



**INSTITUTO SUPERIOR TECNOLÓGICO HONORABLE CONSEJO
PROVINCIAL DE PICHINCHA.**

Carrera de Administración de Empresas.

**Título: “ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN
SERVICIO DE CASAS RODANTES EN LA RUTA DEL SPONDYLUS”.**

Trabajo de titulación presentado como requisito para obtener el Título de
Tecnólogo Superior en Administración de Empresas.

AUTOR: Tapia Zevallos Margarita Alejandra.

TUTOR: Lozano, Lozano Ligia V.

QUITO, ENERO 2020.

APROBACIÓN DE TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Titulación, aprobado por el Honorable Consejo Directivo del Instituto Tecnológico Superior “Honorable Consejo Provincial de Pichincha” certifico:

Que el Trabajo de Investigación “**ESTUDIO DE MERCADO PARA LA CREACIÓN DE UN SERVICIO DE CASAS RODANTES EN LA RUTA DEL SPONDYLUS.**”, presentado por el/la estudiante **Margarita Alejandra Tapia Zevallos** de la promoción 33AE7, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Titulación que el señor rector designe.

Quito, enero 2020

Atentamente,

Ing. Ligia Lozano

1104340458

AUTORÍA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA

El abajo firmante, en calidad de estudiante de la Carrera en Administración de Empresas de la Promoción 33AE7, declara que los contenidos de este Trabajo de Titulación, requisito previo a la obtención del Grado de Tecnólogo en Administración de Empresas, son originales y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, enero 2020

Atentamente,

Margarita Alejandra Tapia Zevallos

C. I. 0930277264

DEDICATORIA

“La innovación distingue entre un líder y un seguidor.”

Steve Jobs

El presente trabajo de titulación representa el esfuerzo que he realizado en la etapa de formación académica siendo de mucho provecho en lo concerniente a la adquisición de conocimiento.

No lo hubiera podido lograr sin la perseverancia y un incontrolable deseo de superación que Dios ha puesto en mí para poder vencer cualquier tipo de adversidad con mucha fe.

Mi trabajo está dedicado a mi familia quien ha sido un pilar fundamental en todo momento durante el proceso de capacitación, en especial por la memoria de mi abuela América quien no está ahora conmigo y deseo que desde el cielo se sienta muy orgullosa.

A mi patria querida quien me ha albergado durante todo este tiempo teniendo la responsabilidad social y moral de brindar soluciones que acrecienten la economía y el desarrollo del país.

Gracias totales

Índice de Contenido

PORTADA

APROBACIÓN DE TUTOR	5
AUTORÍA DEL TRABAJO DE FIN DE CARRERA	6
DEDICATORIA	7
Resumen.....	1
Abstract.....	2
Planteamiento Del Problema.....	3
Diagnóstico y situación del problema	3
Justificación	4
Objetivos	5
Objetivo General.....	5
Objetivo Específicos.....	5
CAPÍTULO I	6
FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
1.Marco Teórico.....	6
1.1Estudio De Mercado	8
1.1.1 Ejecución De Estudio De Mercado	9
1.1.2 Elementos Del Estudio De Mercado	9
1.1.3 Estructura Del Mercado	9
1.1.4 Determinar El Estudio De Mercado.....	10
1.1.5 Importancia De Un Estudio De Mercado.....	10
1.1.6 Tipos De Estudios De Mercado	11
1.1.7 Proceso De Un Estudio De Mercado	11
1.2 Fuentes De Información.....	12
1.2.1 Fuentes Primarias.....	12
1.2.2 Fuentes Secundarias.....	12
1.3 Resultados	13
1.4 Establecer El Estudio Ambiental	13
1.2 MarcoConceptual.....	14
1.5.1 Mercado potencial.....	14
1.6 Análisis De La Oferta	14
1.6.1 Tipos De Oferta.....	15
1.7 Análisis De La Demanda	15
1.8 Marketing.....	16

1.8.1 Marketing Mix	16
1.8.1.1 Componentes Del Marketing Mix.....	17
1.9 Consumidor.....	17
1.9.1 Tipos De Consumidores.....	18
1.10 Segmentación de mercado	18
1.11 Turismo	18
1.11.1 Paquete Turístico.....	19
1.11.2 Atractivo Turístico	19
1.12 Potenciación.....	19
1.13 Servicio Al Cliente.....	19
1.14 Ruta Del Spondylus	19
1.15 Casas Caravana	20
1.16 Aparcamiento.....	20
CAPÍTULO II	21
DIAGNÓSTICO.....	21
2.2 Proceso de Investigación de Mercados	21
2.3 Diseño de la Investigación	22
2.4 Segmentación.....	22
2.5 Tamaño de la Población.....	24
2.5.1 Tamaño de la Muestra.....	24
2.6 Metodología de Investigación De Campo.....	26
2.7 Elaboración del cuestionario	26
2.8 Prueba Piloto.....	30
2.9 Recolección De La Información	30
2.10 Preparación Y Análisis De Datos.....	30
2.11 Presentación De Los Resultados	30
Análisis e interpretación.....	31
Análisis e Interpretaciónn.....	32
Análisis e interpretación.....	33
1.- Está visitando la Ruta del Spondylus por:.....	34
Análisis e interpretación.....	34
2.- Es la primera vez que visita la Ruta del Spondylus.....	35
Análisis e interpretación.....	35
3.- ¿Normalmente con quién viaja?.....	36

Análisis e interpretación.....	36
4.- ¿Dónde se hospeda?.....	37
Análisis e Interpretación.....	38
5.- ¿Qué le parece el tipo de hospedaje que ofrece el Ecuador?.....	39
Análisis e Interpretación.....	39
6.- ¿Cuánto cancela diariamente por el hospedaje de una persona?.....	40
Análisis e Interpretación.....	40
7.- ¿Le gustaría adquirir un servicio de casa rodante para poderse movilizar?.....	41
Análisis e interpretación.....	41
8.- ¿De qué forma recorre la Ruta del Spondylus?.....	42
Análisis e interpretación?.....	42
9.- ¿Tiene conocimiento de lo que es una casa rodante?.....	43
Análisis e Interpretación.....	43
10.- ¿Optaría por un servicio que le brinde hospedaje, transporte y comodidades.....	44
Análisis e interpretación.....	44
11. ¿Cuánto tiempo utilizaría los servicios de la casa rodante?.....	45
Análisis e Interpretación.....	45
12. ¿Entre los siguientes servicios adicionales le gustaría disponer?.....	46
Análisis e interpretación.....	46
13. ¿Qué costo cancelaría por persona, correspondiente a un día ¿.....	47
Análisis e Interpretación.....	47
14. ¿Por qué medios desearía contratar los servicios de casas rodantes?.....	48
Análisis e Interpretación.....	48
2.12. Presentación de Resultados.....	49
CAPÍTULO III.....	50
PROPUESTA.....	50
Objetivos del Estudio de Mercado.....	50
3.1 Análisis De La Demanda.....	50
3.1.1 Proyección De La Demanda.....	51
3.2 Análisis Y Proyección De La Oferta.....	52
3.2.1 Análisis De La Oferta.....	52
3.2.2 Proyección De La Oferta.....	53
3.3 Demanda insatisfecha.....	54
3.4 Marketing Mix.....	55

3.4.1 Producto.....	55
3.4.2 Precio.....	65
3.4.3 Plaza.....	69
3.4.4 Publicidad y promoción.....	70
Capítulo IV.....	75
4 Conclusiones Y Recomendaciones.....	75
4.1 Conclusiones.....	75
4.2 Recomendaciones.....	76
Bibliografía.....	77
Anexos	

Índice de Tabla

Tabla 1. Edad De Las Personas Encuestadas	31
Tabla 2. Género De Las Personas Encuestadas	32
Tabla 3. Nacionalidades De Las Personas Encuestadas.....	33
Tabla 4. Motivos De Visita A La Ruta Del Spondylus.....	34
Tabla 5. ¿Es La Primera Vez Que Visita La Ruta Del Spondylus?	35
Tabla 6. ¿Con Quién Viaja?.....	36
Tabla 7. Hospedaje.....	37
Tabla 8. Calificación de Hospedaje	39
Tabla 9. Valor del hospedaje por persona.....	40
Tabla 10. Servicio de casa rodante.....	41
Tabla 11. Recorrido de la ruta del Spondylus.....	42
Tabla 12. Conoce las casas rodantes	43
Tabla 13. Optaría por más servicios.....	44
Tabla 14. Tiempo a utilizar los servicios	45
Tabla 15. Servicios adicionales.....	46
Tabla 16. Valor a cancelar	47
Tabla 17. Contratación de los servicios de casas rodantes.....	48
Tabla 18. Proyección de la Demanda.....	51
Tabla 19. Cálculo proyección de oferta	53
Tabla 20. Cálculo Demanda Insatisfecha.....	55
Tabla 21. Paquete turístico para 2 personas (nacionales).....	60
Tabla 22. Paquete turístico para 4 personas (extranjeros).....	61
Tabla 23. Paquete turístico para 2 personas (extranjeros).....	61
Tabla 24. Paquete turístico para 4 personas (extranjeros).....	62
Tabla 25. Precio temporadas para nacionales	66
Tabla 26. Precio temporadas para extranjeros	66
Tabla 27. Precio para 2 personas (nacionales).....	67
Tabla 28. Precio para 4 personas (nacionales).....	67
Tabla 29. Precio para 2 personas (extranjeros).....	68
Tabla 30. Precio para 4 personas (extranjeros)	68
Tabla 31. Descuentos	71

