninguno se inclina a pagar más de \$500 por este servicio. (Figura 28).

Figura 28. Monto destinado para paquetes turísticos, género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

3.5.11 Pregunta 11. ¿En qué temporadas estaría dispuesto(a) a contratar el servicio?

La pregunta 11 indaga acerca de la época en la cual el encuestado estaría dispuesto a contratar el servicio de alquiler de casas rodantes. Se establecieron cuatro rangos de respuestas: Enero a marzo; abril a junio; julio a septiembre; y octubre a diciembre. (Tabla 18).

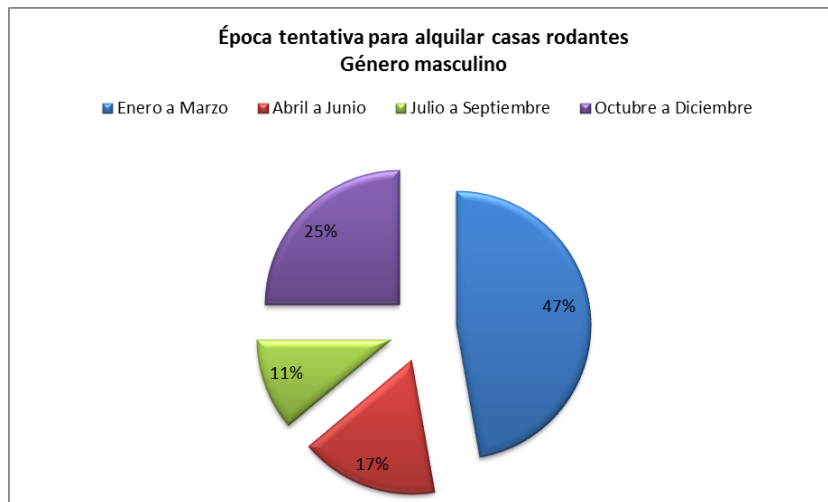
Tabla 18. Época estimada para alquilar el servicio de casas rodantes, por género.

Época estimada para alquilar el servicio de casas rodantes			
Masculino		Femenino	
Enero a Marzo	85	Enero a Marzo	60
Abril a Junio	30	Abril a Junio	15
Julio a Septiembre	20	Julio a Septiembre	0
Octubre a Diciembre	45	Octubre a Diciembre	15
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

De las respuestas se obtiene que 85 (%) de los encuestados del género masculino estiman que optarían por el servicio de alquiler de casas rodantes en la época de enero a marzo; 30 (%) lo haría de abril a junio; 20 (%), de julio a septiembre; y 45 (%), de octubre a diciembre. (Figura 29).

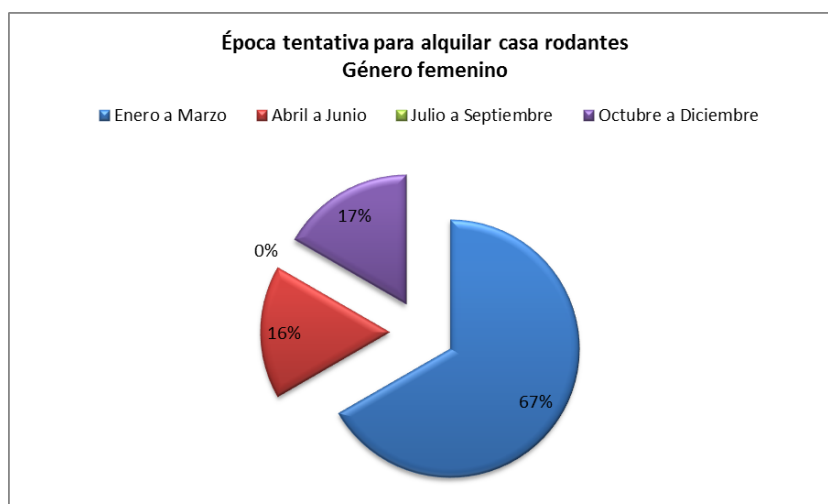
Figura 29. Época tentativa para alquilar las casas rodantes, género masculino.



Fuente y elaboración: El autor

Mientras que 60 (%) de los encuestados del género femenino estiman que optarían por el servicio de alquiler de casas rodantes en la época de enero a marzo; 15 (%) lo haría de abril a junio; y 15 (%), de octubre a diciembre. (Figura 30).

Figura 30. Época tentativa para alquilar las casas rodantes, género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

3.5.12 Pregunta 12. ¿Con qué tipo de acompañantes realizaría el viaje?

La pregunta 12 busca indagar con qué tipo de acompañantes el encuestado realizaría el viaje. Se establecieron 4 rangos de respuesta: Amigos; familiares; compañeros de trabajo; y otros. (Tabla 19).

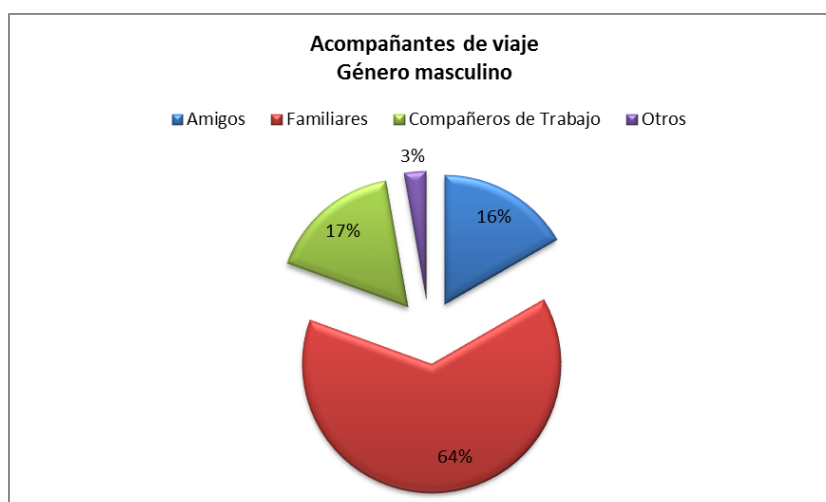
Tabla 19. Acompañantes de viaje del encuestado, por género.

Acompañantes de viaje del encuestado			
Masculino		Femenino	
Amigos	30	Amigos	30
Familiares	115	Familiares	60
Compañeros de Trabajo	30	Compañeros de Trabajo	0
Otros	5	Otros	0
Total	180	Total	90

Fuente y elaboración: El autor

De las respuestas se observa que 30 (16%) encuestados del género masculino realizaría el viaje acompañado de sus amigos; 115 (64%), lo haría acompañado de sus familiares; 30 (17%), con sus compañeros de trabajo; y 5 (3%) lo haría con otros acompañantes. (Figura 31).

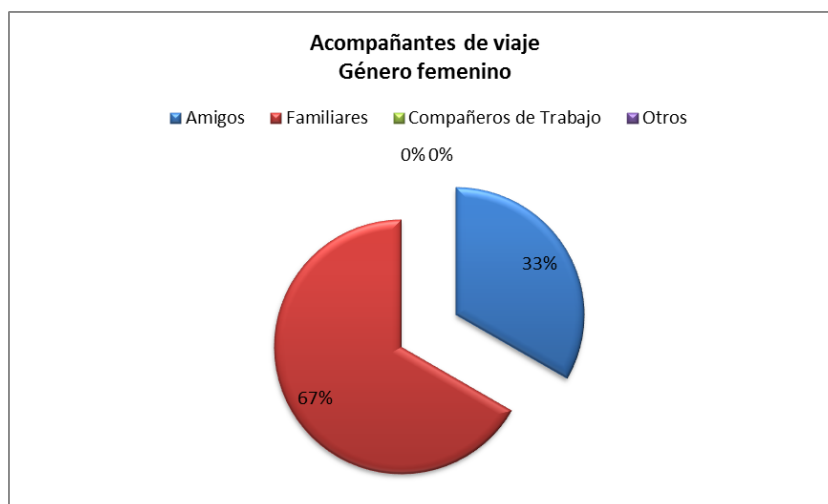
Figura 31. Acompañantes de viaje, género masculino.



Fuente y elaboración: El autor

Mientras que 30 (33%) encuestados del género femenino realizaría el viaje acompañado de sus amigos; y 60 (67%), lo haría acompañado de sus familiares; ninguno de estos encuestados realizaría el viaje con compañeros de trabajo u otros. (Figura 32).

Figura 32. Acompañantes de viaje, género femenino.



Fuente y elaboración: El autor

Del global de las respuestas observamos que el 64% y el 67% de los encuestados del género masculino y del género femenino, respectivamente, harían el viaje acompañado de sus familiares, por lo que podemos inferir que este medio de transporte se tornaría en un medio de transporte familiar.

Capítulo 4

Propuesta

4.1 Razón social de la empresa

La empresa Rv Ecuador Casas Rodantes que se constituirá en el cantón Guayaquil, provincia del Guayas, se dedicará a prestar el servicio de alquiler de casas rodantes. Esta empresa se ajustará a los principios de su creación y las normas establecidas por la Superintendencia de Compañías y organismos estatales de control para este tipo de empresas y actividades.

Esta empresa nace con el concepto de diversificar la oferta turística actual en materia de distracción, recreación, transporte y alojamiento; el motivo principal de su establecimiento es brindar al turista nacional y extranjero una nueva forma de disfrutar el esparcimiento, vacaciones u ocio.

Con este fin se buscó un modelo óptimo de desarrollar este concepto, distinto de las características tradicionales de productos o servicios turísticos ofertados en el país. El modelo más eficaz que se determinó fue el servicio de alquiler de casas rodantes, por ser un producto nuevo, que genera novedad e impacto en el mercado ecuatoriano, además de tener gran acogida en el mundo por su utilidad y versatilidad en viajes de placer o vacaciones.

Las actividades de la empresa se desarrollarán en Guayaquil, por ser un lugar turístico importante, núcleo receptor y distribuidor de turistas a todo el Ecuador. Por este motivo la oficina principal y domicilio de la empresa, se establecerá en esta ciudad.

Con la creación de Rv Ecuador Casas Rodantes, se busca diversificar las actividades turísticas y promover el desarrollo de este sector, a través de la innovación, con la oferta de un producto poco tradicional, que rompe los patrones conocidos de hacer turismo.

En una primera etapa se ofertará la ruta Guayaquil (Guayas) – Jipijapa (Manabí), y luego se pretende ampliar la oferta a otras rutas turísticas que recorrerán los lugares de interés turístico de nuestro país.

4.1.1 Logotipo

El logotipo de Rv Ecuador Casas Rodantes se compone de los siguientes elementos:

Nombre de la empresa: Rv Ecuador Casas Rodantes, colocado en la parte superior del logo y centrado, de tal manera que sea lo primero que capte la atención de quien lo mire.

Una carretera en forma de S, sin principio ni final: Representa la ruta que el turista puede recorrer en el vehículo, sin que tenga un destino fijo para llegar, sino que el destino es la propia vía.

Figura de casa rodante: Que muestra al público el tipo de vehículo que la empresa alquila, cubierto por figuras representativas del turismo en el Ecuador.

Todos los elementos se encuentran dentro de un círculo que representa al planeta tierra, por cuanto los vehículos casas rodantes son utilizados alrededor del mundo y el turismo es una industria global. (Figura 33 y Anexo 4).

Figura 33. Logotipo de Rv Ecuador Casas Rodantes.



Fuente y elaboración: El autor

4.1.2 Slogan

El slogan de Rv Ecuador Casas Rodantes será: *Tu hotel sobre ruedas*. Este concepto encierra la esencia del servicio de alquiler de casas rodantes: llevar la comodidad del hogar a cualquier rincón del país, mientras se disfruta de las vacaciones.

4.2 Marco Legal. Naturaleza de la empresa.

La empresa a constituirse, de acuerdo a las características del proyecto, será una compañía anónima, que de acuerdo al art. 143 de la Ley de Compañías, “es una sociedad cuyo capital, dividido en acciones negociables, está formado por la aportación de los accionistas que responden únicamente por el monto de sus acciones”.

Como lo determina la misma Ley, en el art. 46, la compañía se constituirá mediante escritura pública en el Registro Mercantil del cantón Guayaquil, donde la empresa tendrá su domicilio principal. Luego de obtener la personería jurídica, se obtendrá el Registro Único de Contribuyentes en el Servicio de Rentas Internas para poder iniciar sus operaciones. Adicionalmente se cumplirán con todas las formalidades establecidas en la Ley de Compañías.

La empresa se registrará además, por el marco legal turístico y ambiental ecuatoriano, y se someterá a las instituciones de control y regulación de las actividades que realice, tales como Ministerio de Turismo, Ministerio de Ambiente, a más de tomar en cuenta las exigencias y requerimientos municipales para realizar sus operaciones.

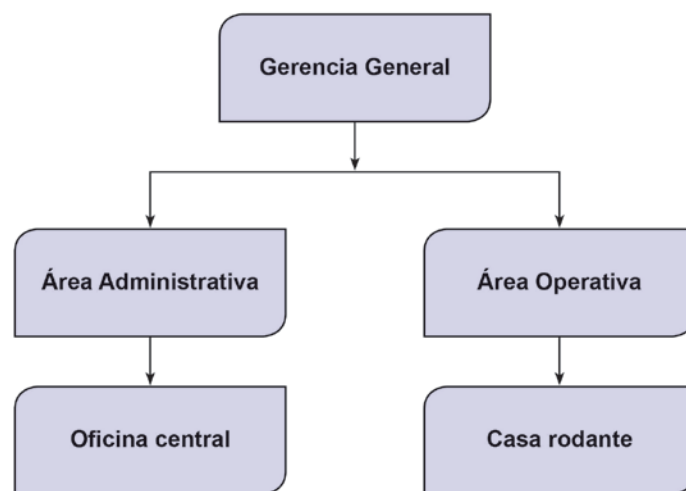
4.3 Organización.

La empresa será considerada como una pequeña empresa, sin embargo contará con una estructura organizacional adecuada, en la cual se aplicarán los

conocimientos administrativos necesarios y las herramientas e instrumentos empresariales de acuerdo al giro del negocio.

La estructura se regirá bajo un esquema vertical simple, que permita la correcta y ágil fluidez de la información, facilite la delegación y establezca responsabilidades en cada nivel, para todos los integrantes de la empresa. (Figura 34).

Figura 34. Organigrama de la empresa.