Índice de Figura

<i>Figura 1 Edad De Encuestados</i>	31
<i>Figura 2 Género De Las Personas Encuestadas</i>	32
<i>Figura 3 Nacionalidades De Las Personas Encuestadas</i>	33
<i>Figura 4 Motivos De Visita A La Ruta Del Spondylus</i>	34
<i>Figura 5 ¿Es La Primera Vez Que Visita La Ruta Del Spondylus?</i>	35
<i>Figura 6¿Con Quién Viaja?</i>	36
<i>Figura 7 Hospedaje</i>	37
<i>Figura 8 Calificación de Hospedaje</i>	39
<i>Figura 9 Valor del hospedaje por persona</i>	40
<i>Figura 10 Servicio de casa rodante</i>	41
<i>Figura 11 Recorrido de la Ruta del Spondylus</i>	42
<i>Figura 12 Conoce las casas rodantes</i>	43
<i>Figura 13 Optaría por más servicios</i>	44
<i>Figura 14 Tiempo a utilizar los servicios</i>	45
<i>Figura 15 Servicios adicionales</i>	46
<i>Figura 16 Valor a cancelar</i>	47
<i>Figura 17 Contratación de los servicios de casas rodantes</i>	48
<i>Ilustración 18. Logo de la empresa</i>	56
<i>Figura 19 Mapa Ruta del Spondylus</i>	57
<i>Figura 20. Parte interna y externa de una casa rodante</i>	64
<i>Figura 21. Compartimentos de la casa rodante</i>	65
<i>Figura 22. Página web modo computadora</i>	71
<i>Figura 23. Página web modo móvil</i>	72
<i>Figura 24. Página de Facebook</i>	73
<i>Figura 25. Panel táctil para saber los niveles de: grifería, aguas (blancas, grises, negras)</i>	86

Resumen

El presente trabajo de titulación tiene como objeto ejecutar un estudio de mercado detallado sobre la creación de un servicio turístico que se dedica al alquiler de casas rodantes tanto para un público nacional como extranjero por la Ruta del Spondylus (sector costero) que comprende desde la provincia de Guayas hasta Esmeraldas.

El servicio se presentará mediante estándares de calidad, entregando comodidades al cliente para que el tiempo de estancia sea fructífero, así de esta forma brindar confort y seguridad al cliente, se pretende cubrir las necesidades que mantengan los consumidores.

Durante el estudio y para estimar si una empresa con dichas características tendrá un alto grado de aceptación beneficiando de esta manera la economía a nivel macro de la región, se efectuó la segmentación en relación a nacionales y extranjeros que ingresaron a la Ruta del Spondylus durante el año 2018, siendo de nivel socioeconómico medio / alto, edad de 18 a 68 años y genero tanto masculino como femenino, de los cuales se obtuvo un valor de 2.217.684.89 turistas, subsiguientemente, al ejecutar la muestra se consiguió un valor de 384 encuestas las cuales fueron aplicadas dentro del sector costero.

Posterior a ello se obtuvo la proyección de demanda y oferta lo cual proporciona información necesaria para saber si el servicio que se pretende implementar tendrá aceptación por parte del futuro cliente, además, de cubrir sus necesidades, al momento de realizarse la proyección de la oferta se pudo visualizar la capacidad hotelera y la cantidad de personas que ingresaron a la Ruta del Spondylus siendo muy útil ya que los hoteles se los define como competencia indirecta por lo que se requiere saber cuál es el manejo del mismo para determinar la proyección de oferta y posterior obtener la demanda insatisfecha.

Palabras clave: ESTUDIO DE MERCADO, SEGMENTACIÓN.

Abstract

The purpose of this degree work is to carry out a detailed market study on the creation of a tourist service that is dedicated to the rental of mobile homes for both a national and foreign public along the Route of the Spondylus (coastal sector) that comprises from the province from Guayas to Esmeraldas.

The service will be presented through quality standards, providing comfort to the customer so that the time of stay is fruitful, thus providing comfort and security to the customer; it is intended to meet the needs that consumers maintain.

During the study and to estimate whether a company with these characteristics will have a high degree of acceptance, thus benefiting the economy at the macro level of the region, segmentation was carried out in relation to nationals and foreigners who entered the Spondylus Route during the year 2018, being of medium / high socioeconomic level, age of 18 to 68 years and both male and female gender, of which a value of 2,217,684.89 tourists was obtained, subsequently, when executing the sample a value of 384 surveys was achieved which were applied within the coastal sector.

Subsequently, the demand and supply projection was obtained which provides necessary information to know if the service that is intended to be implemented will have acceptance by the future client, in addition, to cover their needs, at the time of the projection of the offer He was able to visualize the hotel capacity and the number of people who entered the Spondylus Route being very useful since the hotels are defined as indirect competition so it is required to know what the management of it is to determine the projection of supply and subsequent get unsatisfied demand.

Keywords: MARKET STUDY, SEGMENTATION.

Planteamiento Del Problema

Diagnóstico y situación del problema

Desarrollar un servicio innovador ha incidido en que se cree una prestación vanguardista como es la oferta de casas rodantes, en donde se brindará hospedaje y movilización, de tal manera que el cliente potencial disfrute de experiencias enriquecedoras que ofrece la Ruta del Spondylus en la costa ecuatoriana.

El sector económico está pasando por un bajo desarrollo sustentable, causado por las medidas de austeridad implementadas por parte del gobierno y como es de conocimiento público el endeudamiento con entidades extranjeras, lo cual ha traído como resultado tiempo de recesión, para lo cual se requiere una inversión de capitales privados con el objetivo de mejorar la situación económica actual, razón por la que es imperante aplicar nuevas ideas que potencialicen el desarrollo económico.

La insatisfacción por parte de los clientes en el momento de utilizar asistencia turística se efectúa por diferentes factores; un deficiente servicio al cliente por parte de los habitantes, quienes son los representantes de su cultura y por lo tanto es importante efectuar capacitaciones que permitan brindar un servicio de calidad a los turistas nacionales y extranjeros.

Por otra parte, cabe mencionar que los turistas al momento de trasladarse por la Ruta del Spondylus; en muchas ocasiones disponen de limitaciones al realizar su recorrido ya que deben de buscar mediante diferentes formas alojamiento y transporte, lo cual es muy incómodo mientras realizan el trayecto.

Justificación

El turismo desde el inicio de los tiempos ha estado ligado con el proceso del ser humano. Desde la época paleolítica existían nómadas que se movilizaban de un lugar al otro, pasando por los griegos en donde para visitar los juegos olímpicos realizaban largos viajes, posterior a ello los romanos mantenían viajes con la finalidad de encontrar nuevos diseños que beneficien su arquitectura.

En el Ecuador se han suscitado cambios que han favorecido al turismo, en el gobierno de Gabriel García Moreno se realizó la construcción del ferrocarril del Sur (1872), subsiguientemente Eloy Alfaro creó la ruta Guayaquil / Quito, tiempo después Isidro Ayora establece una ley en la que otorga mediante facilidades a los extranjeros el ingreso al país. Para el gobierno de Sixto duran Ballén, se realiza el cambio a Ministerio de Información y Turismo, el cual, en la actualidad, tiene competencias para el desarrollo de la presente gestión en pro de su potencialización, de tal manera que la economía a raíz del turismo se desarrolle generando así ingresos al País.

Actualmente se puede evidenciar que el turismo se ha potencializado a nivel mundial, siendo uno de los principales sectores económicos, pero, sin embargo, se requiere innovar para encontrar más opciones al momento de optar por unas vacaciones.

A través de nuevas técnicas y servicios son lo que hacen posible una innovación en el sector turístico, aprovechando al máximo los recursos disponibles para desarrollar nuevas actividades factibles para el incremento monetario y turístico. La innovación en el sector turístico se la adquiere de diversas maneras; la investigación, el desarrollo y la satisfacción hace posible obtener clientes potenciales y así crear opciones al gusto del usuario.

Al realizar su aplicación el proyecto potencializará el turismo en la ruta del Spondylus, en base a información proporcionada la cual indica lo siguiente: “Se obtiene como cifras para el año 2018 un total de 5.275.750,68 turistas, los cuales 883.186.80 fueron extranjeros que representa un 16,74% y de nacionales 4.392.563.88 representando un 83,26%” (Ministerio de Turismo, 2018).

El objetivo al desarrollar dicho proyecto es incrementar las cifras para el 2020, para que de esta manera sea un aporte a la economía ecuatoriana.

Objetivos

Objetivo General

Realizar un estudio de mercado identificando la oferta, demanda y las estrategias más adecuadas para el servicio de alquiler de casas rodantes con fines turísticos en la ruta del Spóndylus a través de investigación bibliográfica y de campo.

Objetivo Específicos

- Investigar una base teórica que sirva como fundamento para el estudio de mercado a través de una recolección secundaria de información.
- Diagnosticar a través de la encuesta las necesidades del mercado objetivo.
- Determinar la demanda, oferta y estrategias adecuadas para la prestación del servicio de casas rodantes.

CAPÍTULO I

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

1. Marco Teórico

La historia data desde hace 90 años, en Estados Unidos, sus inicios se dieron por la necesidad de pasar tiempo al aire libre, lo que dio como consecuencia la creación insipiente de un tráiler que se encontraba sobre un chasis para acampar en donde disponía de comodidades: energía eléctrica, agua potable, calefacción, contando adicionalmente con mobiliario de cocina, cama, mesa, sillas.

Posteriormente, con el devenir de los tiempos se ha realizado una transformación gradual con ayuda de tecnología, logrando así disponer de diferentes modelos que mantienen el concepto inicial, pero sin dejar de lado la presencia de nuevas infraestructuras que permiten disfrutar de una experiencia más satisfactoria en el momento de alojarse y recorrer distancias mediante el presente medio.

En los Países Bajos y Alemania existe una gran número de propietarios de casas rodantes, según encuestas que se han realizado, los ciudadanos hacen uso de las mismas para poder compensar el corto tiempo de ocio; algunos, como son los gitanos o de nivel bajo, significan su principal hogar, por temas de movilidad y espacio; para otras como por ejemplo, quienes quieren cambiar su estilo de vida (jubilados), les agrada mucho la idea de viajar y conocer nuevos países en las casas caravanas; cabe mencionar que en el Ecuador tal modo de servicio o estilo de vida no existe por lo que se toma como referente información proveniente de países como son: Estados Unidos, España, Alemania, entre otros, en donde es frecuente dicha forma de proceder.

Según datos obtenidos del (Ministerio de Turismo, 2019) afirma:

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; por otro lado, se puede mencionar que las cifras en el 2018 son favorables ya que según indica La Coordinación General de Estadística e Investigación del Ministerio de Turismo existe un incremento del 11% en relación al año 2017 referente al ingreso de extranjeros sin contar la entrada de venezolanos al Ecuador.

España es el país que mantiene un alto índice en el crecimiento porcentual con un 75% en relación al 2017, después de Estados Unidos con un 44%, Canadá con un 21%, Bélgica con un 17%, Alemania e Italia con un 15%, Países Bajos con un 13%. Cabe mencionar además que basándonos en el aporte que el presente sector ha obtenido es de 2392 millones siendo la tercera fuente de ingresos en la actualidad después del banano y camarón. (Ecuavisa, 2017)

La Ruta del Spondylus o ruta del Sol, representa la zona costera del Ecuador, un verdadero lugar paradisiaco por sus encantadoras playas, paisajes cautivadores, gastronomía inigualable e historia que datan desde el 4000 AC. (Periodo Valdivia), recorre desde la provincia de Guayas hasta Esmeraldas, con una distancia de aproximadamente 115 km, pasando por playas como: Villamil Playas, Mar Bravo, Punta Carnero, Salinas, Playa Rosada,

Ayangue, Montañita, Olón, Agua Blanca, Puerto Cayo, Manta, Canoa, Pedernales, Monmpiche.

El nombre de Spondylus representa la existencia de un molusco, (concha), la cual era denominada como “concha sagrada”, simbolizando la riqueza de las culturas que habitaron en la época precolombina, fue considerada como imagen de la fertilidad y abundancia, llegando a utilizarla como moneda local para dichos tiempos, además de contener altos niveles de proteínas, lo que la consideraba como alimento de dioses.

En el mencionado trayecto se pueden realizar diferentes actividades, como deportes acuáticos, parapente, entre otros, cabe mencionar además que entre el mes de Junio a Septiembre se aprecia el avistamiento de ballenas jorobadas, en donde aproximadamente unas 6000 ballenas llegan a las aguas ecuatorianas; siendo los lugares más recomendados para la presente actividad: Puerto López, Isla de La Plata, Salinas, Santa Elena, Atacames y Sua, cabe mencionar que este acto atrae muchos turistas a la costa.

1.1 Estudio De Mercado

“Estudio de Mercado, que es un conjunto de acciones sistematizadas para aportar datos que permitan mejorar las técnicas de mercado para la venta de un producto o de una serie de productos que cubran la demanda de los consumidores” (Huerta, 2016).

Se define como un estudio de campo para determinar la viabilidad del negocio, siendo así un conjunto de actividades de manera sistemática en donde se almacena información acerca de gustos/ preferencias de clientes, estado del mercado y competidores trayendo de esta manera mejoras a un producto/servicio ya existente o uno que esté próximo a su lanzamiento.

1.1.1 Ejecución De Estudio De Mercado

Se procede a realizar la segmentación del mercado, basado en información de campo (encuestas/entrevistas/focus group) y estadística (población y muestra), con la finalidad de obtener resultados actuales, los cuales comunicarán gustos y preferencias que la población mantiene referente a la idea de proyecto que desea implementar.

1.1.2 Elementos Del Estudio De Mercado

Dentro del estudio de mercado se plantean elementos que forman parte del estudio los mismos que ayudaran a planificar las actividades comerciales.

Demanda: cantidad de producto que los clientes están dispuestos a adquirir por un valor específico.

Ofertas: cantidad de producto que los vendedores ofrecen por un costo menor.

Mercado: Lugar donde se ofrece el producto

Marketing: técnicas aplicadas en el mercado para ofrecer más demanda y oferta de productos

1.1.3 Estructura Del Mercado

La empresa dirige su planificación hacia los posibles clientes, por tal motivo para que la estrategia tenga éxito se debe segmentar el servicio o producto, donde se divide el mercado según el análisis. Dentro de esta estructura consta la segmentación geográfica, demográfica, Psicológicas y conductuales.

- **Segmentación geográfica:** hace referencia a la localidad, provincia, zonas, etc.
- **Segmentación demográfica:** hace referencia al género, edad.

- **Segmentación psicológica:** hace referencia a la actitud del cliente ante el servicio/ producto.
- **Segmentación conductual:** establece la conducta del cliente.

1.1.4 Determinar El Estudio De Mercado

Dispone de información en relación a costos, ingresos, gastos, mediante proyecciones, con la finalidad de ejecutar el análisis que determine la rentabilidad del mismo. De tal manera que ésta es una parte muy atractiva e importante para los que forman parte del proyecto y también si fuese el caso de los inversionistas.

1.1.5 Importancia De Un Estudio De Mercado

Es el proceso de recolectar analizar e interpretar la información relativa del sector estudiado dentro de los motivos para realizar un estudio de mercado se considera los siguientes aspectos:

- Se presenta como un recurso importante para el éxito del proyecto, donde permitirá conocer el mercado donde se localizará la actividad.
- Muestra una perspectiva actualizada del sector dependiendo de la actividad a realizar, es decir cuál ha sido el crecimiento y evolución de la actividad.
- Un estudio de mercado ayuda a verificar los resultados establecidos dentro de la actividad de la empresa, de tal manera de que indicará si se debe continuar o modificar el estudio de mercado.

1.1.6 Tipos De Estudios De Mercado

En base a los objetivos planteados el investigador realiza un estudio descriptivo, exploratorio, descriptivo o correlacional.

Estudio de mercado exploratorio: Se realiza un estudio preliminar, donde se recauda información existente primaria y secundaria, encuestas, entrevistas. Etc.

Estudio de mercado descriptivo o correlacional: Dentro del estudio de mercado es el más utilizado, describe las características de ciertos grupos que pueden ser factibles para la investigación.

1.1.7 Proceso De Un Estudio De Mercado

Para la elaboración de un estudio de mercado es necesario establecer etapas, la misma que ayudaran a la finalización del trabajo de estudio.

- 1.- Establecer los objetivos; que es lo que se quiere conseguir con el estudio, es necesario realizar un planteamiento de objetivos claros y precisos.
- 2.- Determinar las necesidades del mercado para plantear los objetivos y llegar al cumplimiento de los mismos, todo esto se lleva a cabo gracias al tipo de estudio que se realice. Es necesario tener conocimiento de toda la información que se presente en el mercado.
- 3.- Recopilación y análisis de la información obtenido: según las necesidades establecida de la fuentes se recaudara la información sea esta primario a o

secundaria. Toda la información de se debe ajustar a los objetivos planteados dentro de un estudio de mercado.

4.- Plantear un informe que sea veraz en el que se manifiesten las conclusiones y recomendaciones obtenidas a través de los datos tabulados

1.2 Fuentes De Información

Las fuentes de información son los instrumentos que se utiliza para obtener toda la información relevante, la misma que será necesaria para desarrollar la continuidad del estudio de mercado. Dentro de las principales fuentes de información se plantean a las fuentes primarias y secundarias.

1.2.1 Fuentes Primarias

(Orjuela, 2002) Mencionan que:

Tienen la finalidad de generar datos primarios, es decir, que se obtienen específicamente para el objetivo de la investigación. Los tipos de datos primarios son los siguientes:

- Características demográficas y socioeconómicas.
- Actitudes, opiniones, percepciones y preferencias.
- Conducta, hábitos de compra y de uso.
- Conocimiento y recordación
- Intención y motivación de compra y de uso.

1.2.2 Fuentes Secundarias

(Orjuela, 2002) Manifiesta lo siguiente:

Las fuentes de información secundarias, hacen referencia a datos ya existentes y generados con otra finalidad distinta al problema de información que se pretende resolver en un determinado momento, es decir, se trata de datos que han sido publicados con anterioridad a la investigación que se está realizando.

Es decir, toda aquella información recolectada de trabajos anteriores de donde se extrajeron datos básicos para la continuidad del proyecto, trabajos de investigación, libros, etc.

1.3 Resultados

En la presente fase, luego de realizar los estudios de mercado respectivo se obtiene como resultado si las estrategias para la demanda y oferta son las más adecuadas para ingresar al mercado. Por lo que es preciso tomar decisiones en base a la información recaudada del estudio de mercado teniendo presente los objetivos planteados dentro del producto o servicio.

1.4 Establecer El Estudio Ambiental

“Se evalúa el impacto en el entorno a corto, mediano y largo plazo, valorando la flora y fauna, con el objetivo de identificar, cuantificar y minimizar los posibles efectos que puedan acarrear una anomalía en los mismos” (Coria, 2008).

1.3 Marco Conceptual

1.5 Mercado

Desde la prehistoria el primer mercado que se presentó fue el trueque; como término actualizado se define al mercado como el lugar en donde se establece la oferta y la demanda para realizar la venta de un servicio o producto a un determinado valor.

1.5.1 Mercado potencial

Se denomina mercado potencial al público que no opta por el producto o servicio que se va a ofrecer, que posiblemente pueden llegar a tener la necesidad de adquirirlo. El mercado potencial no es más que aquellos futuros clientes que en cierto momento pueden necesitar de los servicios que se presenta en el mercado, según las necesidades planteadas por los consumidores.