Fuente y elaboración: El autor

El área administrativa se manejará desde la oficina central, mientras que el área operativa comprenderá los módulos que brindarán el servicio principal del proyecto.

El área administrativa contará con una secretaria-recepcionista y el personal de ventas que se encargarán de las funciones de reservas y comercialización. Una de las responsabilidades del recurso humano será el de crear ventas y planificar actividades de promoción que permitan el crecimiento de la empresa y luego, su posicionamiento en el mercado turístico nacional.

El área operativa estará integrada por quienes participan en la entrega directa del servicio, es decir, chofer, guías, guardias y conserjes.

La organización será administrada como un módulo, con autonomía para delegar funciones que tengan poder de decisión. El trabajo grupal será la pieza clave de la estructura empresarial, para lo cual el personal será entrenado y capacitado de tal manera que se logre su empoderamiento, guiando sus acciones de tal manera que la empresa sea exitosa. El talento humano deberá poseer estudios en áreas afines al giro del negocio, y experiencia en el desempeño del cargo que va a asumir; de preferencia, deberá tener suficiente dominio del idioma Inglés para interactuar con fluidez con los turistas extranjeros.

Las remuneraciones se establecerán de acuerdo al nivel de conocimientos, habilidades y competencias propias para desempeñar cada puesto de trabajo, además se regirá a lo que establece el Código Orgánico del Trabajo.

4.4 Plan estratégico

4.4.1 Misión de la empresa

Rv Ecuador Casas Rodantes es una empresa de servicios turísticos dedicada al alquiler de casas rodantes, que busca la satisfacción de sus clientes, a través de brindar un servicio turístico de calidad, social y ambientalmente responsable.

4.4.2. Visión de la empresa

Rv Ecuador Casas Rodantes será reconocida por la calidad de sus servicios de alquiler de casas rodantes, potencial turístico, innovación de sus productos y por ser una empresa capaz de generar flujos de visitantes al país.

4.4.3 Objetivos estratégicos

Ser la principal empresa ecuatoriana que brinda servicios de alquiler de casas rodantes en el Ecuador, con proyección internacional.

Ofrecer productos innovadores que incrementen el número de personas que realizan turismo interno.

Convertirse en una propuesta original y permanente, de realizar turismo, para el visitante local y extranjero.

Ayudar al desarrollo social y económico de las poblaciones en las cuales realice directa o indirectamente sus actividades, así como de aquellos lugares que se encuentren dentro de las rutas programadas.

4.5 Políticas de ventas

Se tomará contacto con agencias de viaje, especialmente de la ciudad de Guayaquil, a través de las cuales se realizará la captación de clientes, por medio de la promoción de los servicios que ofrece la empresa.

Adicionalmente se diseñará una página web en donde los visitantes podrán conocer todas las características del servicio que se ofrece, especificaciones, rutas, paquetes turísticos, precios, disponibilidad, fotos, etc., y donde se podrá interactuar con el interesado a través de un chat o se recibirán sus mensajes.

Los servicios que prestará este medio novedoso de transporte turístico, están dirigidos a satisfacer las expectativas del turista, brindándole en un solo lugar alojamiento, transporte y recreación, con un alto nivel de calidad y seguridad, cuya aceptación garantizará la permanencia del proyecto en el mercado.

Por tratarse de un producto nuevo y novedoso en el país, no tendría una competencia directa, sin embargo el precio que se ofertará al usuario será altamente competitivo si se toma en consideración que la competencia tradicional (hoteles, establecimientos turísticos, medios de transporte convencional, etc.) en su conjunto, no pueden brindarle al usuario de este servicio la comodidad de transportarse, alojarse y disfrutar de sus vacaciones,

sin pernoctar en un lugar determinado o sujetándose a disponibilidad o reservas previas, sino que le brinda la posibilidad de trasladarse al sitio turístico que prefiera con entera libertad y sin más preocupaciones que el disfrute en sí mismo.

Para comercializar este servicio se requiere de vendedores con conocimientos de mercadeo, quienes tendrán la doble función de contactar con las agencias de viajes y operadores turísticos y promocionar el producto directamente en empresas e instituciones. Por lo tanto además de la venta en sí, se encargarán de la publicidad y promoción del proyecto, así como de las relaciones públicas con el fin de lograr la correcta difusión del servicio y lograr posicionar la empresa a través de una correcta comunicación cliente-empresa.

Para realizar la promoción en las agencias de viaje y en la venta directa, se elaborará material impreso donde se plasme las características y ventajas del servicio que presta la empresa, así como la ruta con la que se empezaría a operar, también se incluiría información turística de la zona a recorrer y cada punto o sitio atractivo que el turista puede visitar durante su viaje. Todo esto estará apoyado profusamente de fotografías, con un diseño gráfico de vanguardia que logre captar la atención del potencial cliente. La folletería proveerá al cliente de toda la información de contacto necesaria para realizar la contratación del servicio.

4.6 Prestación del servicio.

Rv Ecuador Casas Rodantes prestará el servicio de alquiler de casas rodantes a los turistas nacionales y extranjeros, con la seguridad e higiene que este tipo de actividades exige, para garantizar la integridad física de los ocupantes, todo enmarcado en las leyes que rigen las actividades turísticas en el Ecuador.

Los términos y condiciones del servicio de Rv Ecuador Casas Rodantes estarán contenido en un reglamento interno y un manual de uso, que serán

entregados a los clientes al momento de realizar la contratación del servicio. Estos documentos proporcionarán información concisa, pero clara, de las disposiciones internas de la empresa y las relacionadas con el servicio ofertado que se encuentran reguladas por las leyes ecuatorianas. Además se incluirá información acerca del funcionamiento del vehículo y números de teléfono a los cuales llamar en caso de tener dudas o inquietudes acerca del manejo de la casa rodante.

El reglamento interno hará referencia, especialmente, a las características y diseño del servicio que se entrega, las medidas de seguridad que se deben observar, para que la actividad turística se desarrolle sin contratiempos durante el tiempo que dure el alquiler de la casa rodante.

Es importante indicar que tanto el reglamento interno como el manual de uso estarán disponibles en inglés y español, con el objeto de que los turistas extranjeros puedan acceder a esta información y hacer uso de ella.

4.7 Especificaciones técnicas de las casas rodantes

Las casas rodantes, que ofrecerá en alquiler la empresa Rv Casas Rodantes, cumplen con las siguientes especificaciones:

Tipo:	Trailer 2011
Fabricante:	Palomino
Modelo:	6230
Serie:	VIN # 4X4TPAY21BN012677
Peso Bruto:	2.267,96 kg
Medidas:	58,05 m ³

Un mayor detalle se puede observar en los documentos de importación del Anexo 5.

4.8 Impacto ambiental

El impacto ambiental es todo cambio que se produce en el entorno natural (hábitat o ecosistema) causado por la mano del hombre. Se origina cuando los desperdicios y desechos son arrojados a la naturaleza, lo cual provoca alteraciones en el medio ambiente y modifica sustancialmente sus características naturales.

Uno de los factores de degradación ambiental se da por el crecimiento desordenado del hombre, traducido en un modernismo que consume abundantemente los recursos naturales del planeta.

La degradación que produce el hombre y que se traduce en un visible impacto ambiental, produce efectos graves y nocivos para la vida como la conocemos. La relación de equilibrio entre plantas, animales y seres humanos con el medio ambiente que habitan, se vuelve cada vez más frágil ante los efectos negativos del impacto ambiental.

Por esto se hace imprescindible paliar los efectos negativos que este proyecto podría generar sobre el medio ambiente, para lo cual es importante diseñar una estrategia que mitigue cualquier daño colateral que pueda producirse en el medio ambiente por la utilización de este medio de transporte, aprovechando al mismo tiempo las políticas ambientales vigentes que puedan colaborar en la consecución de este fin.

4.9 Estrategia para la compensación ambiental

La actividad que la empresa Rv Ecuador Casas Rodantes va a desarrollar requiere de una estrategia especialmente diseñada para cuidar los espacios naturales en donde el vehículo pernocte o realice reabastecimientos, especialmente en las áreas verdes, de tal manera que su uso no afecte al ecosistema y se atenúe la intervención humana.

Uno de los principales problemas que se presentan son los relacionados con la eliminación de los desechos sólidos y las aguas servidas que se producen en el vehículo.

Los desechos sólidos, escombros o residuos contaminantes (basura orgánica e inorgánica) serán colocados en botes de recolección claramente identificables y que promuevan el reciclaje, los cuales una vez llenos, serán depositados en contenedores que puedan ser retirados por la empresa municipal de limpieza.

En cuanto a las aguas servidas, serán evacuadas a través de los conductos que posee el vehículo directamente al sistema de alcantarillado público del área, observando las ordenanzas municipales del lugar donde se realice esta actividad.

Con el propósito de conservar los recursos naturales, se recomendará a los usuarios del vehículo reducir y optimizar el uso del agua, a la par que se buscará la reutilización de este líquido a través de reciclar el agua de los lavamanos y dirigirla al tanque del inodoro, con lo cual se aprovechará doblemente el agua.

Los vehículos de alojamiento temporal, iguales a los que alquilaría la empresa, de la misma forma en que lo hace cualquier automotor, emana gases tóxicos, lo cual puede ocasionar molestias a las personas, animales o plantas del entorno. Para evitar este efecto contaminante, la casa rodante contará con catalizadores de gas que contrarrestará los posibles perjuicios ambientales, lo cual contribuirá a cuidar los ecosistemas y cumplirá, al mismo tiempo, con las ordenanzas municipales y las leyes ambientales vigentes.

Rv Ecuador Casas Rodantes es una empresa consciente de que el desarrollo armónico entre el hombre y la naturaleza solo es posible si se mitigan los impactos ambientales que el primero produce sobre el segundo. Este es el motivo por el cual una de las políticas de la empresa será la conservación de la

naturaleza, a través del uso sostenible y sustentable de la misma; en busca de la calidad ambiental que garantice la sostenibilidad de los hábitats y ecosistemas naturales, mientras se busca el crecimiento económico y la equidad de la sociedad.

4.10 Aspectos sociales

La empresa Rv Ecuador Casas Rodantes se constituirá en una fuente de ingresos para el país a través de la captación de divisas del exterior (turistas extranjeros) mientras genera empleo directo e indirecto, en forma temporal o permanente.

Los puestos de trabajo permanente serán los ocupados por el personal que trabaje en la empresa realizando tareas administrativas y operativas. El área administrativa estará a cargo de la recepción, reservas, ventas, contabilidad, y será supervisada por el gerente general. El área operativa estará constituida por las personas que se encargan del mantenimiento y la limpieza de las casas rodantes.

A través de este servicio se incrementará el flujo de visitantes a las poblaciones que comprenden la ruta turística con la cual se inaugurará esta operación, esto es Guayaquil – Manabí. Este incremento impulsará la actividad ecoturística de las poblaciones que se visiten, contribuyendo al desarrollo de tiendas artesanas, paraderos turísticos, venta de refrigerios y platos típicos, etc., que serán atendidos por los habitantes de estas zonas.

Este proyecto implementará un nuevo tipo de inversión que considera el aprovechamiento racional de los recursos naturales y la cultura local, como un atractivo ecoturístico novedoso, muy alejado de las formas tradicionales de generar riqueza.

4.11 Análisis FODA

Siendo la matriz FODA una herramienta de análisis que puede ser aplicada a cualquier situación, producto, empresa, etc., que sea objeto de estudio, se lo aplicó a la investigación Rv Ecuador Casas Rodantes, para determinar la situación real de la misma dentro de los prestadores de servicios turísticos en el Ecuador. Luego de este análisis se podrán determinar las acciones y decisiones estratégicas que se deben seguir para que el proyecto mejore su posición actual en el futuro.

El objetivo principal de realizar el análisis FODA es el de obtener información sobre la manera en que el proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes será capaz de afrontar los cambios y las turbulencias en el contexto (oportunidades y amenazas) a partir de sus fortalezas y debilidades internas.

Es posible actuar directamente sobre las fortalezas y debilidades internas de la organización para corregirlas, pero las oportunidades y amenazas son externas, y solo se puede tener ingerencia sobre ellas modificando los aspectos internos.

Para realizar este análisis primero debemos conceptualizar cada uno de los términos del mismo:

Fortalezas: Son las capacidades especiales con que cuenta la empresa, en este caso el proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes, y que le permite tener una posición privilegiada frente a la competencia; los recursos que controla; las habilidades que posee el talento humano; las actividades que se realizan eficientemente, etc.

Oportunidades: Son aquellos factores que resultan positivos, favorables, explotables, que se deben descubrir en el entorno en que actúa la empresa y que le permiten obtener ventajas competitivas.

Debilidades: Son aquellos factores que provocan una posición desfavorable frente a la competencia, recursos de los que se carecen, habilidades que no se poseen, actividades que no se realizan eficientemente, etc.

Amenazas: Son aquellas situaciones que provienen del entorno y que pueden llegar a atentar contra la permanencia de la organización.

4.11.1 Matriz FODA

La Tabla 20 presenta la matriz FODA del proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes.

Tabla 20. Matriz FODA del proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes.

Fortalezas	
F1	Servicio nuevo, novedoso e innovador.
F2	Precio competitivo.
F3	Conocimiento del servicio.
F4	Recursos financieros suficientes.
F5	Servicio de excelente calidad.
F6	Servicio brindado con vehículos de última generación.
F7	Servicio que combina dos productos en uno solo.
F8	Recursos humanos motivados y capacitados.
F9	Servicio posee características diferenciadoras
F10	No existe otra empresa que brinde el mismo servicio (competencia directa).
F11	No se requiere entrenamiento especializado para guiar el vehículo.
F12	Cumple con las normas ambientales.
Debilidades	
D1	Recursos humanos sin experiencia en empresas similares.
D2	Extremada confianza en el éxito del proyecto.

Fuente y elaboración: El autor

Tabla 20. Matriz FODA del proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes. (continuación).

Oportunidades	
O1	No existe competencia.
O2	Segmento del mercado no atendido.
O3	Creación de una nueva forma de hacer turismo.
O4	Puede crearse la necesidad del servicio.
O5	Puede brindarse como un servicio complementario.
O6	El segmento meta es de estrato social medio-alto, con poder adquisitivo.
O7	No existe un servicio igual en el mercado.
O8	Regulaciones favorables para desarrollar actividades de turismo interno.
Amenazas	
A1	Aparición de empresas que brinden un servicio similar.
A2	Al no existir competencia no se conoce cómo reaccionará el mercado.
A3	Aumento del costo de los insumos que necesita el vehículo para su correcto funcionamiento.
A4	Cambio en la legislación de turismo.
A5	Incremento de exigencias en materia de seguridad vehicular.
A6	Incremento en las regulaciones medio ambientales.

Fuente y elaboración: El autor

4.11.2 Análisis de la Matriz FODA del proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes.

Una vez elaborada la matriz FODA podemos apreciar que el proyecto:

- Tiene puntos fuertes internos y capacidades sobre las que puede crear una estrategia que le permita ser rentable y atractivo.
- Los puntos débiles identificados son susceptibles de ser corregidos, a través de acciones internas directas.

- Tiene varias oportunidades que pueden ser aprovechadas para que pueda ser implementado.
- Cuenta con los recursos necesarios para que pueda iniciar sus operaciones, una vez que se constituya como una empresa.
- Por ofrecer un servicio nuevo, novedoso e innovador, no se cuentan con registros previos de empresas similares, por lo que no existe información sobre hábitos de consumo de este servicio, lo cual podría ser algo negativo sino se analiza bien el mercado meta.

4.11.3 Estrategias para corregir la posición del proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes en el mercado.

Una vez que se han determinado las debilidades del proyecto se formulan las estrategias de acción correspondiente a la realidad evidenciada.

Debilidad

D1 Recursos humanos sin experiencia en empresas similares.

Estrategia

E1 Preparar charlas de motivación y capacitación para el personal.

Debilidad

D2 Extremada confianza en el éxito del proyecto.

Estrategia

E2 Realizar una campaña de promoción para conocer la reacción del mercado ante el nuevo servicio.

4.12 Ruta Propuesta: Guayaquil (Guayas) – Jipijapa (Manabí).

Rv Ecuador Casas Rodantes ha trazado una ruta con la cual inaugurará sus operaciones turísticas en el país. Parte de la ciudad de Guayaquil y llega a Jipijapa, recorriendo además: Daule, Pedernales, Jama, San Isidro, Canoa, Bahía de Caráquez, Montecristi y Manta.

En cada uno de estos lugares el turista puede realizar actividades de recreación, como se describe a continuación.

Salida: *Guayaquil*, puerto principal del Ecuador y capital de la provincia del Guayas, es la ciudad más poblada del país y una de las más grandes de América Latina. Se encuentra localizada en la costa del Pacífico, en la región litoral. Guayaquil es además un importante centro de comercio con influencia a nivel regional en el aspecto comercial, financiero, político, cultural y de entretenimiento.

En la página web de la M. I. Municipalidad de Guayaquil y bajo el lema *Guayaquil es mi destino*, se puede apreciar 12 maneras diferentes de conocer la ciudad, de acuerdo a la actividad que se desee realizar. Las cuales son:

- Para conocer su historia;
- Para disfrutar su naturaleza (Figura 35);
- Para admirar el arte en la calle;
- Para conocer su patrimonio y sus museos;
- Para divertirse y gozar;
- Para recorrer sus malecones (Figuras 36 y 37);
- Para vivir la ruta de la fe;
- Para vibrar en sus escenarios deportivos;
- Para congresos y convenciones;
- Para saborear su gastronomía;

- Para visitar sus centros comerciales y mercados artesanales; y,
- Para admirar y disfrutar sus fuentes y piletas. (Guayaquil es mi destino, 2014).

Figura 35. Jardín Botánico de Guayaquil. (Guayaquil).



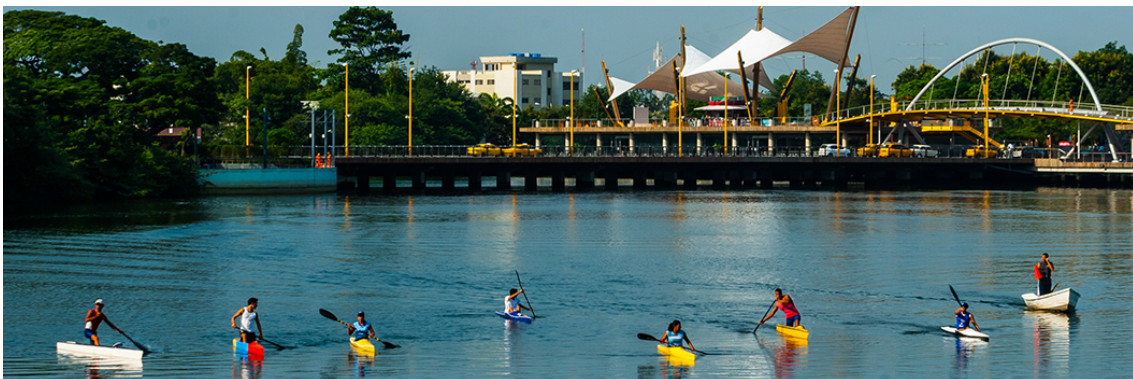
Fuente: Guayaquil es mi destino (<http://turismo.guayaquil.gob.ec/?q=es/naturaleza/del-norte-de-la-ciudad/jardin-botanico>).

Figura 36. Malecón Simón Bolívar. (Guayaquil).



Fuente: Guayaquil es mi destino (<http://turismo.guayaquil.gob.ec/?q=es/malecones/malecones-urbanos/malecon-simon-bolivar>).

Figura 37. Malecón del Estero Salado (Guayaquil).



Fuente: Guayaquil es mi destino (<http://turismo.guayaquil.gob.ec/?q=es/malecones/malecones-urbanos/malecon-del-estero-salado>).

Daule, cantón arrocerero del Guayas, ubicado a 45 km de Guayaquil. Rodeada de balnearios como el de Agua Dulce “Virgen de Lourdes” donde se puede navegar en botes pequeños y saborear deliciosas comidas típicas los fines de semana, “El Limonal”, en cuyas orillas los bañistas practican juegos deportivos. Este lugar es muy conocido por la procesión del “Cristo Negro” o “Señor de los Milagros” que se realiza el 14 de septiembre de cada año (Figura 38). Las tradiciones montubias se mantienen en la Parroquia Los Tintos, en donde cada 12 de octubre se realiza la elección de la reina, y el baile y el rodeo montubio auspiciado por la asociación de ganaderos y haciendas de la zona.

Figura 38. Procesión del Cristo Negro. (Daule).



Fuente: www.eluniverso.com

Pedernales, balneario turístico de la provincia de Manabí. La playa de Pedernales (Figura 39), de aproximadamente 3 kilómetros, es propicia para practicar un sinnúmero de deportes acuáticos como el surf, snorkeling, y pesca deportiva. En sus alrededores se pueden observar casas típicas construidas con madera, techo de zinc, cade o paja toquilla, generalmente de dos pisos. Esta playa es el sitio ideal para descansar y disfrutar el sol, la arena y el mar, adornada con palmeras únicas en el perfil costanero, con amplia vegetación, que la vuelve atractiva para el turista; posee un clima tropical húmedo en las partes elevadas, y tropical seco en las zonas más bajas.

Figura 39. Playa de Pedernales. (Pedernales).



Fuente: Diario La Hora (www.lahora.com.ec)

Jama, playa manabita con grandes acantilados y bosques tropicales. Jama, que significa iguana pequeña, debe su nombre a sus antiguos pobladores; aquí se produce camarón y pescado para la exportación, y además de su potencial agrícola y ganadero, Jama posee una inigualable riqueza turística con atractivos como Tasaste, Los siete saltos del Río Jama, El Matal, Punta Ballena, y las playas Don Juan y La División.

Tasaste: En este lugar se encuentra el *Arco del Amor* (Figura 40), formación geológica de 10 metros de altura aproximadamente, que sirve de hábitat de aves marinas, cuando sube la marea queda cubierto por el agua y no se puede acceder a él.

El agua de Tasaste es transparente con arena en suspensión. En sus alrededores no existe contaminación urbana o natural. En este lugar es fácil encontrar cabañas donde se puede saborear la comida típica manabita, existe también un estero de agua dulce y baños con duchas públicos.

Figura 40. Arco del Amor. (Jama).



Fuente: <https://www.pinterest.com/pin/247909154461900121/>

Los siete saltos del Río Jama: Se encuentra en el cantón Sucre, en la parroquia Jama, en el sector denominado *El Venado*. En este lugar se puede practicar actividades como caminata, cabalgata, pesca, observación y fotografía, existen además abrevaderos de peces. A lo largo del río Jama se pueden apreciar bruscos cambios de nivel en pendientes empinadas, formando pequeños rápidos y saltos, donde se puede practicar deportes de aventura. (Figura 41).

Figura 41. Los siete saltos del río Jama. (Jama).



Fuente: www.flickr.com

El Matal: Es el lugar ideal para la pesca deportiva, deportes acuáticos y diversión, donde el turista puede tener un encuentro con la naturaleza y disfrutar de un completo y placentero relax. Durante los fines de semana visitantes nacionales y extranjeros colman sus playas para disfrutar de este balneario único. (Figura 42).

Figura 42. Playa de El Matal. (Jama).



Fuente: www.manabinoticiasenlinea.blogspot.com

Punta Ballena: Es el lugar ideal para descansar y bucear. Cuando la marea está baja se puede acceder a este lugar situado a 11 kilómetros de Jama. En Punta Ballena se puede practicar surf, ski acuático y banana.

Cuenta con dos atractivos turísticos, la observación de las ballenas jorobadas que cada año llegan desde la Antártida y el Mirador del Pacífico, que es una formación de toca maciza desde donde se puede observar el paisaje del entorno. (Figura 43).

Figura 43. Playa Punta Ballena. (Jama).



Fuente: www.clave.com.ec

Playa Don Juan: Esta playa se extiende desde la desembocadura del río Don Juan hasta Punta Prieta, unos 6 kilómetros aproximadamente. Entre las actividades que pueden realizar en esta playa es caminata, observación y fotografía. Un paraíso para quienes aman la tranquilidad y la naturaleza y también para quienes buscan aventura, arena, deportes, olas y mucha diversión. (Figura 44).

Figura 44. Playa de Don Juan. (Jama).



Fuente: www.lageoguía.org

Playa La División: Es una de las playas más extensas del cantón Jama, limpia y muy tranquila, donde se puede disfrutar del entorno natural. La amabilidad de su gente y su paisaje natural hacen de este un lugar privilegiado. La playa está dividida en varias zonas; para bañistas, para acampar, para prácticas deportivas como el esquí acuático, surf, windsurf, volley, fútbol playero, entre otros. En este lugar se pueden observar aves como fragatas, garzas blancas, gaviotas, y especies de árboles como los manglares rojos, blancos y negros; rastreras, mata chivos, mimosas, entre otras plantas.

San Isidro (Figura 45), parroquia del cantón Sucre (Manabí). Era el centro ceremonial de la cultura Jama-Coaque. Es una de las parroquias rurales con gran potencial para el turismo, poseedora de áreas de bosque premontano húmedo en el que habitan especies como el mono aullador y aves como el momoto, horneros, caciques y passeriformes; sitios arqueológicos donde se encuentran las tolas más grandes del Ecuador; además está rodeada de ríos, caídas de agua y pequeñas cascadas.

Figura 45. Cascada de la comunidad 9 de Octubre. (San Isidro).



Fuente: www.revistalagente.com

Canoa es un balneario con grandes olas excelentes para practicar surf. Se puede volar alas delta y parapente, saltando desde el acantilado sobre la playa. En sobrevuelos se puede pasar por una cueva que es el hogar de descanso de murciélagos y de piqueros de patas azules, a este lugar se puede acceder cuando la marea está baja. El poblado alberga clubes y restaurantes, que sirven hasta altas horas de la noche, lo que da cuenta de una vida nocturna muy activa. En Playa de Canoa (Figura 46) se puede practicar además pesca deportiva, kayak en las cuevas y manglares, cabalgatas por el bosque y la playa, snorkel, observación de aves y ecoturismo en fincas orgánicas.

Figura 46. Playa de Canoa. (Canoa).



Fuente: www.gopixpic.com

Bahía de Caráquez (Figura 47), ciudad costanera de Manabí, fue declarada como Ciudad Patrimonial por su historia y porque conserva el testimonio de la antigua arquitectura de inicio de los años 1900. Considerada como la ciudad-balneario más tranquila y segura del Ecuador, posee una playa de extraordinaria calidad paisajística. Es el destino por excelente, del turismo familiar vacacional, por la tranquilidad de su ciudad y por la oferta de deportes de playa que se pueden practicar como el kayak, surf, windsurf y esquí acuático. En 1999 fue declarada como ecociudad.

Figura 47. Vista aérea de Bahía de Caráquez. (Bahía de Caráquez).



Fuente: www.mejoresplayas.org

Montecristi (Figura 48), ciudad histórica y cuna del famoso revolucionario liberal Eloy Alfaro. Se encuentra ubicado a las faldas del cerro Montecristi, se destaca por la fabricación de sombreros de paja toquilla, tagua, mimbre y otros. Entre sus atractivos turísticos se cuentan la casa de Eloy Alfaro, el museo de las Hermanas Largacha y el Santuario de Monserrate, donde los fines de semana se congregan miles de peregrinos. La Pila es el sitio donde los artesanos realizan esculturas con temas de la cerámica precolombina y réplicas de las piezas expuestas en los museos.

Figura 48. Palacio de Montecristi. (Montecristi).



Fuente: manabi.gob.ec

Manta (Figura 49), ciudad portuaria de Manabí. Manta es el primer puerto turístico, marítimo y pesquero del Ecuador de gran importancia para el comercio exterior ecuatoriano. Manta es turísticamente encantadora, por sus magníficas playas, situadas en el corazón de la ciudad. Las playas más visitadas son *El Murciélago* y *Tarqui* donde se puede practicar la pesca deportiva en botes. Manta además cuenta con un museo de exhibición de piezas arqueológicas.

Figura 49. Puerto de Manta. (Manta).



Fuente: www.datuopinion.com

Jipijapa (Figura 50), cantón ubicado al sur de Manabí, conocido como *La Sultana del Café*, por su gran producción cafetalera, base de la economía de su población. Tiene como atractivo turístico las playas de Puerto Cayo, los pozos de aguas termales de Andil; y los lugares históricos Choconchá y Joá. Entre los aspectos culturales, históricos y folklóricos se destacan las manifestaciones religiosas en torno a la Virgen de Agua Santa y las visitas a la iglesia de San Lorenzo. Entre su variada gastronomía sobresalen las tortillas de maíz y yuca de Sancán; el greñoso y el cebiche con maní.