1.6 Análisis De La Oferta

Tiene como fin plantear las circunstancias y cantidades de un producto o servicio que se presentará en el mercado basados a un determinado precio. Analizar la oferta de un producto o servicio es estudiar los nichos a la que se va enfrentar. Por lo tanto, mientras más información se obtenga de las competencias, mejor será la estrategia para el producto o servicio presentado en el mercado.

1.6.1 Tipos De Oferta

1) Oferta competitiva o también denominada mercado libre; es aquella que se determina por la calidad, valor y el servicio innovador que se ofrecen al cliente.

2) Oferta oligopólica. Está direccionada a pocos prestadores de un servicio o producto, los mismos que determinan la oferta y los costos; tienden a tomar mayor presencia en el consumo.

3) Oferta monopolítica. Impone calidad, valores y cantidad, la misma que es impuesta por los prestadores del servicio o dueño del producto, es decir se siente con la capacidad de imponer ya que es el único en ofrecer cierto servicio.

1.7 Análisis De La Demanda

Es un tipo de estudio de mercado cuyo enfoque es dar a conocer los motivos por los que los clientes y posibles consumidores demandan y optan por un producto o servicio en particular. Según con la relación de las oportunidades la demanda se clasifica en dos tipos:

Demanda insatisfecha, consiste en que el servicio o producto ofrecido no cubre las necesidades del mercado.

Demanda satisfecha, en la que lo ofrecido al mercado es exactamente lo que este requiere.

1.8 Marketing

(Monferrer, 2013) Describe:

Se piensa que el marketing es sinónimo de conceptos como la publicidad o la comunicación y las ventas. Sin embargo, las ventas y la publicidad, como veremos en capítulos siguientes, no son más que dos de las diversas funciones sobre las que trabaja esta disciplina.

Es un proceso en el que se involucra una variedad de estrategias, con el objetivo final, de satisfacer necesidades de los consumidores y resolver problemas; siendo una herramienta provechosa, además, que favorece la comprensión del comportamiento en relación al mercado y la competencia existente.

1.8.1 Marketing Mix

Es una herramienta que se utiliza para alcanzar los objetivos planteados dentro del estudio de mercado a través de elementos como el producto, precio, promoción y distribución que también es conocido con el nombre de las cuatro P del marketing en su traducción al inglés. Plantear una excelente estrategia de marketing permite que la empresa actúe de forma organizada de tal manera que la misma permita satisfacer las necesidades de los consumidores.

1.8.1.1 Componentes Del Marketing Mix

El Marketing Mix es manejado a través de elementos que hacen posible una buena estrategia los mismos que son:

- **Producto:** Hace referencia a aquello que hará uso el consumidor, el mismo que debe ser segmentado, es decir al mercado que va dirigido.
- **Precio:** Se debe fijar el valor teniendo conocimiento del mercado donde ambas partes sean los beneficiados, es decir el consumidor y la empresa.
- **Promoción:** para que un producto o servicio sea contratado por los consumidores se debe plantear y diseñar actividades de publicidad que sean llamativas de tal manera que se permita dar a conocer al consumidor lo que se está ofreciendo.
- **Distribución:** hacer llegar el producto o servicio que se está ofreciendo, esto implica organización, responsabilidad y tiempo.

1.9 Consumidor

Se denomina consumidor a aquella persona o grupo de personas que hacen uso del producto o servicio que una empresa ofrece. El consumidor es de suma importancia dentro del estudio de mercado, porque será quien o quienes opten por lo que una empresa brinda. A mayor oferta, mayor demanda, es decir mayor flujo de consumidores, téngase en cuenta que el consumidor es la última parte dentro de un estudio de mercado.

1.9.1 Tipos De Consumidores

Dentro de la escala de consumo se clasifican a los consumidores en la siguiente manera:

- Consumidores finales son aquellos que utilizan el producto o servicio que una empresa ofrece, estos consumidores son los más importantes dentro de la estudio de mercado.
- Consumidores intermedios. Son aquellos que optan por comprar un bien o servicio para luego revenderlo a un valor más alto.

1.10 Segmentación de mercado

La segmentación del mercado es el objetivo de una empresa trabajado dentro del marketing estratégico, es decir a que grupo está dirigido un servicio o producto. La segmentación de mercado es llevada a cabo mediante el análisis de datos obtenidos de las encuestas donde se plantean interrogantes para saber quiénes optarían por el producto o servicio. Una de las ventajas de la segmentación de mercado es que esta nos permite conocer las necesidades del consumidor. La segmentación de mercado está basada en variables, las mismas que varían según el análisis de la información primaria.

1.11 Turismo

Se lo considera como el desplazamiento de personas por un tiempo corto, siendo motivados por diferentes intereses y razones, de tal manera que, al finalizar su estancia, el turista obtenga un beneficio propio.

1.11.1 Paquete Turístico

Conjunto de servicios que abarca alojamiento, transporte, alimentación, entre otros, comercializándose a través de agencias de viajes en donde el tiempo de estancia supera las 24 horas.

1.11.2 Atractivo Turístico

Es un lugar al cual convergen las personas por diferentes factores como son: nivel cultural, belleza natural, aventura, entre otros; dando como consecuencia una alta afluencia por parte de los visitantes lo cual aumenta la economía en la que se encuentra.

1.12 Potenciación

Acción de añadir valor a algo tangible o intangible, dar fuerza; de tal manera que al brindar estímulo dicho elemento aumenta importancia para fines necesarios.

1.13 Servicio Al Cliente

Se puede indicar como un proceso que comprende de varias etapas, iniciando desde el momento en que el cliente busca un producto/ servicio hasta cuando el usuario hace uso del mismo y desea información acerca de lo adquirido, siempre priorizando en dar soluciones a sus necesidades.

1.14 Ruta Del Spondylus

Conocido además como la Ruta del Sol, es un trayecto costero que comprenden provincias del Ecuador como son: El Oro, Guayas, Santa Elena, Manabí y Esmeraldas, gozando de un atractivo en diferentes aspectos, como, por ejemplo, se puede mencionar su historia, gastronomía y paisajes que hacen de éste un lugar inolvidable.

1.15 Casas Caravana

Se lo denomina como carro funcional, el cual cuenta con el mobiliario necesario, entregando a quien lo utilice confort y seguridad en el trayecto que realice, haciendo de éste una excelente alternativa para disfrutar de unas placenteras vacaciones.

1.16 Aparcamiento

Acción de dejar inmovilizado un vehículo (estacionado) por un determinado tiempo, siendo el lugar público o privado. Usualmente en los sitios (parqueaderos), personas vigilan y resguardan de los bienes muebles por una retribución monetaria.

CAPÍTULO II

DIAGNÓSTICO

2.2 Proceso de Investigación de Mercados

Mediante el análisis de situación se estudiará diferentes aspectos como son: el entorno, la competencia, el mercado, los clientes, siendo la etapa donde se recopila información general que servirá para continuar con el proceso.

- **Investigación preliminar.**

Se realiza un análisis en base a la información recabada para confirmar datos y continuar con la investigación planteado la observación, la cual ayudará a establecer datos que ayude a la elaboración del proyecto.

- **Determinación de objetivos.**

Se definen objetivos y metas:

- Segmentar el mercado meta identificando las variables de segmentación.
- Realizar la gestión de levantamiento de información y posterior aplicación mediante tabulaciones para analizar resultados.

- **Investigación real.**

Se trabaja por medio de técnicas de investigación para obtener datos reales. Una encuesta planteada a turistas nacionales y extranjeros, personas de 18 a 68 años, de clase social media alta.

- **Fuentes de datos.**

Se obtuvo información de fuentes primarias mediante el contacto directo con turistas que visitaron la ruta del Spondylus, lo cual se desarrolló por encuestas realizadas, y por otra parte, de fuentes secundarias como son: el Ministerio de Turismo e INEC, siendo de esta manera fiable y válida para el presente estudio.

- **Diseño de muestra.**

Es un proceso dentro del trabajo de investigación, donde se plantea el esquema a utilizar para establecer el tamaño de la selección de la muestra.

Se manejará una muestra de carácter finito ya que mediante datos primarios (encuestas desarrolladas dentro de la Ruta del Spondylus) como secundarios (Turismo e INEC) se obtiene dicho conocimiento sobre la población a encuestar. Un total de 2.217684.89 han ingresado aquella zona entre nacionales y extranjeros.

2.3 Diseño de la Investigación

Dentro de la investigación se aplican técnicas o instrumentos enfocados al estudio de mercado de tal manera que ayudarán a la realización del proyecto. Se establece una segmentación en base a las necesidades, características o comportamiento de los futuros clientes.

2.4 Segmentación

En el trabajo de investigación se ha considerado variables para dividir el mercado de este proyecto:

- **Geográfica**

Ruta del Spondylus con una longitud de 115 km abarcando así sectores costeros como Salinas, La Libertad, Santa Elena, Puerto López y Jipijapa.

- **Sector:** Se realizará desde las provincias de Guayas (Playas Villamil), hasta la provincia de Esmeraldas, (Playas Atacames), siendo de Sur a Norte, (Calle 7) hasta (Cayapas), Este (calle E15) y Oeste (Av. Malecón)

- **Demográfica**

El segmento meta estará dirigido a aquellas personas de clase social alta, considerándose de tipo B; por otra parte se encuentra la clase social media alta, siendo C+, de género femenino y masculino, de nacionalidades: ecuatorianos, colombianos, norteamericanos, europeos y otros.

Se estima que llegaron durante el año 2018 a la Ruta del Spondylus un total de: 2.217.684.89 personas.

- **Psicográficas**

Dirigida a personas que disponen de un estilo de vida saludable, las cuales tienen por agrado viajar, manteniendo una clase social y económica media alta / alta, estudios de nivel medio a superiores, con personalidad extrovertida, reflejando de tal forma su predisposición ante los diferentes sucesos.