Figura 50. Parque de Jipijapa



Fuente: <https://orellanatik.wordpress.com/2011/09/20/conexion-con-la-costa-jipijapa/>

4.13 Análisis financiero

4.13.1 Inversión inicial

Rv Casa Rodantes operará con un capital de \$26.000,00 dividido en 26.000 acciones con un valor nominal de \$1,00 cada una, distribuidas entre dos accionistas como se observa en la Tabla 21.

Tabla 21. Inversión inicial de Rv Ecuador Casas Rodantes.

INVERSIÓN INICIAL			
DETALLE DE APORTES DE CAPITAL SOCIAL			
Nómina de accionistas	Valor Nominal acción	Número acciones	Aporte Capital
Accionista 1	\$ 1	25999	25999
Accionista 2	\$ 1	1	1
TOTAL		26000	\$26.000,00

Fuente y elaboración: El autor

4.13.2 Aplicación de la Inversión inicial

Tabla 22. Detalle de activos no corrientes.

DESCRIPCIÓN	Cantidad	Valor Adquisición	TOTAL	VALOR RESIDUAL	Valor Base Depreciación	Años Vida Útil según Norma Tributaria	Depreciación Anual	Depreciación acumulada Primer Período	Depreciación acumulada Segundo Período	Depreciación acumulada Tercer Período
CLASIFICACIÓN										
MUEBLES Y ENSERES										
Escritorios (2)	2	220,00	440,00	22,00	198,00	10	19,80	19,80	39,60	59,40
Sillas ejecutivas	2	100,00	200,00	10,00	90,00	10	9,00	9,00	18,00	27,00
EQUIPOS DE OFICINA									-	-
Calculadora de escritorio	1	120,00	120,00	12,00	108,00	10	10,80	10,80	21,60	32,40
EQUIPOS DE COMPUTACIÓN				-					-	-
COMPUTADOR Xtratech	1	575,00	575,00	115,00	460,00	3	153,33	153,33	306,67	460,00
Impresora Canon	1	145,00	145,00	29,00	116,00	3	38,67	38,67	77,33	116,00
							231,60	231,60	463,20	694,80
MAQUINARIAS Y EQUIPOS									-	-
Remolque TRAILER	1	22.269,00	22.269,00	4.453,80	17.815,20	10	1.781,52	1.781,52	3.563,04	5.344,56
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES			23.749,00				2.013,12	2.013,12	4.026,24	6.039,36

Fuente y elaboración: El autor

EFFECTIVO O EQUIVALENTES DE EFFECTIVO (CAPITAL DE TRABAJO)

3.000,00

TOTAL DE APORTES INVERSIÓN DE CAPITAL

26.749,00

4.13.3 Presupuesto de ventas.

Tabla 23. Presupuesto de ventas. Año 2015.

AÑO 2015	PROMEDIO		MESES												TOTAL
	Tarifa Diaria	Tarifa Mensual	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
Ingresos por Servicios	160,50	4.815,00	4.815,00	4.815,00	4.815,00	4.815,00	4.815,00	4.815,00	4.815,00	4.815,00	4.815,00	4.815,00	4.815,00	4.815,00	57.780,00
														IVA COBRADO	6933,6
														TOTAL FACTURADO	64.713,60

Fuente y elaboración: El autor

Tabla 24. Presupuesto de ventas. Año 2016.

AÑO 2016	PROMEDIO		MESES												TOTAL
	Tarifa Diaria	Tarifa Mensual	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
Ingresos por Servicios	171,74	5.152,05	5.152,05	5.152,05	5.152,05	5.152,05	5.152,05	5.152,05	5.152,05	5.152,05	5.152,05	5.152,05	5.152,05	5.152,05	61.824,60
														IVA COBRADO	7.418,95
														TOTAL FACTURADO	69.243,55

Fuente y elaboración: El autor

Tabla 25. Presupuesto de ventas. Año 2017.

AÑO 2017	PROMEDIO		MESES												TOTAL
	Tarifa Diaria	Tarifa Mensual	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
Ingresos por Servicios	185,47	5.564,21	5.564,21	5.564,21	5.564,21	5.564,21	5.564,21	5.564,21	5.564,21	5.564,21	5.564,21	5.564,21	5.564,21	5.564,21	66.770,57
														IVA COBRADO	8.012,47
														TOTAL FACTURADO	74.783,04

Fuente y elaboración: El autor

4.13.4 Gastos y remuneraciones.

Tabla 26. Presupuesto de Gastos. Año 2015.

AÑO 2015	PROMEDIO		MESES												TOTAL
	TARIFA DIARIA	TARIFA MENSUAL	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
Internet		70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	70,00	840,00
Teléfono convencional		45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00
Combustible		600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
Mantenimiento equipo desechos		150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	1.800,00
Mantenimiento vehículo remolcador		220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	2.640,00
Permisos, contribuciones e impuestos		90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	90,00	1.080,00
Primas de seguros		8,35	8,35	8,35	8,35	8,35	8,35	8,35	8,35	8,35	8,35	8,35	8,35	8,35	100,20
Suministros, movilización, varios		45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	540,00
Gastos de publicidad															
Sitio web (reserva sitio web)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	40,00
Costo por click internet		200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
			1.428,35	1.428,35	1.428,35	1.428,35	1.428,35	1.428,35	1.428,35	1.428,35	1.428,35	1.428,35	1.428,35	1.428,35	17.180,20

Fuente y elaboración: El autor

Tabla 27. Presupuesto de Gastos. Año 2016.

AÑO 2016	PROMEDIO		MESES												TOTAL
	TARIFA DIARIA	TARIFA MENSUAL	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
Internet		73,50	73,50	73,50	73,50	73,50	73,50	73,50	73,50	73,50	73,50	73,50	73,50	73,50	882,00
Teléfono convencional		47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	567,00
Combustible		630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	630,00	7.560,00
Mantenimiento equipo desechos		157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	157,50	1.890,00
Mantenimiento vehiculo remolcador		231,00	231,00	231,00	231,00	231,00	231,00	231,00	231,00	231,00	231,00	231,00	231,00	231,00	2.772,00
Permisos, contribuciones e impuestos		94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	94,50	1.134,00
Primas de seguros		8,77	8,77	8,77	8,77	8,77	8,77	8,77	8,77	8,77	8,77	8,77	8,77	8,77	105,21
Suministros, movilización, varios		47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	47,25	567,00
Gastos de publicidad															-
Sitio web (reserva sitio web)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	42,00
Costo por click internet		210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	210,00	2.520,00
															18.039,21

Fuente y elaboración: El autor

Tabla 28. Presupuesto de Gastos. Año 2017.

AÑO 2017	PROMEDIO		MESES												TOTAL
	TARIFA DIARIA	TARIFA MENSUAL	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEP	OCT	NOV	DIC	
Internet		77,18	77,18	77,18	77,18	77,18	77,18	77,18	77,18	77,18	77,18	77,18	77,18	77,18	926,10
Teléfono convencional		49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	595,35
Combustible		661,50	661,50	661,50	661,50	661,50	661,50	661,50	661,50	661,50	661,50	661,50	661,50	661,50	7.938,00
Mantenimiento equipo desechos		165,38	165,38	165,38	165,38	165,38	165,38	165,38	165,38	165,38	165,38	165,38	165,38	165,38	1.984,50
Mantenimiento vehiculo remolcador		242,55	242,55	242,55	242,55	242,55	242,55	242,55	242,55	242,55	242,55	242,55	242,55	242,55	2.910,60
Permisos, contribuciones e impuestos		99,23	99,23	99,23	99,23	99,23	99,23	99,23	99,23	99,23	99,23	99,23	99,23	99,23	1.190,70
Primas de seguros		9,21	9,21	9,21	9,21	9,21	9,21	9,21	9,21	9,21	9,21	9,21	9,21	9,21	110,47
Suministros, movilización, varios		49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	49,61	595,35
Gastos de publicidad															
Sitio web (reserva sitio web)		-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	44,10
Costo por click internet		220,50	220,50	220,50	220,50	220,50	220,50	220,50	220,50	220,50	220,50	220,50	220,50	220,50	2.646,00
															18.941,17

Fuente y elaboración: El autor

Tabla 29. Remuneraciones año 2015.

CARGO	2015								2016				Total provisiones	Flujo neto por pago de remuneraciones y beneficios
	Remuneración mensual	Remuneración anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva (Primer año no aplica)	Aporte Patronal 12.15%	Total remuneraciones + Beneficios sociales (RA.+DT.+DC.+V)	Saldo Provisión Décimo Tercer Sueldo	Saldo Provisión Décimo Cuarto Sueldo	Saldo Provisión Vacaciones	Saldo Provisión Aporte IESS		
Secretaria-Contable	359,00	4.308,00	359,00	354,00	179,50	-	523,42	5.723,92	29,92	295,00	179,50	77,54	581,96	5.141,96
Asistente servicios generales	354,00	4.248,00	354,00	354,00	177,00	-	516,13	5.649,13	29,50	295,00	177,00	76,46	577,96	5.071,17
Total remuneraciones		-	-	-	-	-	-	11.373,05	59,42	590,00	356,50	154,01	1.159,92	10.213,13

Fuente y elaboración: El autor

Tabla 30. Remuneraciones año 2016.

CARGO	2016								2017				Total provisiones	Flujo neto por pago de remuneraciones y beneficios
	Remuneración mensual	Remuneración anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva	Aporte Patronal 12.15%	Total remuneraciones + Beneficios sociales (RA.+DT.+DC.+V)	Saldo Provisión Décimo Tercer Sueldo	Saldo Provisión Décimo Cuarto Sueldo	Saldo Provisión Vacaciones	Saldo Provisión Aporte IESS		
Secretaria-Contable	376,95	4.523,40	376,95	370,00	188,48	376,95	549,59	6.385,37	31,41	308,33	188,48	81,42	609,64	5.775,73
Asistente servicios generales	370,00	4.440,00	370,00	370,00	185,00	370,00	539,46	6.274,46	30,83	308,33	185,00	79,92	604,09	5.670,37
Total remuneraciones		-	-	-	-	-	-	12.659,83	62,25	616,67	373,48	161,34	1.213,73	11.446,10

Fuente y elaboración: El autor

Tabla 31. Remuneraciones año 2017.

CARGO	2017								2018				Total provisiones	Flujo neto por pago de remuneraciones y beneficios
	Remuneración mensual	Remuneración anual	Décimo Tercero	Décimo Cuarto	Vacaciones	Fondo de Reserva (Primer año no aplica)	Aporte Patronal 12.15%	Total remuneraciones + Beneficios sociales (RA.+DT.+DC.+V)	Saldo Provisión Décimo Tercer Sueldo	Saldo Provisión Décimo Cuarto Sueldo	Saldo Provisión Vacaciones	Saldo Provisión Aporte IESS		
Secretaria-Contable	395,80	4.749,57	395,80	385,00	197,90	395,80	577,07	6.701,14	32,98	320,83	197,90	85,49	637,21	6.063,93
Asistente servicios generales	385,00	4.620,00	385,00	385,00	192,50	385,00	561,33	6.528,83	32,08	320,83	192,50	83,16	628,58	5.900,25
Total remuneraciones		-	-	-	-	-	-	13.229,97	65,07	641,67	390,40	168,65	1.265,78	11.964,18

Fuente y elaboración: El autor

4.13.5 Estado de resultados integral.

La Tabla 32 muestra el estado de situación integral proyectado para el 2015.

Tabla 32. Estado de resultados integral. Rv Ecuador Casas Rodantes.

Rv Ecuador Casas Rodantes Estado de resultados integral Del 1 de enero de 2015 al 31 de diciembre de 2015		
<u>INGRESOS</u>		57780,00
Ingresos por Servicios	<u>57780,00</u>	
<u>COSTO DE VENTAS</u>		
Costo de Servicios	19070,65	
Remuneraciones	5649,13	
Combustibles	7200,00	
Mantenimiento Furgón	1800,00	
Depreciación de Maquinaria y Equipos	1781,52	
Mantenimiento vehículo remolcador	<u>2640,00</u>	19070,65
UTILIDAD BRUTA EN SERVICIOS		38709,35
<u>GASTOS OPERATIVOS</u>		11535,732
<u>GASTOS DE VENTAS</u>	9684,13	
Remuneraciones	5723,92	
Servicio de Internet	840,00	
Primas de Seguros	100,21	
Derechos web	40,00	
Publicidad Internet	2440,00	
Gastos de teléfono	<u>540,00</u>	
GASTOS ADMINISTRATIVOS	1851,60	
Permisos, contribuciones, otros	1080,00	
Depreciación Muebles y Equipos Oficina	231,60	
Suministros de oficina, mov., varios	<u>540,00</u>	
UTILIDAD ANTES I. RENTA E IMPUESTOS		27173,62
15% Reparto Utilidades Trabajadores		<u>4076,04</u>
UTILIDAD ANTES IMPUESTO RENTA		23097,57
22% Impuesto a la Renta		5081,47
UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		18016,11

Fuente y elaboración: El autor

4.13.6 Estado de situación inicial.

La Tabla 33 muestra el estado de situación inicial al 1 de enero de 2015.

Tabla 33. Estado de situación inicial. Rv Ecuador Casas Rodantes.

Rv Ecuador Casas Rodantes Estado de situación inicial Al 1 de enero de 2015			
ACTIVO		PATRIMONIO	
CORRIENTE			
Efectivo o equivalente a efectivo	3000,00	PATRIMONIO	26749,00
	<u>3000,00</u>	Capital Social	<u>26749,00</u>
NO CORRIENTE			
Muebles y Enseres	640,00		
Equipos de Oficina	120,00		
Equipos de Computación	720,00		
Maquinarias y Equipos (Remolque)	22269,00		
Total Activo	<u>26749,00</u>	Total Patrimonio	<u>26749,00</u>

Fuente y elaboración: El autor

4.13.6 Estado de situación financiera.

La Tabla 34 muestra el estado de situación inicial al 1 de enero de 2015.

Tabla 34. Estado de situación financiera. Rv Ecuador Casas Rodantes.