- **Conductuales**

Enfocado a personas que deseen vivir experiencias enriquecedoras, conservando una actitud positiva ante los cambios que se desarrollen, manteniendo una respuesta afable en relación a nuevos proyectos, los cuales proporcionarán un beneficio en sus vidas.

2.5 Tamaño de la Población

El trabajo de investigación se realizará en el sector que abarca la Ruta de Spondylus, según los datos obtenidos de Ecuador en Cifras, específicamente en la plataforma GEOVIT, se obtuvo un total de 1.4171.978 extranjeros que llegaron al país dentro del 2018, sin el ingreso de venezolanos; y de nacionales que visitaron la Ruta del Spondylus de 4.392.563.88; dentro de los turistas extranjeros se encontró que un 60% ingresaba a la ruta del Spondylus por lo que reflejó un total de 883.186.80 personas, posterior a ello se realizó la segmentación por edad, género y clase socioeconómica, lo cual nos presentó un número entre nacionales y extranjeros de 2.217.684.89, luego del proceso antes mencionado se pudo obtener la muestra que dio como resultado: 384 encuestas.

2.5.1 Tamaño de la Muestra

La presente investigación se realizará en el sector de la Ruta del Spondylus según los datos de Ecuador en Cifras (Plataforma manejada por el Ministerio de Turismo), de tal manera que 2.217.684,89 turistas visitaron el perfil costero. Este dato se obtiene luego de realizar la respectiva investigación, posterior a ello, la implementación por segmentación en edad, género y clase social.

En el análisis de la muestra se trabaja con un muestreo no probabilístico ya que no todos los miembros de la población serán elegidos para este estudio. Dentro del análisis de la muestra se opta por una muestra finita, ya que se ha investigado la cantidad de la población.

Posterior, se aplicó la fórmula de la muestra obteniendo como resultado 384 encuestas.

A continuación, se procede a realizar el cálculo de la muestra:

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

$$n = \frac{2.217.684,89 * 1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2 * (2.217683,89) + 1,96^2 * 0,5 * 0,5}$$

$$n = \frac{2.217.684,89 * 3,8416 * 0,25}{0,0025 * 2.217683,89 + 3,8416 * 0,25}$$

$$n = \frac{2129864,568}{5545,170125}$$

$$n = 384 \text{ encuestas}$$

n= Tamaño de la muestra, números de encuestas a realizar

N= Tamaño de la población.

Z= Margen de confiabilidad.

e= Error muestral deseado 0,05.

p= Probabilidad a favor.

q= Probabilidad en contra.

2.6 Metodología de Investigación De Campo

Se obtiene información de manera directa donde el sujeto investigador busca la realidad de la investigación. Dicha investigación se la realiza en la zona costera perteneciente a la Ruta del Spondylus, presenta la técnica de la encuesta la cual permite comprender, observar e interactuar con las personas a encuestar la misma que está dirigida para un número establecido de turistas entre nacionales y extranjero (384 encuestados), se la plantea de forma escrita; del mismo modo se trabaja con la observación.

2.7 Elaboración del cuestionario

Dicho cuestionario desarrolla diferentes interrogantes que serán de gran utilidad para la realización del estudio mercado. Al tratarse de un porcentaje de 16.74% de turistas extranjeros que ingresaron en 2018 al Ecuador, la encuesta se la realizó de la misma forma en inglés, para disponer de su aplicación en dicho sector, con el objetivo de conocer sus gustos y preferencias.



CUESTIONARIO

El objetivo de la presente encuesta es determinar la demanda para la creación de una empresa de alquiler de casas rodantes en la Ruta del Spondylus.

La misma tiene fines académicos, por lo que se le solicita responda con la mayor veracidad posible.

INFORMACIÓN GENERAL:

Edad: 18 a 28 29 a 39 40 a 50 51 a 61 62 a 68

Género: Hombre Mujer

Nacionalidad: Ecuatoriano Colombiano Norteamericano

Europeo (cuál) Otros (cuál)

1. Está visitando la Ruta del Spondylus por:

Turismo
Trabajo
Otros (cuál)

2. Es la primera vez que visita la Ruta del Spondylus?

Si
No

3. ¿Normalmente con quien viaja?

Esposo/a
Familia
Amigos
Otros (cuál)

4. ¿Dónde se hospeda?

Hotel Hilton Colon
Hotel Decameron
Hotel Wyndham
Hotel Manglar Alto
Palmira Inn
El Marqués

- Perla Spondylus
RC Tonsupa
Perla Verde
El Marinero
Ummagumma
Otros (cuál)

5. ¿Qué le parece el tipo de hospedaje que ofrece en Ecuador?

- Muy bueno
Bueno
Regular
Deficiente

6. ¿Cuánto cancela diariamente por el hospedaje de una persona?

- \$20 a \$50
\$51 a \$70
\$71 a \$100
Más de \$100

7. ¿Le gustaría adquirir un servicio de casa rodante para poderse movilizar por la Ruta del Spondylus?

- Si
No

8. ¿De qué forma recorre la Ruta del Spondylus?

- Carro particular.
Bicicleta.
Bus.

9. ¿Tiene conocimiento de lo que es una casa rodante?

- Si
No

10. Optaría por un servicio que le brinde hospedaje, transporte y comodidades necesarias (luz/agua/servicios higiénicos/aire acondicionado/calefacción/ mobiliario pertinente) en una sola prestación para visitar la Ruta del Spondylus?

Si

No

11. ¿Cuánto tiempo utilizaría los servicios de la casa rodante?

De 2 a 3 días.

De 4 a 6 días.

De 7 días en adelante.

12. ¿Entre los siguientes servicios adicionales de la casa rodante, con cuál de los siguientes le gustaría contar?

Bicicleta.

Alimentación.

Conductor.

Otros (cuál)

13. ¿Qué costo cancelaría por persona, correspondiente a un día con todas las comodidades que le brinde la casa rodante?

\$20 a \$50

\$51 a \$70

\$71 a \$100

Más de \$100

14. ¿Por qué medios desearía contratar los servicios de casas rodantes?

Oficina.

Internet.

Llamadas (Contact Center).

Agencia turística.

2.8 Prueba Piloto

La prueba piloto permitirá determinar si todas las preguntas planteadas en el cuestionario de la encuesta son claras y de fácil interpretación. La prueba piloto se la realizó a 10 personas, las cuales manifestaron que las preguntas estaban bien planteadas para ser realizadas en la Ruta del Spondylus.

2.9 Recolección De La Información

La aplicación de la encuesta se la llevó a cabo en diferentes partes de la Ruta del Spondylus, como son: Santa Elena, Montañita, Libertad, Santa Rosa a los turistas de aquella zona, para saber cuál será la posible demanda.

2.10 Preparación Y Análisis De Datos

Se realizó encuestas a 384 personas, mediante un formulario donde constaron de 14 preguntas, lo cual facilitó para disponer de una idea más clara sobre las necesidades y expectativas del cliente en base al servicio de casas rodantes.

2.11 Presentación De Los Resultados

A continuación se muestran los resultados obtenidos de las encuestas planteadas y realizadas en la zona de la Ruta del Spondylus.

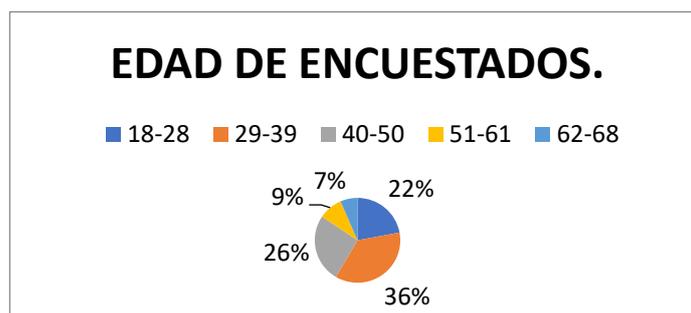
Tabla 1. Edad De Las Personas Encuestadas

EDAD	N° PERSONAS	PORCENTAJE
18-28	85	22%
29-39	140	36%
40-50	100	26%
51-61	35	9%
62-68	24	7%
Total	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 1 Edad De Encuestados



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

De las personas encuestadas el 36% se encuentra entre los 29 – 39 años de edad, mientras que el 26% representan a personas entre 40 – 50 años y un 22% de los encuestados se encuentran entre los 18 y 28 años de edad, mostrando así los 3 porcentajes más altos, estableciendo que el target está entre personas de 18-40 años; se puede analizar que el rango de 29 a 39 años es más alto ya que se encuentran como personas económicamente activas, lo cual permite realizar viajes con mayor frecuencia.

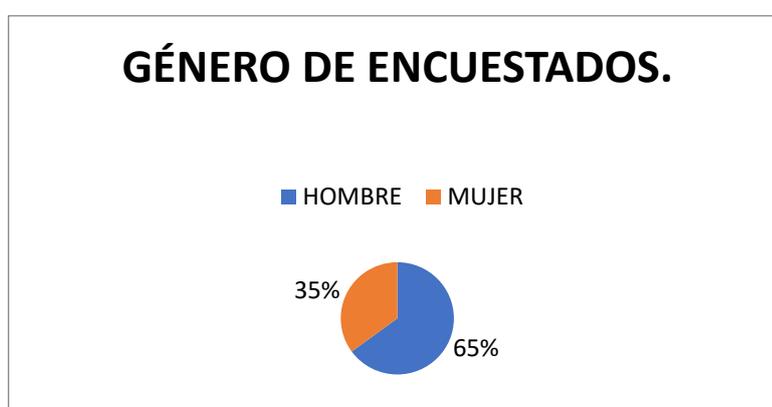
Tabla 2. Género De Las Personas Encuestad

GÉNERO	Nº PERSONAS	PORCENTAJE
HOMBRE	250	65%
MUJER	134	35%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 2 Género De Las Personas Encuestadas



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

Análisis e Interpretación

De las encuestas realizadas el 65% representan al género masculino y el 35% representa al género femenino. Se reconoce como clientes potenciales al género masculino. Al realizar el análisis se determina que los hombres en este estudio tienen un alto índice referente a realizar viajes, esto se lo representa en su mayoría por gustos y preferencias relacionadas a nacionalidad y edad.