Rv Ecuador Casas Rodantes Estado de situación financiera Al 1 de enero de 2015			
ACTIVO		PASIVO	
CORRIENTE		CORRIENTE	
Efectivo o equivalente a efectivo	33386,67	Cuenta por pagar Accionistas	749,00
	<u>33386,67</u>	Pasivos Acumulados	1199,93
NO CORRIENTE		15% Reparto Utilidades	
Muebles y Enseres	640,00	Trabajadores	4076,04
Equipos de Oficina	120,00	22% Impuesto a la Renta	<u>5081,47</u>
Equipos de Computación	720,00	PATRIMONIO	44016,11
Maquinarias y Equipos (Remolque)	22269,00	Capital Social	26000,00
Total Activo no Corriente	<u>23749,00</u>	Utilidad Ejercicio	<u>18016,11</u>
menos: Depreciación Acumulada	2013,12		
Total Activo	<u>\$55.122,55</u>	Total Pasivo y Patrimonio	<u>\$55.122,55</u>

Fuente y elaboración: El autor

4.13.7 Flujo de caja proyectado.

La Tabla 35 muestra el flujo de caja proyectado durante los tres primeros años de la implementación del proyecto.

Tabla 35. Flujo de caja proyectado. Rv Ecuador Casas Rodantes.

Rv Ecuador Casas Rodantes
Flujo de caja proyectado

DESCRIPCION	AÑOS			
	0	1	2	3
INGRESOS POR SERVICIOS		57.780,00	61.824,60	66.770,57
Total Ingresos		57.780,00	61.824,60	66.770,57
Inversión Inicial	26.749,00			
Flujo Operativo		27.393,33	39.193,36	42.589,64
Pago a proveedores y terceros		16.100,20	16.905,21	17.750,47
Pago remuneraciones y beneficios		10.213,13	11.985,84	13.918,72
Otros gastos operativos		1.080,00	1.144,80	1.213,49
15% Participación Trabajadores		0	4.076,04	4.320,60
Impuesto a la renta por pagar		0	5.081,47	5.386,35
Total Flujo Operativo		30.386,67	22.631,24	24.180,93
Flujo Neto	26.749,00	30.386,67	22.631,24	24.180,93
Saldo Periodo Anterior		3.000,00	0,00	0,00
Flujo de Efectivo Total		33.386,67	22.631,24	24.180,93

Fuente y elaboración: El autor

4.13.8 Indicadores de rentabilidad del proyecto

La Tabla 36 muestra la VAN y TIR del proyecto.

Tabla 36. Indicadores de rentabilidad del proyecto. Rv Ecuador Casas Rodantes.

Inversión inicial	(26.749)
f 1	33.387
f 2	22.631
f 3	24.181
Tasa de interés	0,1118
n	3
VAN 1	\$ 35.243,87
TIR	92,95%

Fuente y elaboración: El autor

4.13.9 Análisis económico y financiero del proyecto.

La realización y ejecución del proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes demandará una inversión inicial de US\$26.749,00, que se utilizará para cubrir los bienes tangibles e intangibles que requiere, distribuidos en las cuentas de activos.

Los activos fijos del proyecto ascienden a US\$23.749,00 esto equivale al 88,78% de la inversión inicial, este monto cubre el valor del vehículo casa rodante, equipamiento y depreciaciones.

La diferencia, USD\$3.000,00 (11,22%) corresponden a activos corrientes que incluye el dinero en efectivo indispensable para operar, esto es, capital de trabajo.

El financiamiento será cubierto por al 100% por el aporte de los inversionistas-accionistas, por lo cual no se considera necesario acudir al financiamiento externo o préstamo bancario, lo cual es una gran ventaja ya que el proyecto parte sin adquirir deuda alguna para operar.

Los ingresos estimados del proyecto en su primer año son USD\$33.387,00, valor que se obtiene de la renta del vehículo casa rodante, al que se le han restado los gastos propios del negocio.

El valor de la tarifa que se cobrará por día de alquiler ha sido determinado tomando en consideración las condiciones tradicionales de alojamiento y transporte del mercado, por cuanto el proyecto no tiene una competencia directa ya que se trata de un servicio nuevo y novedoso en el Ecuador.

Los costos proyectados en el primer año de operación ascienden a USD\$17.180,20, esto es el 51,45% del total de los ingresos de ese mismo periodo. Este valor cubre los rubros de servicios de internet, teléfono

convencional, combustible, mantenimiento de equipos de tratamiento de desechos, mantenimiento del vehículo casa rodante, permisos contribuciones e impuestos, primas de seguros, movilización y publicidad, que incluye el sitio web de la empresa y el costo por click para posicionar el proyecto en un buscador reconocido.

Una vez que se ha estructurado y analizado la inversión y los gastos del proyecto, se determina su viabilidad, de acuerdo a los indicadores que así lo avalan. Durante la vida útil del proyecto, generará utilidades que varían en forma creciente, a un promedio de 7% anual, que lo haría sostenible. Por otra parte, la Tasa Interna de Retorno (TIR) es del 92,95%, provocando un Valor Actual Neto (VAN) positivo de USD\$35.243,87, con lo que se demuestra que el proyecto generará mucho más de lo que requiere para funcionar, es decir que los flujos netos descontados son superiores a la inversión inicial.

Con este análisis se concluye que el proyecto es viable, pues las condiciones económicas y financieras son favorables para los accionistas-inversionistas, lo cual garantiza la rentabilidad y sostenibilidad del proyecto durante su vida útil.

Capítulo 5

Conclusiones y Recomendaciones

5.1 Conclusiones

- La demanda de los servicios turísticos en el Ecuador se ha incrementado en los últimos años, su fomento se encuentra contemplado dentro del Plan Nacional de Desarrollo 2013-2017 y se empata directamente con el cambio de matriz productiva impulsada por el presidente Correa.
- El turismo interno se ha posicionado como una actividad económica prioritaria para la economía de ecuatoriana, por cuanto diversifica el empleo y genera riqueza.
- La favorable evolución que ha experimentado el turismo ecuatoriano nos augura buenas perspectivas en el futuro, amparadas también en las regulaciones de apoyo a este sector impulsadas por el Gobierno.
- El Ecuador posee hermosas playas, balnearios, ríos, parques nacionales, patrimonios culturales, etc., donde es posible llevar a cabo actividades turísticas, por lo tanto los destinos a los cuales puede llegar el vehículo casa rodante son muchos y variados, y con este servicio se da al turista la oportunidad de descansar en el mismo lugar donde se traslada, a su propio ritmo y tiempo.
- El proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes ofrecerá al mercado turístico ecuatoriano un producto nuevo, novedoso e innovador, con seguridad, características que pueden ayudar a la sostenibilidad del negocio.
- El usuario que contrate el servicio de alquiler de casas rodantes, como se propone en este proyecto, no solo contará con un hospedaje móvil sino que podrá realizar su recorrido acompañado de su familia, amigos o compañeros de trabajo, por un mismo valor, lo que vuelve atractivo para el cliente el uso de este medio de transporte.

- El sistema vial del Ecuador ha sido transformado en los últimos años de Gobierno, por lo que el vehículo casa rodante puede desplazarse por las carreteras con seguridad.
- El ecoturismo y el turismo de aventura son algunas de las actividades con mayor demanda por los turistas que buscan nuevas formas de recorrer los lugares turísticos, siendo este el cliente-tipo que se enmarca perfectamente con las características del vehículo casa rodante, en cuanto a su espíritu aventurero se refiere.
- El servicio de alquiler de casas rodantes le permitirá al turista nacional y extranjero, realizar actividades turísticas y de recreación sin depender de los mecanismos tradicionales de transporte y alojamiento.
- Al alquilar una casa rodante el cliente abre un abanico de posibilidades para realizar un sinnúmero de actividades turísticas en el lugar que desee y durante el tiempo que lo así lo requiera, con la tranquilidad y la seguridad de contar a su disposición con un medio de transporte y alojamiento las 24 horas del día.
- El valor que se cobrará por concepto de alquiler diario de la casa rodante, es altamente competitivo si tomamos en cuenta que las alternativas tradicionales de alojamiento (hoteles, hostales, etc.) no le brindarán la ventaja de trasladarse, junto con sus acompañantes, llevando consigo toda la comodidad de un hotel, y sin la incomodidad de realizar los check-in y check-out en horarios determinados que pueden coartar las actividades que el turista quiera hacer en la zona.
- La combinación de medio de transporte-alojamiento es atractivo para el turista que busca opciones actuales e innovadoras para realizar sus viajes. Además que permite ahorrar costos al pagar un solo importe por dos servicios en uno.

- El servicio de alquiler de casas rodantes para desarrollar actividades turísticas, aunque no es algo nuevo en el mundo, no ha sido desarrollado en el Ecuador, no existen empresas dedicadas a ofrecer este tipo de transporte turístico y por lo tanto no se ha identificado una competencia directa.
- Las empresas dedicadas al transporte turístico en el Ecuador no cuentan con unidades iguales o similares a las que el proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes ofrecerá a sus clientes.
- Las empresas dedicadas a brindar alojamiento en el Ecuador no cuentan con módulos iguales o similares a los que el proyecto ofrecerá a sus clientes.
- El uso de este medio de transporte y alojamiento es de bajo impacto para la naturaleza, ya que el vehículo contará con todas las regulaciones exigidas para mitigar cualquier tipo de contaminación que pueda ser generada mientras se lo utiliza.
- El desarrollo de este proyecto no ocasionará efectos negativos para el medio ambiente, ya que se hará una disposición adecuada de los desechos sólidos y aguas servidas, se fomentará el cuidado del agua y de la naturaleza.
- Este proyecto, a más de generar empleos directos, también será una fuente de trabajo indirecto para los pobladores de las zonas donde el turista realice sus visitas, colaborando al desarrollo socio-económico de los pobladores locales; fomentará el comercio y mejorará notablemente la oferta turística nacional.
- El contar con el dólar como moneda de circulación nacional favorece el comercio entre los locales y los visitantes extranjeros, por cuanto el dólar es una divisa que se maneja a nivel mundial, y no necesita ser convertida a la moneda local para ser utilizada en el país.

5.2 Recomendaciones

- Impulsar la creación de nuevas rutas que el turista pueda conocer, en donde disfrute de la cultura, gastronomía y las actividades recreativas que las distintas regiones del país ofrece.
- Elaborar programas permanentes de promoción y publicidad donde se expongan las bondades del servicio de alquiler de casas rodantes con propósitos turísticos, de esta manera se atraerá a los potenciales clientes.
- Para asegurar una atención especializada al cliente, la empresa deberá implementar un programa de reclutamiento, selección, contratación y capacitación del personal que laborará en las áreas administrativa y operativa.
- La empresa, una vez constituida, deberá afiliarse a los gremios turísticos que se correspondan con sus actividades, para que puedan ayudarle a promover los servicios de alquiler de casas rodantes, tanto a nivel nacional como internacional.
- La empresa deberá crear una página web para promocionar, ofrecer información y lograr la contratación de sus servicios. Esta página deberá contar con un sistema de pago seguro, puesto que los turistas que utilizarán los vehículos casa rodante, pueden ser nacionales o extranjeros.

Para finalizar, es importante resaltar que el proyecto Rv Ecuador Casas Rodantes tiene un alto potencial para crecer como un negocio rentable en el país, ya que presenta una alternativa novedosa que combina transporte y alojamiento en un solo servicio, a valores competitivos, de bajo impacto ambiental, que fomenta el turismo interno, que no presenta competidores directos, entre otras fortalezas, por lo que sería recomendable implementarlo siguiendo la base de esta investigación.

Referencias bibliográficas

- Asamblea Nacional. (29 de marzo, 2011). Ley Orgánica Reformatoria a la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. Registro Oficial No. 415.
- Autocaravana. (2013). En *Sensagent*. Recuperado de <http://diccionario.sensagent.com/Autocaravana/es-es/>
- Autocaravana. (2014). En *Wikipedia*. Recuperado de <http://es.wikipedia.org/wiki/Autocaravana>
- Autocaravanistas independientes por sus derechos. (2012). *Derechos y deberes de los autocaravanistas de España*. Recuperado de <http://www.bricaravaning.com/bricos/autocaravanas.pdf>
- Banco Central del Ecuador. (2013). *Cuentas Nacionales Anuales*. Quito.
- Boullón, Roberto. (1990). *Las actividades turísticas y recreacionales: el hombre como protagonista* (3ª ed.). México, D. F.: Trillas.
- Caravanning. (2006). En *Gypsy Waggons*. Recuperado de <http://gypsywaggons.co.uk/varhistory.htm>
- Caravanquoter. (2011). *Who invented the caravana*. Recuperado de <http://www.caravanquoter.co.uk/who-invented-the-caravan-2/>
- Comercial Caravanning. (Septiembre, 2013). *Historia de las caravanas y las autocaravanas*. Recuperado de <http://www.micaravana.com/blog/caravanning-un-invento-moderno/>
- Congreso Nacional. (6 de mayo, 2008). Ley de Turismo. Registro Oficial Suplemento 733, 27 de diciembre, 2002.
- Ecuavisa. (domingo, 21 de julio de 2013). *Quito ganó el premio al mejor destino turístico de Sudamérica*. Recuperado de <http://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/nacional/36318-quito-gano-el-premio-al-mejor-destino-turistico-de-sudamerica>
- El Comercio. (19 de junio, 2014). *Ecuador es un destino 'low cost', según la Cepal*. (Actualidad). Recuperado de <http://www.elcomercio.com/actualidad/ecuador-destino-lowcost-cepal-gasto-turismo.html>
- El Universo. (Lunes, 20 de enero, 2014). *Ecuador espera doblar número de turistas en cuatro años*. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/20/nota/2063091/ecuador-espera-doblar-numero-turistas-cuatro-anos>