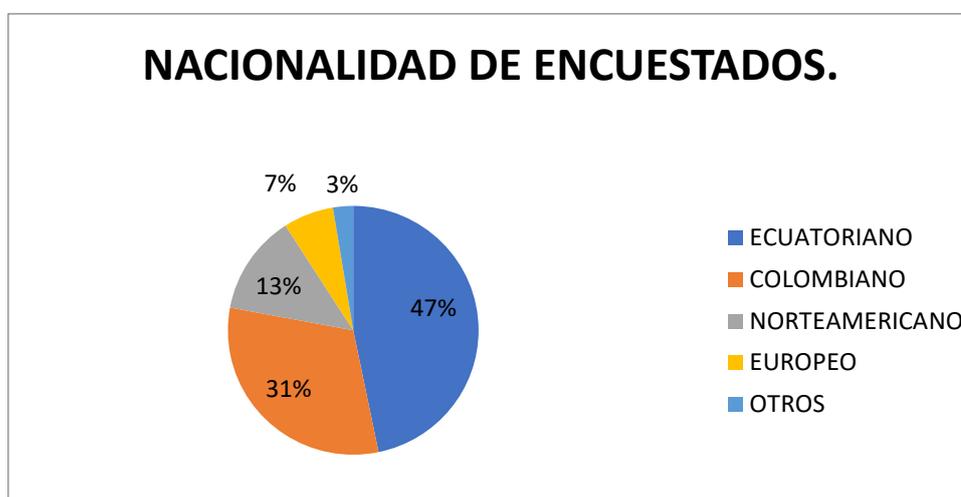
Tabla 3. Nacionalidades De Las Personas Encuestadas

NACIONALIDADES	Nº PERSONAS	PORCENTAJE
ECUATORIANO	179	47%
COLOMBIANO	120	31%
NORTEAMERICANO	50	13%
EUROPEO	25	7%
OTROS	10	3%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 3 Nacionalidades De Las Personas Encuestadas



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Se ha tomado como referencia los siguientes valores; un 45% de ecuatorianos constan en el registro de la encuesta, luego de ello los colombianos con 31%, 13% de norteamericanos, el 6% de europeos y el 3% corresponden a otras nacionalidades. Dando como resultado que la mayoría de los encuestados son ecuatorianos.

1.- Está visitando la Ruta del Spondylus por:

Tabla 4. Motivos De Visita A La Ruta Del Spondylus

MOTIVOS	Nº PERSONAS	PORCENTAJE
TURISMO	320	83%
TRABAJO	40	10%
OTROS	24	6%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 4 Motivos De Visita A La Ruta Del Spondylus



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

De las encuestas realizadas el 83% acotan que su viaje es por turismo, el 10% hace referencia al trabajo y un 6% manifiestan que realizan el viaje por otros motivos. Mediante el análisis se demuestra que prima el turismo como primer rubro, dando como resultado favorable al presente estudio.

2.- Es la primera vez que visita la Ruta del Spondylus

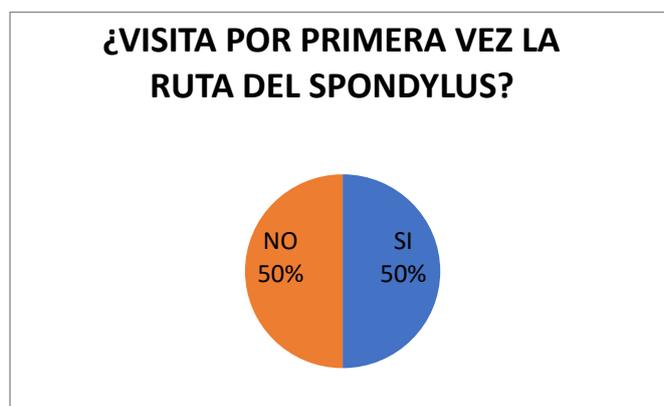
Tabla 5. ¿Es La Primera Vez Que Visita La Ruta Del Spondylus?

ITEMS	Nº PERSONAS	PORCENTAJE
SI	192	50%
NO	192	50%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 5 ¿Es La Primera Vez Que Visita La Ruta Del Spondylus?



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

De las encuestas realizadas el 50% manifiestan que es la primera vez que visita la Ruta del Spondylus y el 50% hace referencia a que no es la primera vez. Como resultado se puede encontrar una igualdad en los datos, por lo que la aplicación de dicho estudio es conveniente con la finalidad de que tanto nacionales como extranjeros puedan conocer la costa ecuatoriana.

3.- ¿Normalmente con quién viaja?

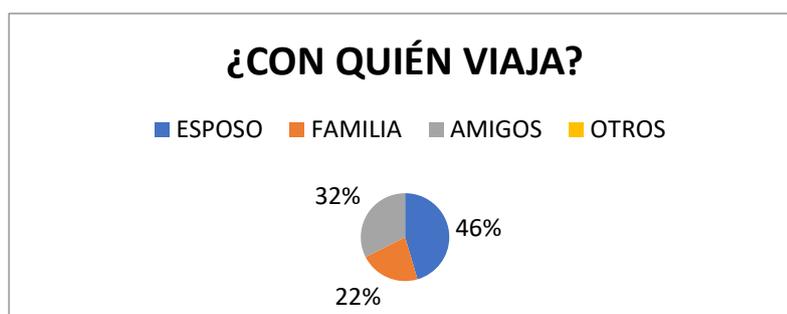
Tabla 6. ¿Con Quién Viaja?

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
ESPOSO	175	46%
FAMILIA	85	22%
AMIGOS	124	32%
OTROS	0	0
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 6 ¿Con Quién Viaja?



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

De las encuestas realizadas el 46% manifiestan que viajan con sus esposos o esposas a la Ruta del Spondylus, el 32% hace referencia a viajar con sus amigos y por último un 22% con familia. Como resultado nos refleja que nuestro público objetivo es de edad media a adulta y desearía el servicio junto con su pareja, recomendando además, que se opte a futuro la implementación de paquetes para recién casados o con relación a lo expuesto.

4.- ¿Dónde se hospeda?

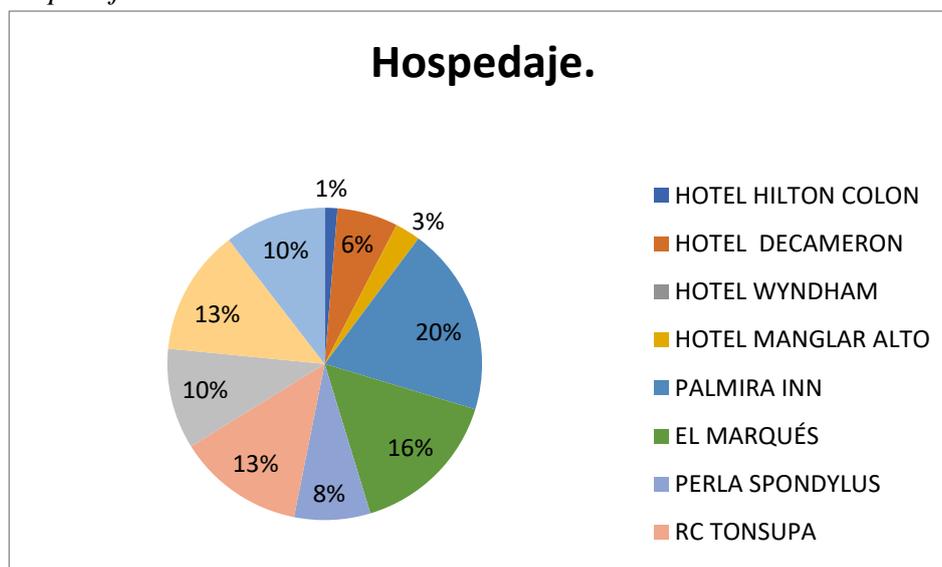
Tabla 7. Hospedaje

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
HOTEL HILTON COLON	5	1%
HOTEL DECAMERON	24	6%
HOTEL WYNDHAM	0	0%
HOTEL MANGLAR ALTO	10	3%
PALMIRA INN	75	20%
EL MARQUÈS	60	16%
PERLA SPONDYLUS	30	8%
RC TONSUPA	50	13%
PERLA VERDE	40	10%
EL MARINERO	50	13%
UMMAGUMMA	40	10%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta

Figura 7 Hospedaje



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e Interpretación

Las encuestas establecidas reflejan que un 20% se hospedan en Palmira Inn, el 16% en el Marqués, el 13% se aloja en el RC Tonsupa, el 13% se hospeda en el hotel El Marinero, el 10% en el hotel Perla Spondylus, al igual que con el 10% hacen uso del hotel Perla Verde, un 10% se hospedan en el hotel Ummagumma, el 6% de alojan en el hotel Decameron, el 3% se hospeda en el hotel Manglar alto y un 1% en el hotel Hilton Colon. Se puede analizar que en su mayoría los entrevistados son clase media, por lo que brinda una valiosa información para la determinación de costos en relación al servicio.

5.- ¿Qué le parece el tipo de hospedaje que ofrece el Ecuador?