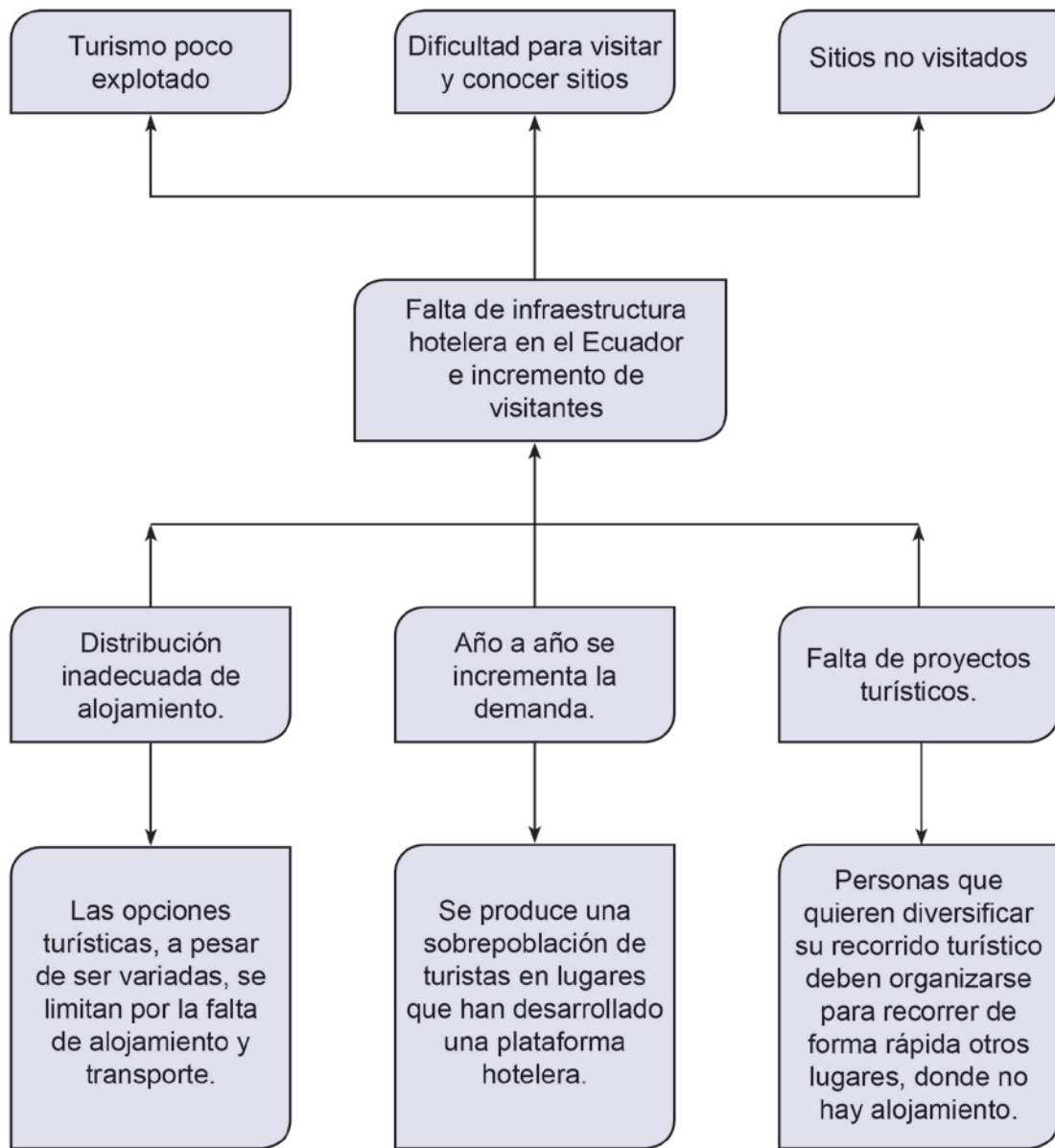
- Expreso, diario de viajes y turismo. (n. d.). *National Geographic recomienda a Ecuador para viajar en 2014*. Recuperado de http://www.expreso.info/noticias/internacional/36681_national_geographic_recomienda_ecuador_para_viajar_en_2014
- Gerlero, Julia. (Noviembre, 2005). Recreación y Turismo, una vinculación necesaria: Lineamientos para su articulación. *IV Simposio Nacional de Vivencias y Gestión en Recreación*. Vicepresidencia de la República – Coldeportes – Funlibre. Recuperado de <http://www.redcreacion.org/documentos/simposio4vg/JGerlero.html>
- González, R. y Perini, M. (2009). *Formulación de Proyectos Turísticos. Pautas para micro-emprendimientos*. Neuquén: Educo.
- Guayaquil es mi destino. (2014). En *Dirección de Turismo y Promoción Cívica de la M. I. Municipalidad de Guayaquil*. Recuperado de <http://turismo.guayaquil.gob.ec/>
- Hermo, José. (mayo, 2008). *La acogida del turismo en autocaravana*. Recuperado de http://www.viajarenautocaravana.com/rcs_gene/DossierDefinitivoBajo.pdf
- Historic Caravan Club. (2013). *A Brief History Of Touring Caravans*. Recuperado de <http://www.historicaravanclub.co.uk/8.html>
- Hosteltur. (17 de junio, 2014). *La industria del turismo resiste a la crisis económica mundial, según WTTC. Asia y Latinoamérica tienen las mayores oportunidades*. (Actualidad turística). Recuperado de http://www.hosteltur.com.uy/137110_industria-turismo-resiste-crisis-economica-mundial-wttc.html
- Instituto Nacional de Estadística y Censos. (2010). Censo Nacional de Población y Vivienda. Quito.
- Kotler, Philip & Armstrong, Gary. (2008). *Fundamentos de marketing*, (8ª ed.). México: Pearson Education.
- Mantero, Juan Carlos. (Abril, 2001). Centros urbanos bonaerenses: red turístico - recreacional. *Aportes y Transferencias*, 5(1). Recuperado de <http://nulan.mdp.edu.ar/248/#.VLXY48kYFuo>
- Mcintosh, R. W., Goeldner, C. R., & Brent Ritchie, J. R. (1999). *Turismo: Planeación, Administración y Perspectivas*. México: Limusa.
- Ministerio de Turismo. (2012). *La experiencia turística del Ecuador. Cifras esenciales de turismo interno y receptor*. Recuperado de http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30

- _____. (Octubre, 2012). *El turismo interno aporta 1.100 millones a la economía*. Recuperado de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-interno-en-el-ecuador-aporta-1-100-millones-de-dolares-a-la-economia-3/>
- _____. (Junio, 2014). *Principales indicadores de Turismo*. Ministerio de Turismo. Boletín No. 6. Recuperado de http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/?option=com_content&view=article&id=30
- Nomenclatura Nandina Remolques y Semirremolques. (2014). En *Sintad Consultores*. Recuperado de http://sintad.org/aranceles/mostrar_partidas.php?txtarancel=&txtidioma=&%20txtt%20ibusqueda=&txtpartida=8716100000&txtanchoP=
- Palomo, Ana. (10 de agosto, 2012). Viajar en autocaravana: un turismo en auge. (Ideas y Consejos). En *Eroski Consumer*. Recuperado de http://www.consumer.es/web/es/viajes/ideas_y_consejos/2012/08/10/211760.php
- Pérez, Orlando. (30 de junio, 2014). El turismo supera los \$5.000 millones. (Política). *El Telégrafo*. Recuperado de <http://www.telegrafo.com.ec/politica/item/el-turismo-interno-supera-los-5-000-millones-video.html>
- Presidencia de la República. (9 de enero, 2008). Reglamento General a la Ley de Turismo. Decreto Ejecutivo 1186. Registro Oficial 224, 5 de enero de 2004.
- Rivas, Jesús. (2005). *Organización, gestión y creación de empresas turísticas*. Asturia, España: Septem Ediciones.
- Rojo, Martín. (1998). *Economía y administración de empresas turísticas*, (2ª ed.). Málaga, España: Servicio de Publicaciones e Intercambio Científico de la Universidad de Málaga.
- Santana, Agustín. (Febrero, 2002). Desarrollos y conflictos en torno al turismo rural: claves y dilemas desde la antropología social. *Laboratorio de Antropología Social*. Universidad de La Laguna, Tenerife, España. Recuperado de <http://www.contenidos.campuslearning.es/CONTENIDOS/390/curso/pdf/EXAR-Documento%20de%20apoyo%203.pdf>
- _____. (Octubre, 2003). Turismo cultural, culturas turísticas. *Horizontes Antropológicos*, Porto Alegre, 9(20). Recuperado de <http://www.scielo.br/pdf/ha/v9n20/v9n20a02.pdf>
- Sapag, Nassir y Sapag, Reinaldo. (2008). *Preparación y evaluación de proyectos*, (5ª ed.). Bogotá, Colombia: McGraw-Hill Interamericana.

- Senplades. (26 de junio, 2013). *Buen vivir también se refleja en desarrollo del turismo*. Recuperado de <http://www.planificacion.gob.ec/buen-vivir-tambien-se-refleja-en-desarrollo-del-turismo/>
- Serra, Antonio. (2002). *Marketing turístico*. Madrid: Pirámide.
- Stoner, James, Freeman, Edward & Gilber, Daniel. (1996). *Administración*, (6ª ed.). México: Prentice Hall.
- Turismo comunitario. (n. d.). En *Federación Plurinacional de Turismo Comunitario del Ecuador*. Recuperado de http://www.feptce.org/index.php?option=com_content&view=article&id=75&Itemid=61
- Turismo consciente. (2012). En *Ama la vida TV. Un proyecto del Ministerio de Turismo*. Recuperado de <http://www.amalavida.tv/novedades/turismo-consciente-concepto>
- Vegazo, Pedro. (13 de diciembre, 2011). *Marketing de destinos*. Recuperado de <http://www.eoi.es/blogs/mintecon/2011/12/13/marketing-de-destinos/#respond>
- Viñals, M. (2002). *Turismo en espacios naturales y rurales II*. Valencia: Editorial Universidad Politécnica.
- White, Samuel Sir. (1879). *Cyprus as I Saw it in 1879*. Chipre: Macmillan and Company.
- Zamorano, Francisco. (2007). *Turismo alternativo. Servicios turísticos diferenciados*. Colombia: Editorial Trillas.
- Zeithaml, Valarie. (2009). *Marketing de servicios*. Madrid: McGraw-Hill Interamericana.

Anexos

Anexo 1. Árbol del problema



Elaborado por: El autor.

Anexo 2. Fotografías del interior del vehículo casa rodante Modelo 6230 fabricado por Palomino.

Vista parcial de la cocina y el fregadero.



Fuente: Trailer Modelo 6230. Fabricante: Palomino.
Fotografía: El autor

Vista del dormitorio abatible para colocar equipaje.



Fuente: Trailer Modelo 6230. Fabricante: Palomino.

Fotografía: El autor

Vista del tráiler Palomino.



Fuente: Trailer Modelo 6230. Fabricante: Palomino.

Fotografía: El autor

Vista del comedor, cocina y fregadero. Al fondo se puede apreciar la puerta del baño.



Fuente: Trailer Modelo 6230. Fabricante: Palomino.
Fotografía: El autor

Vista del tráiler Palomino, como sería entregado al cliente.



Fuente: Trailer Modelo 6230. Fabricante: Palomino.
Fotografía: El autor

Vista lateral-posterior del tráiler Palomino.



Palomino.

Fuente: Trailer Modelo 6230. Fabricante: Palomino.
Fotografía: El autor

Anexo 3. Encuesta.

1. Sexo

Femenino Masculino

2. Edad

30 a 35 36 a 40 41 a 55

3. ¿Con qué frecuencia realiza turismo interno (dentro de Ecuador)?

1 a 2 veces por año 1 a 2 veces por mes
Sólo feriados Nunca

4. Cuando realiza viajes dentro de Ecuador, ¿qué medio de transporte utiliza?

Avión Auto propio
Auto alquilado Transporte público

5. ¿Cuántas veces ha viajado a la provincia de Manabí en el último año?

Ninguna 1 a 2 veces
3 a 5 veces Más de 5 veces

6. ¿Por qué motivo no visita la provincia de Manabí con frecuencia? (Deje en blanco si visita frecuentemente).

Poca promoción No conozco No me gusta Otros

7. Señale cuáles de los siguientes destinos turísticos le gustaría visitar.

Paseo en Río Daule Balneario Pedernales
Cascada en San Isidro Surf en playa Canoa
Playa Punta Ballena Bahía de Caráquez
Palacio de Montecristi Playa en Manta
Parque de Jipijapa

8. ¿Si existiera un servicio de alquiler de Casas Rodantes, dentro de una ruta interna que va desde Guayaquil hasta Jaramijó (Manabí), estaría dispuesta a contratar el servicio?

Muy dispuesto Dispuesto
Indiferente No me interesa

9. Indique cuáles de los siguientes aspectos considera más importantes para tomar la decisión de alquilar una Casa Rodante.

Ruta Precio Chofer
Paquete todo incluido Seguridad Capacidad (personas)

10. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paquete turístico que incluya: transporte, alojamiento y alimentación?

\$200-\$300 \$300-\$400 \$400-\$500 Más de \$500

11. ¿En qué temporadas estaría dispuesto(a) a contratar el servicio?

Enero a Marzo Abril a Junio

Julio a Septiembre Octubre a Diciembre

12. ¿Con qué tipo de acompañantes realizaría el viaje?

Amigos Familiares

Compañeros de trabajo Otros

Muchas gracias.

Anexo 4. Logotipo de Rv Ecuador Casas Rodantes.



Fuente y elaboración: El autor.

Anexo 5. Documentos de importación del tráiler Palomino.