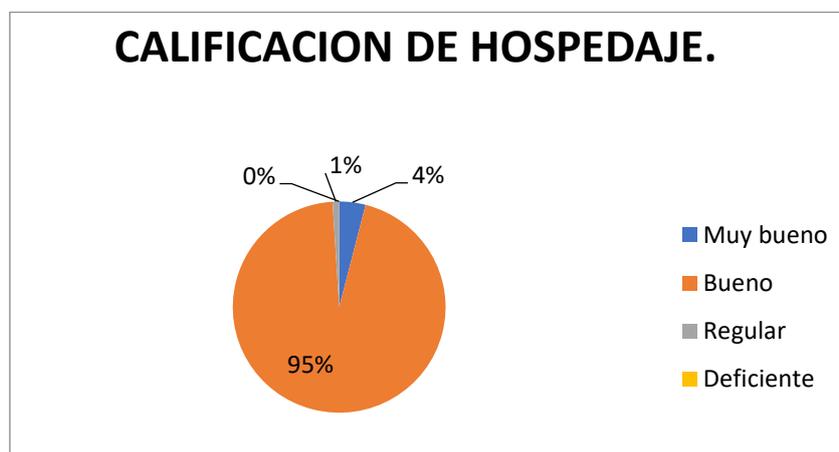
Tabla 8. Calificación de Hospedaje

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
MUY BUENO	15	4%
BUENO	364	95%
REGULAR	5	1%
DEFICIENTE	0	0
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 8 Calificación de Hospedaje



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e Interpretación

Según la encuesta el 95% de la población encuestada acotan que el servicio de los hoteles es bueno, el 4% indica que es muy bueno y 1% es regular. Al realizar el análisis se puede determinar que el cliente en su mayoría no mantiene satisfacción al momento de recibir el hospedaje, por lo que se requiere mejorar, brindando un servicio con excelentes prestaciones al usuario y costos accesibles.

6.- ¿Cuánto cancela diariamente por el hospedaje de una persona?

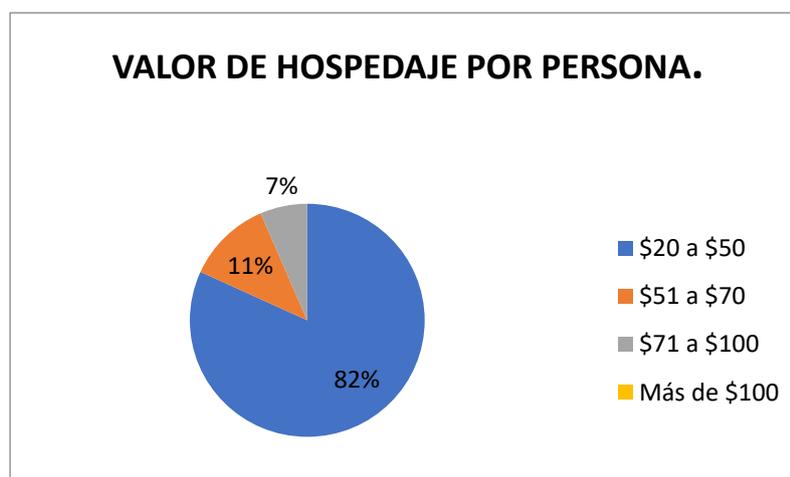
Tabla 9. Valor del hospedaje por persona

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
\$20 a \$50	315	82%
\$51 a \$70	44	11%
\$71 a \$100	25	7%
Más de \$100	0	0
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 9 Valor del hospedaje por persona



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e Interpretación

Según las encuestas un 82% de encuestados manifiestan que cancelan valores desde \$20 a \$50 dólares, el 11% paga entre \$51 a \$70 dólares por persona mientras el 7% paga desde \$71 a \$100 dólares. Esta información es muy provechosa ya que se conoce cuál es el valor que cancelan por día para de esta manera disponer como referencia en el estudio que se está desarrollando.

7.- ¿Le gustaría adquirir un servicio de casa rodante para poderse movilizar por la Ruta del Spondylus?

Tabla 10. Servicio de casa rodante

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
SI	384	100%
NO	0	0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 10 Servicio de casa rodante



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

La pregunta 8 es una de las más fundamentales ya que refleja el grado de aceptación por parte de los encuestados teniendo así el 100%. A través del análisis se determina que el cliente mantiene apertura por dicho servicio, por lo que es un punto a favor para su aplicación

8.- ¿De qué forma recorre la Ruta del Spondylus?

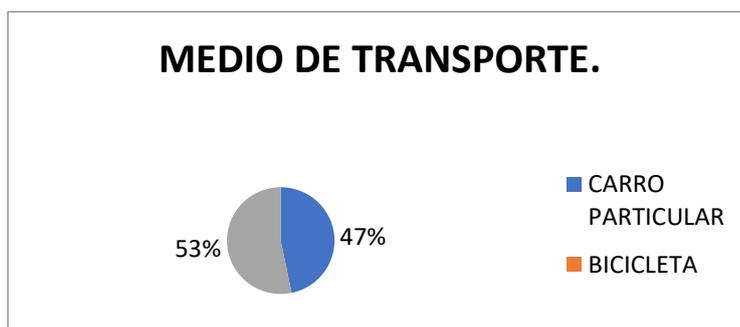
Tabla 11. Recorrido de la ruta del Spondylus

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
CARRO PARTICULAR	180	47%
BICICLETA	10	3
BUS	194	51%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 11 Recorrido de la Ruta del Spondylus



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Las encuestas planteadas reflejan que el 53% de los encuestados viajan en bus, mientras que el 47% hace el recorrido en carro particular. Por lo que se analiza que al aplicar dicho servicio se beneficiarían tanto los individuos que se movilizan en bus, trayendo comodidad al utilizarlo, y para quienes viajan a través de carro particular sería algo muy favorable ya que mediante las comodidades que entrega la casa rodante no solo podrán movilizarse sino también pernoctar adecuadamente tanto ellos como sus familiares.

9.- ¿Tiene conocimiento de lo que es una casa rodante?

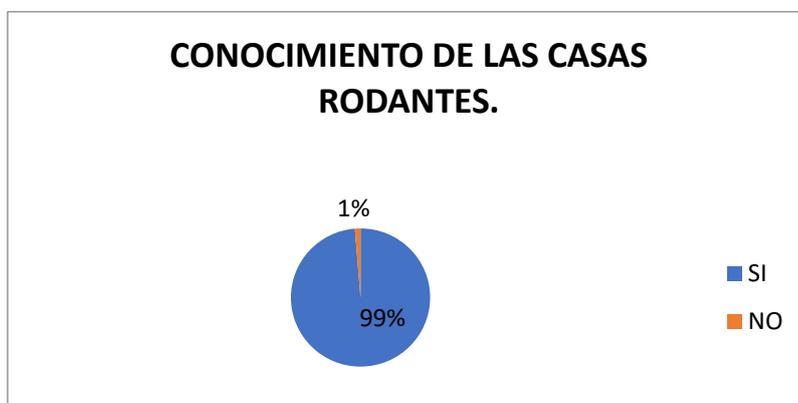
Tabla 12. Conoce las casas rodantes

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
SI	380	99%
NO	4	1%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 12 Conoce las casas rodantes



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e Interpretación

Los encuestados mencionan que sí tienen conocimiento de que es una casa rodante ocupando así un 99%, mientras que 1% desconoce de tema. Mediante el análisis se observa que son convenientes los números en relación a quienes conocen el concepto de casa rodante ya que esto indica que por diferentes medios han obtenido información, mientras que al 1% se deberá aplicar estrategias para que de esta manera puedan disponer de conocimiento en relación al servicio que se prestará.

10.- ¿Optaría por un servicio que le brinde hospedaje, transporte y comodidades necesarias (luz/agua/servicios higiénicos/aire acondicionado/calefacción/ mobiliario pertinente) en un sola prestación para visitar la Ruta del Spondylus?

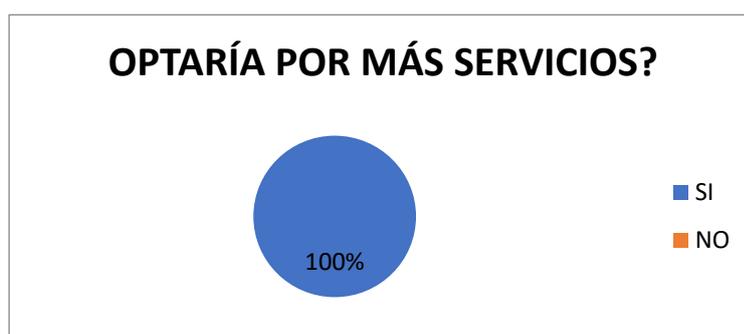
Tabla 13. Optaría por más servicios

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
SI	384	100%
NO	0	0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 13 Optaría por más servicios



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

De las encuestas planteadas el 100% menciona que harían uso del servicio completo. Dichas respuestas indican que se encuentran conformes con las comodidades que se les brindaría, por lo que es preciso mantener estándares de calidad y seguridad al momento de brindar el servicio, no solo para el cumplimiento del mismo sino que esto favorecerá que los clientes satisfechos refieran a su familia y amigos.

11. ¿Cuánto tiempo utilizaría los servicios de la casa rodante?

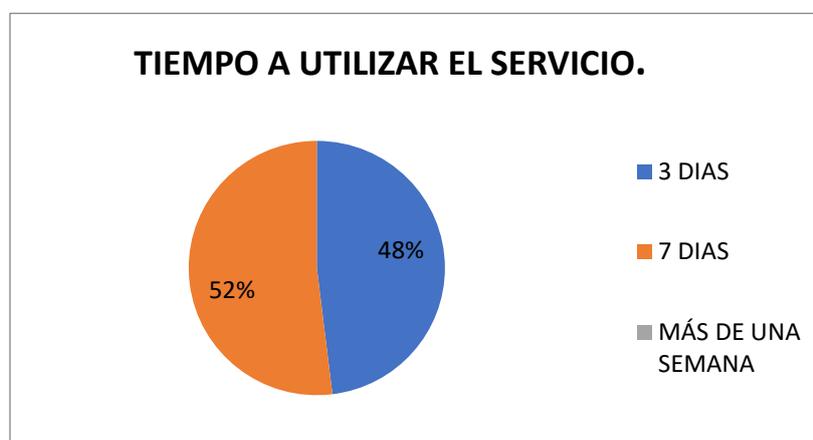
Tabla 14. Tiempo a utilizar los servicios

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
DE 2 A 3 DIAS	184	48%
DE 4 A 6 DIAS	200	52%
DE 7 DIAS EN ADELANTE	0	0
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 14 Tiempo a utilizar los servicios



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e Interpretación

Según las encuestas el 52% utilizarían el servicio en un lapso de 4 a 6 días, mientras que el 48% lo usaría de 2 a 3 días. Revisando las cifras se analiza que hay dos tipos de gustos y preferencias en los clientes, dado que hay que crear estrategias, siendo así por un lado a quienes se hospeden más días se les realizaran recomendaciones tanto culturales como gastronómicas para que su estancia sea placentera, mientras para los usuarios que opten por menos días se les comunicará de descuentos si realizan un aumento de días.

12. ¿Entre los siguientes servicios adicionales le gustaría disponer?

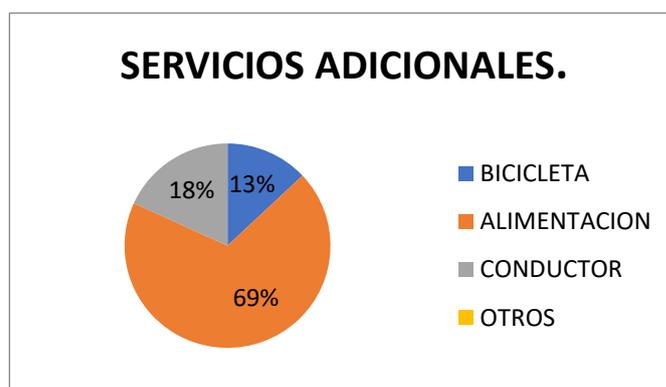
Tabla 15. Servicios adicionales

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
BICICLETA	50	13%
ALIMENTACION	264	69%
CONDUCTOR	70	18%
OTROS	0	0
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 15 Servicios adicionales



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e interpretación

Según los datos obtenidos 69% agregaría alimentación al servicio de casa rodantes, 18% un conductor y el 13% bicicleta. Dichos servicios brindarán mayor comodidad en la estancia para los usuarios por lo que es preciso su cumplimiento al realizar la entrega de la prestación, manteniendo acuerdos entre las partes referente a los bienes de tipo cuantitativos que se le asigne al cliente.

13. ¿Qué costo cancelaría por persona, correspondiente a un día con todas las comodidades que le brinde la casa rodante?

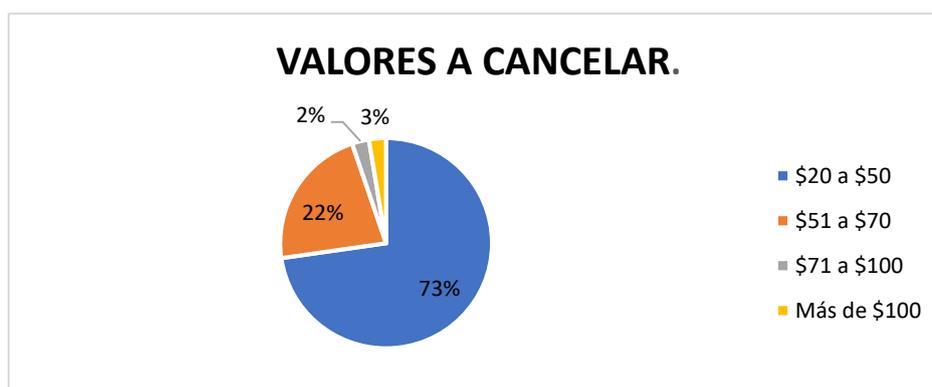
Tabla 16. Valor a cancelar

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
\$20 a \$50	279	73%
\$51 a \$70	85	22%
\$71 a \$100	10	3%
Más de \$100	10	3%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 16 Valor a cancelar



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e Interpretación

Según las encuestas el 73% cancelaría entre \$20-\$50, el 22% pagaría entre \$51-\$70, el 3% cancelaría \$71-\$100 y por último el 2% costearía más de \$100 por el servicio de las casas rodantes correspondiente a un día. Para determinar el costo por día se debería realizar una media aritmética, teniendo presente, fechas de temporadas tanto altas como bajas para de esta manera disponer de tarifas y posterior su aplicación.

14. ¿Por qué medios desearía contratar los servicios de casas rodantes?

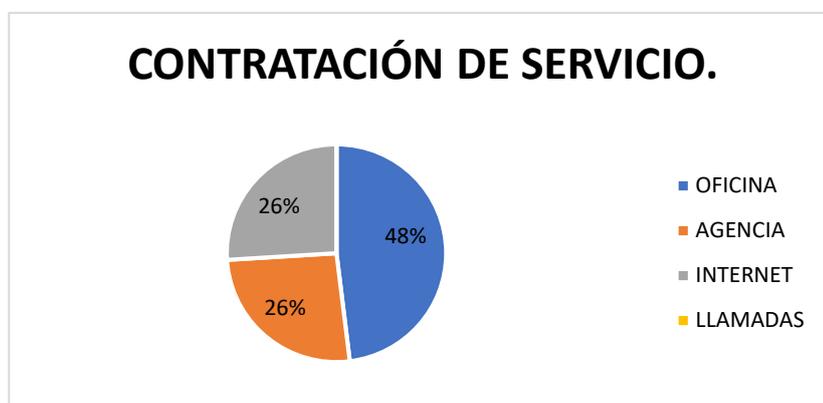
Tabla 17. Contratación de los servicios de casas rodantes

ITEMS	PERSONAS	PORCENTAJE
OFICINA	184	48%
AGENCIA	100	26%
INTERNET	100	26%
LLAMADAS	0	0%
TOTAL	384	100%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Figura 17 Contratación de los servicios de casas rodantes



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Análisis e Interpretación

Según las encuestas el 48% contrataría el servicio a través de una oficina, mientras que el 26% lo realizarían por medio de agencia de turismo, y por último el 26% lo contrataría mediante internet. Mediante los resultados obtenidos se determina que los usuarios en su mayoría tienen como preferencia contratar los servicios mediante oficinas ya que esto les aporta confianza y seguridad al momento de utilizar las prestaciones.

2.12. Presentación de Resultados

Como análisis general de los datos obtenidos dentro de la investigación realizada a 384 encuestados se muestra que el servicio de casa rodantes estaría dirigido para turistas nacionales y extranjero, donde 4.392.563.88 son locales y 883.186.80 son foráneos, que tengan una posición socioeconómica media y media alta, los mismos que pueden viajar con amigos o familiares. Como muestra los resultados el 100% de los encuestados han manifestado que optarían por el servicio completo donde brinda hospedaje, transporte, luz, agua, alimentación, etc. Los encuestados manifiestan en un 47% que realizan su viaje en auto particular, por ende el estudio da apertura a una plaza dentro del mercado para brindar un servicio como el de casas rodantes, de igual manera el 53% acotan que viajan en bus siendo estos posibles adquirientes del servicio.

CAPÍTULO III

PROPUESTA

Objetivos del Estudio de Mercado

- Conocer la oferta y demanda del servicio a entregar en este caso la creación de casas rodantes, teniendo presente el mercado objetivo al que se desea atender.
- Analizar el comportamiento y preferencias de los consumidores potenciales, con la finalidad de obtener futuros clientes.
- Definir y crear estrategias en la presentación del servicio, para tener una adecuada inserción en el mercado favoreciendo a ambas partes.
- Establecer estrategias de precios, promoción del servicio a brindar.

3.1 Análisis De La Demanda

La demanda es la cantidad de producto o servicio que el consumidor o usuario, está dispuesto a adquirir por un tiempo, precio y cláusulas determinadas, etc. con el objetivo de satisfacer una necesidad; contando con recursos al momento de realizar el intercambio, para que de tal manera pueda hacer uso de dicho bien o servicio.

El análisis de la demanda cuantifica y desglosa las necesidades del consumidor con la finalidad de mantenerse en el mercado a través de la demanda y oferta. Cabe recalcar que para que un bien o servicio sea óptimo en el mercado debe cumplir con la curva de la demanda en donde se espera un equilibrio entre el precio y el servicio.

Se puede encontrar una demanda latente en el presente trabajo evidenciándose en el cuestionario, ítem 10, presentando una respuesta favorable por parte del encuestado al

momento de indicar que desearía el servicio de casas rodantes; sin embargo, no se encuentra satisfecha tal necesidad porque dicha prestación no dispone de existencia.

3.1.1 Proyección De La Demanda

Se consideran los datos obtenidos de las encuestas realizadas para desarrollar el análisis de la demanda de servicios de las casas rodantes en la Ruta del Spondylus. Si analizamos, la población en general es de 2.217.684,89 personas, donde se estima que el 100% según los datos obtenidos de las encuestas, optarían por el servicio de casas rodantes ofertados por la empresa.

Por otra parte, se encuentra un crecimiento del 13,22% referente al sector de turismo, a continuación, se presenta la proyección.

Tabla 18. Proyección de la Demanda

Detalle	N° Personas	Demanda de clientes	Frecuencia	
Población (de 18 años A 64 años)	2.217.685	2.217.685	Anual	2217684,89