NORMA ALEXANDRA FELIX NIVELA
R.U.C.: 0923849749001
RECIBO 0000004

GUAYAQUIL URDESA: Calle Alianza 1123 A e/ Jiguas y Laureles.
 Telf.: 045018713 - Celular 099 9675649
 info@blintersa.com - www.blintersa.com

CLIENTE:	WFC SOLUCIONES IMPORTACION Y EXPORTACION S.A.	R.U.C.:	0992568291001
DIRECCIÓN:	AYACUCHO 1610 Y AV. DEL EJERCITO	CIUDAD:	GUAYAQUIL
TELÉFONO:		FECHA:	11 JULIO 2014

CANT.	DESCRIPCIÓN:	VALOR TOTAL
	FLETE INTERNACIONAL	3483,00
	THC	220,00
	LOW SULF	15,00
	BL	75,00
	SED	75,00



TOTAL:	USD \$ 3868,00
---------------	-----------------------

1 Bl. 100x2 (0000001-0000100) • Impreso: 19/JUNIO/2014 ORIGINAL: ADQUIRENTE / COPIA: EMISOR



NORMA ALEXANDRA FELIX NIVELA
R.U.C.: 0923849749001

GUAYAQUIL, URDESA: Calle Alianza 1123 A e/ Jiguas y Laureles
Telf.: 045018713 - Celular 099 9675649
info@blintersa.com - www.blintersa.com

FACTURA:
N° 001-001-00 **0000010**

AUTORIZACIÓN S.R.I.: 1115091515
Fecha de Autorización: 19/JUNIO/2014

CLIENTE:	WFC SOLUCIONES IMPORTACION Y EXPORTACION SA	R.U.C.:	09925682910 01
DIRECCIÓN:	AYACUCHO 1610 Y AV DEL EJERCITO	CIUDAD:	GUAYAQUIL
TELÉFONO:		FECHA:	11-jul-14

CANT.	DESCRIPCION:	UNITARIO	VALOR TOTAL
1	REEMBOLSO DE ALMACENAJE CONTECON FACTURA CONTECON No. 001-018-000041715	1073,60	1073,60

comelado

<p>Debo y Pagaré incondicionalmente en Dólares de los Estados Unidos de América, en el lugar que se me reconvenza a la orden de NORMA ALEXANDRA FELIX NIVELA la cantidad detallada en esta factura más el interés legal de mora desde su vencimiento, sin protesto.</p> <p>Elaborado por: _____ Recibido por: _____</p>	SUBTOTAL:	1073,60
	IVA 0%:	0,00
	I.V.A. 12%:	128,83
	TOTAL:	USD 1.202,43

ALCIVAR REYES WALTER HUMBERTO, Impresos Alcivar, R.U.C. 0908919533001, Calf. Art. 034, Aut. 2292
Telefax.: 2451367 • 1 BL (100x2) 0000001-0000100 • Valido para su Emisión hasta 19/JUNIO/2015

ORIGINAL: ADQUIRENTE
COPIA: EMISOR

**INTEROCEAN LINES INC.****BILL OF LADING**

1221 Brickell Avenue, Suite #600 Miami, Florida 33131, Phone: 305 375-8004 / Fax: 305 372-2967

Shipper / Exporter HEMISPHERE CARGO 10950 NW 21 STREET SUITE #100 MIAMI FL. 33172	Bill of Lading INOC1040012623 Booking Number: 10038152 Job Number 00114012-02 Export Referenees
---	--

Consignee W.F.C. SOLUCIONES IMPORTACION Y EXPORTACION S.A. RUC: 0992568291001 AYACUCHO 1610 AND AVE DEL EJERCITO GUAYAQUIL, ECUADOR	Forwarder Agent F.M.C No. N/A Forwarder Ref. N/A
---	---

Notify Party SAME AS CONSIGNEE	Point and Country of Origin / Lugar y Pais de Ongen Routing and Instructions / Ruta e Instruccioness BREAK BULK
--	--

Place of Receipt / Lugar de Recibo	Precharge by / Transportado por NOT AVAILABLE.
Origin and Voyage MADELINE / 160S	Port of Loading / Puerto de Carga PORT EVERGLADES, FL.
Port of Discharge GUAYAQUIL, ECUADOR	Place of Delivery GUAYAQUIL, ECUADOR

NON-NEGOTIABLE**PARTICULARS FURNISHED BY SHIPPER**

Marks & Numbers	DR/TR	No. of Pkgs	Description of Packages and Goods	Gross Weight	Measurements
		70401	1 UN 2011 TRAILER MAKE: PALOM MODEL: G230 VIN# 4X4TPAY21BN012677	5,000.00 LB 2,267.96 KG	2,050.00 CF 58.05 M3

*Freight Collect
 CARRIED ON DECK WITH THE SHIPPER'S AGREEMENT AND AT SHIPPER'S RISK AS TO PERILS INHERENT IN SUCH CARRIAGE BUT IN ALL OTHER RESPECTS SUBJECT TO THE PROVISIONS OF U.S. CARRIAGE OF GOODS BY SEA ACT 1936. FOR SHIPS CONVENIENCE
 The Cargo is Carried At Shipper's risk as per the attached Addendum
 AES ITN: X20140530711272

THESE COMMODITY, TECHNOLOGY OR SOFTWARE WERE EXPORTED FROM THE UNITED STATES IN ACCORDANCE WITH THE EXPORT ADMINISTRATION REGULATIONS OVERSEEN GOVERNMENT TO U.S. LAW PROHIBITS

Shipper declared value \$	If a value is entered, carrier's package limitation of liability does not apply and the ad valorem rate will be charge	FREIGHT CHARGES PAYABLE AT ECUADOR	Freight Collect
---------------------------	--	---	------------------------

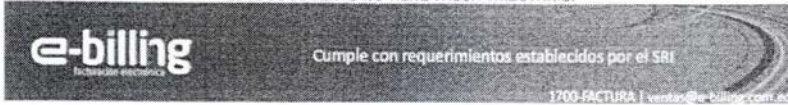
Charge Description	Prepaid	Collect
OCEAN FREIGHT		3,483.00
HANDLING		220.00
BL PROCESSING		75.00
LOW SULFUR FUEL SURCHARGE		15.00
S.E.D		75.00

The Carrier has no knowledge of and makes no representation as to the description of goods, gross weight or measurement furnished by the shipper. In accepting this Bill of Lading any such statement or statement to the contrary not withstanding, the Shipper, Consignee and Owner of the Goods and the Holder of this Bill of Lading agree to be bound by all stipulations, exceptions and conditions stated herein whether written, printed or stamped on the front or reverse side hereof, or incorporated by reference, in full or in part, as if they were all signed by such Shipper, Consignee or Holder. RECEIVED in apparent good order and condition, unless otherwise stated herein, on board the ship mentioned herein or other means of transportation (air or truck) if named herein, the goods or containers said to contain goods, specified herein for carriage from the port of loading named herein or place of receipt if mentioned herein, on a voyage as described and agreed by this Bill of Lading and discharged at the port of discharge named herein or at the place of delivery if mentioned herein, such carriage, discharge or delivery being always subject to the exceptions, stipulations, conditions and liabilities hereunder agreed, in the order and condition at the port of discharge or place of delivery if none as the case may be, for delivery into the consignee mentioned herein or to his or their assigns when the carrier's responsibility shall at all cases and circumstances whatsoever, finally cease. IN WITNESS WHEREOF these (3) Bills of Lading all of this tenor and date have been signed one of which being accomplished, the others to stand void. Interocean Lines USA as agents for Interocean Lines, Inc.	TOTAL FREIGHT AND CHARGES IN US \$ 3,868.00 *APPLICABLE ONLY WHEN THIS DOCUMENT IS USED AS INTERMODAL BILL OF LADING. TERMS OF BILL OF LADING CONTINUED ON BACK HEREOF
--	---

SIGNED BY: _____ DATED IN MIAMI, FL. Jun. 17, 2014

391,23

Antes de imprimir habilite la opción de impresión de fondos de su navegador de internet. (Ayuda)
 ESTE DOCUMENTO NO TIENE VALOR TRIBUTARIO.



CONTECON GUAYAQUIL SA

R.U.C. 0992506717001

Metro AV DE LA MARINA S/N VIA AL PUERTO MARITIMO

PBX: (593) 46006300 (593) 43901700

Oficina Sucursal: VIA PUERTO MARITIMO AV DE LA MARINA S/N

FACTURA No. 001-018-000041715

EMISIÓN 01/07/2014

VENCIMIENTO 09/07/2014

CONTRIBUYENTE ESPECIAL
 Según Resolución N 870
 de 03 Septiembre 2007

CLIENTE

NOMBRE/ RAZON SOCIAL: NORMA FELIX N.

DIRECCION:

CIUDAD:

R.U.C.: 0923549749051

PRCV.:

OBSERVACIONES

BUQUE: MSC VAISHNAVI

VIAJE: NQ423A

FECHA ARRIBO: 01/07/2014

CODIGO	DESCRIPCION	CANTIDAD	VALUNI	VALOR TOTAL
2C09	RECEPCION / DESPACHO	1.00	222.68	222.68
2C30	PORTEO	1.00	258.80	258.80
2C32	OPERACION AFORO / INSPECCION X1	1.00	88.60	88.60
2C35	PESAJE	1.00	222.68	222.68
2P56	PROVISION Y COLOCACION DE SELLOS	1.00	59.40	59.40
2PTR	ALMACENAJE	1.00	222.48	222.48

Debe y podrá reconocerse a la orden de Contecon Guayaquil S.A. en el lugar y fecha que se me reconozca en la presente, expresando en este documento más los impuestos legales respectivos en Ocho de los Estados Unidos de América por los bienes por servicios que me recibí a mi entera satisfacción. En caso de no poder pagar a esa máxima me comprometo a pagar el importe en efectivo.

Recibida sin costo y sin honorarios los bienes y los valores competentes de la ciudad de Guayaquil y al tramite de recepción de los mismos, verificando del funcionamiento de los documentos, así también los valores, para responsabilidad exclusiva en la aceptación de este documento como instrumento de pago, dentro del plazo que se me indica en cualquier momento, sin necesidad de emisión del presente documento. Sin más, quedo a la orden de su oficina para la recepción de los bienes y valores que me corresponden.

SUBTOTAL 1070.00
 I.V.A. 0% 128.03
 I.V.A. 12% 1202.43
TOTAL USOS

CONTECON GUAYAQUIL S.A. P.V.C. 0992506717001

https://contecongye.e-custodia.com.ec/vista_previa.php?docid=BXvAkay6QbqSIzZbr... 10/07/2014



NORMA ALEXANDRA FELIX NIVELA
R.U.C.: 0923849749001

GUAYAQUIL, URDESA: Calle Alianza 1123 A e/ Jiguas y Laureles
Telf.: 045018713 - Celular 099 9675649
info@blintersa.com - www.blintersa.com

FACTURA:
Nº 001-001-00 **0000012**

AUTORIZACIÓN S.R.I.: 1115091515
Fecha de Autorización: 19/JUNIO/2014

CLIENTE:	WFC SOLUCIONES IMPORTACION Y EXPORTACION SA	R.U.C.:	0992568291001
DIRECCIÓN:	AYACUCHO 1610 Y AV DEL EJERCITO	CIUDAD:	GUAYAQUIL
TELÉFONO:	6038956	FECHA:	11-jul-14

CANT.	DESCRIPCIÓN:	UNITARIO	VALOR TOTAL
1	COSTOS LOCALES DEL EMBARQUE PALOMINO	1007,00	1007,00
1	COORDINACION DE TRANSPORTE	250,00	250,00

Amelado

Debo y Pagaré incondicionalmente en Dólares de los Estados Unidos de América, en el lugar que se me reconvenge a la orden de NORMA ALEXANDRA FELIX NIVELA la cantidad detallada en esta factura más el interés legal de mora desde su vencimiento, sin protesto.

Elaborado por: _____

Recibido por: _____

SUBTOTAL:	1257,00
IVA 0%:	0,00
I.V.A. 12%:	120,84
TOTAL:	USD 1.377,84

ALCIVAR REYES WALTER HUMBERTO, Impresos Alcivar, R.U.C. 0908919533001, Calf. Art. 034, Aut. 2292
Telefax.: 2451367 • 1 BL (100x2) 0000001-0000100 • Valido para su Emisión hasta 19/JUNIO/2015

ORIGINAL: ADQUIRENTE
COPIA: EMISOR

AVISO DE LLEGADA IMPORTACION MARITIMA

Señores,

WFC SOLUCIONES

Atencion: Walter Castro

VAPOR: **MADELEINE 160SB**
ARRIBO TENTATIVO: **25 de junio de 2014**
MRN : **CEC2014TRNH0009**
BODEGA: **CONTECON**

CARGA BREAK BULK	SUBTOTAL	IVA	T. PAGAR
EMISION BL	65,00	7,80	72,80
PROCESAMIENTO DE DATOS	65,00	7,80	72,80
MANIPULEO DE MAQUINARIA/ BREAK BULK	250,00	30	280,00
CARTA DE AUTORIZACION DE SALIDA	27,00	3,24	30,24
COSTO POR MANEJO DE PAGO LOCAL FLETE	220,00	26,40	246,40
DESPACHO DE ADUANAS	280	33,6	313,60
TRANSPORTE LOCAL	250,00	0,00	250,00
ADMINISTRATIVOS	100,00	12,00	112,00
FLETE INTERNACIONAL	58,05	USD 60,00	3483,00
THC	220,00	0,00	220,00
LOW SULF	15,00	0,00	15,00
BL	75,00	0,00	75,00
SED	75,00	0,00	75,00
TOTAL A PAGAR			\$ 4.689,20



Consulta de detalle de la declaración

Número de DAU	026-2014-10-00444414
---------------	----------------------

Información de general

Aduana	GUAYAQUIL - MARITIMO	Código de régimen	IMPORTACION A CONSUMO
Tipo de despacho	DESPACHO NORMAL	Número de despacho	
Tipo de pago	N		

Información de Importador

Nombre	W.F.C. SOLUCIONES IMPORTACION Y EXPORTACION S.A.	Numero de	
Ciudad	GUAYAQUIL	Teléfono	
Dirección			
Ciu	OTROS		

Información del declarante

Apellidos / nombres	VEGA CORNEJO DANNY PATRICIO	Número de	RUC
Código del decarante	01904718		
Dirección			

Información de carga

Pais de procedencia	ESTADOS UNIDOS	Codigo de endoso	SIN ENDOSE - DOC DE IDENTIDAD EN DOC DE
Beneficiario del giro	W.F.C. SOLUCIONES IMPORTACION Y EXPORTACION S.A.	Numero de carga	CEC2014TRNH000910020000
Documento de transporte	INOC1040012623		

[Comun]

Valor en aduana

Fob	12750	Felte	2902.59
Seguro	156.53	Ajustes	0
Otros ajustes	0	Valor en aduana	15809.12
Items declarados	1	Peso neto (kilos)	2267.96
Cantidad de unidades físicas	1	Cantidad de unidades comerciales	1
Total en tributos	5526.87		

[Item]

Firma del Contribuyente

1 de hoja /3 total de hojas

Firma del Declarante



Consulta de detalle de la declaración

Numero de item	Numero de documento	Tipo de documento	Fecha de emision	Fecha de fin
0	012677	FACTURA COMERCIAL	17/02/2014	17/02/2015

[Valor]

Items

Numero de valor	Numero de factura	Fecha de factura	Nombre / razon social	Valor en factura	Naturaleza de la transaccion	Condicion de entrega
1	012677	17/02/2014	HEMLOCK HILL R.V. SALES INC.	0	COMPRAVENTA A PRECIO FIRME, PARA SU EXP. AL PAIS	FOB

Firma del Contribuyente

3 de hoja /3 total de hojas

Firma del Declarante

Location:
2123 Meriden Waterbury Road
SOUTHINGTON, CONNECTICUT
(860) 621-6983

HEMLOCK HILL R.V. SALES, INC.

Mailing Address:
P.O. Box 556
MILLDALE, CONNECTICUT 06467
Fax: (860) 621-6943

In this contract the words, I, me and my refer to the Buyer and Co-Buyer signing this contract. The words you and your refer to the Dealer. Subject to the terms and conditions on both sides of this agreement you agree to sell and I agree to purchase the following described unit.

BUYER(S)		ADDRESS		COUNTY	
SALESPERSON	LIC. NO.	RES. PHONE	BUS. PHONE	DATE	
YEAR	MAKE	MODEL	APPROXIMATE YEAR	STOCK NUMBER	GROSS VEHICLE WT.
CHASSIS MAKE & MODEL	SERIAL NUMBER	SERIAL NUMBER	PROPOSED DELIVERY DATE	ODOMETER READING	
<input type="checkbox"/> NEW <input type="checkbox"/> USED COLOR					
INSURANCE AGAINST LIABILITY FOR BODILY INJURY OR PROPERTY DAMAGE TO OTHERS IS NOT INCLUDED IN THIS TRANSACTION.			TITLE APPLICATION INFORMATION		
OPTIONAL EQUIPMENT, LABOR AND ACCESSORIES			PRINCIPAL BUYER CO-BUYER		
DATE OF BIRTH			DRIVER'S LIC. #		
SOCIAL SEC. #					
BASE PRICE OF UNIT \$					
OPTIONAL EQUIPMENT					
SUB-TOTAL \$					
CASH PURCHASE PRICE \$					
TRADE-IN ALLOWANCE \$					
LESS BAL. DUE ON ABOVE \$					
NET ALLOWANCE \$					
CASH DOWN PAYMENT \$					
CASH AS AGREED SEE REMARKS \$					
LESS TOTAL CREDITS \$					
SUB-TOTAL \$					
REGISTRATION \$					
DOC FEES \$					
SALES TAX					
UNPAID BALANCE OF CASH SALE PRICE \$					
BALANCE DUE CASH OR CERTIFIED CHECK. DEPOSITS ARE NON-REFUNDABLE. THE DEALER CONVEYANCE FEE IS NOT PAYABLE TO THE STATE OF CONNECTICUT.					
CONSUMER SIGNATURE					
REMARKS:					
BALANCE CARRIED TO OPTIONAL EQUIPMENT \$					
NOTE: WARRANTY AND EXCLUSIONS AND LIMITATIONS OF DAMAGES ON THE REVERSE SIDE.			IT IS MUTUALLY UNDERSTOOD THAT THIS AGREEMENT IS SUBJECT TO NECESSARY CORRECTIONS AND ADJUSTMENTS CONCERNING CHANGES IN NET PAYOFF ON TRADE-IN TO BE MADE AT THE TIME OF SETTLEMENT.		
DESCRIPTION OF TRADE-IN			YOU and I certify that the additional terms and conditions printed on the back of this contract are agreed to as part of this agreement, the same as if printed above the signature. I am purchasing the above described Unit; the optional equipment and accessories; that my trade-in is free from all claims whatsoever, except as noted.		
MODEL	YEAR	SIZE	COLOR		
CHASSIS MAKE	SERIAL NO	ODOMETER READING			
UNIT SERIAL NO	TITLE NUMBER				
AMOUNT OWING TO WHOM					
TRADE-IN DEBT TO BE PAID BY <input type="checkbox"/> YOU <input type="checkbox"/> ME					
THIS AGREEMENT CONTAINS THE ENTIRE UNDERSTANDING BETWEEN YOU AND ME AND NO OTHER REPRESENTATION OR AGREEMENT VERBAL OR OTHERWISE HAS BEEN MADE WHICH IS NOT CONTAINED IN THIS CONTRACT. I, OR WE, ACKNOWLEDGE RECEIPT OF A COPY OF THIS ORDER AND THAT I, OR WE, HAVE READ AND UNDERSTAND THE BACK OF THIS AGREEMENT.					
HEMLOCK HILL R.V. SALES, INC.			DEALER		
Not Valid Unless Signed and Accepted by an Officer of the Company			SIGNED X		
By			SIGNED X		
Approved			BUYER		

STATE OF CONNECTICUT
DEPARTMENT OF MOTOR VEHICLES

VEHICLE IDENTIFICATION NUMBER (VIN) 4X4TPAY21BN012677
 YEAR 2011 MAKE PALOM MODEL G230 BODY STYLE TRLR CYL 00 NEW/USED NEW
 TITLE NUMBER 032790978 DATE OF ISSUE 05/12/2011
 PRIOR TITLE NUMBER PRIOR TITLE STATE PURCHASE DATE 04/01/2011 ODOMETER READING

OWNER(S):
 SHURACK MICHAEL E JNT
 SHURACK KIMBERLY C
 42 MILLER FARM RD
 PLANTSVILLE CT 06479-1480

FIRST LIENHOLDER:

DATE OF LIEN:

SECOND LIENHOLDER:

DATE OF LIEN:

RELEASE OF LIENS	
FIRST LIEN INTEREST IN DESCRIBED VEHICLE IS HEREBY RELEASED	
NAME	
AUTHORIZED SIGNATURE X	DATE RELEASED
SECOND LIEN INTEREST IN DESCRIBED VEHICLE IS HEREBY RELEASED	
NAME	
AUTHORIZED SIGNATURE X	DATE RELEASED

SB0604 REV. 01/11

SHURACK MICHAEL E JNT
 SHURACK KIMBERLY C
 42 MILLER FARM RD
 PLANTSVILLE CT 06479-1480

The Commissioner of Motor Vehicles hereby certifies that an application for a certificate of title for the motor vehicle described herein has been duly filed, pursuant to the provisions of the laws of the State of Connecticut, and based on the statements of the applicant and the records on file with this agency. The applicant named is the owner of said vehicle. The Department of Motor Vehicles further certifies that the vehicle is subject to any security interests shown herein.

VEHICLE IDENTIFICATION NUMBER (VIN)



TITLE NUMBER



IN WITNESS WHEREOF,
 I have affixed my hand.

Melody A. Conway
 COMMISSIONER OF MOTOR VEHICLES



NAVESUR

AGENCIA NAVIERA
REPRESENTANTES DE INTEROCEAN LINES INC.

Av. José Orrantía S/N y Leopoldo Benítez Vinuesa, Edificio Trade Building
Piso # 2 Oficina # 220. Teléfono: 042907-300 Anexo # 3015-3016
Guayaquil - Ecuador

Guayaquil, Junio 26 del 2014

AUTORIZACION DE SALIDA DE CARGA SUELTA

ATENCION:

Buque:

No. BL

Consignatario

CONTECON

MADELEINE 160SB

INOC1040012623

W.F.C. SOLUCIONES IMPORTACION Y EXPORTACION S.A.

● **Por medio de la presente autorizamos al cliente de la referencia a retirar la carga suelta que detallamos a continuación:**

1 UN 2011 TRAILER
MAKE: PALOM
MODEL: G230
VIN# 4X4TPAY21BN012677

**FIRMA AUTORIZADA
NAVESUR C. LTDA.**



3505 SE 19th Avenue
 Fort Lauderdale, FL 33316
 Tel: (954) 527-0034
 Fax: (954) 522-4828
 TerminalGate.PEV@portus-us.com

DOCK RECEIPT

RECEIVAL

Receive TIR #:
V021475

Release TIR #:

Operator: **ITO**

Gate-IN Date/Time: **23/05/2014 10:10am**
 Gate-OUT Date/Time: **12:00am**
 Voyage: **SRAFA0006S**

Cargo ID: 4X4TPAY21BN012677	Bkg Ref: 10038152
Chassis ID:	Client Ref: 10038152
Cargo Type: B Bulk	Release ID:
ISO Group:	Alt ID: 70401
Empty/Full: Full	Discharge Port: ECGYE Destination Port: ECGYE
Operator Seal Number:	Consignor: INTEROCEAN LINES INC
Shippers Seal Number:	Consignee: INTEROCEAN LINES INC
Vent Seal Number:	Set Temp: Actual Temp: C / F
MAF/Customs Seal No.:	Ventilation: -1.0000 Humidity:
Is Hazardous: No	Availability Grade:
Hazards Info:	Damage Details:
Over Dimension: No	Remarks: USED RV CAMPER TRAILER CAME IN WITH NO VISIBLE SIGNS OF DAMAGE JUST DIRTY AND ALSO CAME IN 1 GENERATER 1-USED RV CAMPER TRAILER
Dimensions: (in) Length 300 Width 96 Height 123	
Cargo Weight: 2267.96	
Tare Weight: 0.00	
Total Weight: 2267.96 kgs 4999 lbs	
 <i>Receipt only. No acknowledgement of liability.</i>	
Driver's signature	
ROMMEL ZAMBRANO	2415
Driver's name	Vehicle
TRANS	
Company name	Date

Gate Clerk: **OANDUJAR** 05/23/2014 10:11am
 PEV - Portus Port Everglades Terminal



Dock Receipt

70401



INTEROCEAN LINES INC
 1221 Brickell Avenue
 Suite # 860
 MIAMI FL 33131

Job Number: 00114011-02 Est Date: 05/30/2014 Port of Origin:
 Line: INTEROCEAN LINES INC. Port of Loading: PORT EVERGLADES, FL.
 Vessel: S. RAFAEL Port of Discharge: GUAYAQUIL, ECUADOR
 Voyage: 06 SB Port of Transhipment:

Dangerous Cargo: NO Booking: 10038152 PRO #: Prepaid

Warehouse: 15121 Delivery Carrier: Freight Forwarder:
 PORTUS-BREAKBULK
 Terminal 29.
 Mid Port
 Port Everglades
 Ft. Lauderdale FL 33316
 U.S.A.

Supplier / Shipper: 16963-0 Consignee: 19070-0 Notify:
 HEMISPHERE CARGO W.F.C. SOLUCIONES IMPORTACION Y EXPORTACION S.A. SAME AS CONSIGNEE
 10850 NW 21 STREET SUITE #100 RUC: 0992568291001
 MIAMI FL. 33172 AYACUCHO 1610 AND AVE DEL
 Phone : 305-468-0200 EJERCITO GUAYAQUIL, ECUADOR

Marks & Numbers	Qty /Pkg	Description	Weight	Measur
VIN # N012677	1 UN	USED RV CAMPER TRAILER	5,000.00 lb 2,267.96 Kg	2,050.00 CI 58.05 M:
			Length Width Height 300IN 96IN 123IN	Quantity 1UN
TOTALS :	1 PCS		5,000.00 LB 2,267.96 KG	2,050.00 CF 58.05 M:

Comments & Exceptions: No Inland Freight Charge
 VIN # 4X4TPAY21BN012677
 NO VISUAL SIGNS OF DAMAGE
 UNABLE TO SEE DUE TO UNIT IS DIRTY
 Entered by: STJOHNS1 on 5/23/2014 @ 10:06:03 AM

RECEIVED THE ABOVE DESCRIBED MERCHANDISE IN APPARENT GOOD ORDER AND CONDITION, EXCEPT AS NOTED TO BE HELD AND TRANSPORTED SUBJECT TO ALL TERMS AND CONDITIONS CONTAINED IN THE REGULAR FORM OF BILL OF LADING OF THE CARRIER WHICH ARE INCORPORATED HEREIN AND SHALL BE CONSIDERED A PART HEREOF WITH THE SAME FORCE AND EFFECT AS IF SET FORTH HEREIN IN FULL. THE GOODS ARE RECEIVED SUBJECT TO DELAY CARRIER'S INABILITY TO CARRY DUE TO ACCUMULATION OF GOOD, LACK OF CONVEYANCE, SPACE OR FACILITIES OF ANY SORT, LABOR DISTURBANCES, STRIKES, LOCKOUTS, RIOTS, WAR GOVERNMENT AUTHORITY OR ANY CONDITION WHATSOEVER BEYOND THE CONTROL OF THE CARRIER. ANY VALUATION IN EXCESS OF \$500.00 PER PACKAGES OF CUSTOMARY SHIPPING UNIT AS PROVIDED FOR IN THE CARRIER'S REGULAR FORM OF BILL OF LADING SHALL BE DECLARED IN WRITING BY THE SHIPPER UPON DELIVERY TO THE CARRIER AND INSERTED HEREIN, AS WELL AS IN THE BILL OF LADING, AND EXTRA FREIGHT PAID IF REQUIRED. NOTHING IN THIS WAREHOUSE RECEIPT SHALL OPERATE TO LIMIT OR DEPRIVE THE CARRIER OF ANY STATUTORY PROTECTION OR EXEMPTION OF LIMITATION OF LIABILITY.

Received by: Date: 5/23/2014
 Printed by: STJOHNS1 On Station: 519 Page: 1 Printed on: 05/23/2014 @ 10:08 am GDS-ISIS



Fecha : 06/26/2014

liquidación

CONTRIBUYENTE:

Numero de la liquidación	32323570	Tipo de Identificación	RUC	Numero de Identificación	0992568291001
Nombre o Razon Social	W.F.C. SOLUCIONES IMPORTACION Y	Ciudad	GUAYAQUIL	TELEFONO	
Dirección					

LIQUIDACION ADUANERA:

CONCEPTO	Liquidación de Aduana	Valor liberado	Valor a Pagar	Valor Garantizado	Diferencia a pagar no garantizada
A. Derechos arancelarios					
ARANCEL ADVALOREM	3,161.820	0	3,161.820		
ARANCEL ESPECIFICO	0	0	0		
ANTIDUMPING	0	0	0		
B. Impuestos					
FONDIRFA	79.050	0	79.050		
ICE ADVALOREM	0	0	0		
ICE ESPECIFICO	0	0	0		
IVA	2,286.000	0	2,286.000		
C. Tasas					
Tasa de Vigilancia Aduanera	0	0	0		
D. Recargos Arancelarios					
SALVAGUARDIA	0	0	0		
SALVAGUARDIA ESPECIFICA	0	0	0		
E. Intereses					
F. Multas					
G. Otros					
TOTAL	5,526.870	0	5,526.870	0	5,526.870

Fecha/Hora de liquidación	26/06/2014	Fecha máxima de pago	30/06/2014	Banco	
Numero de Garantía		Valor cobrado	5,526.870		

Observación:

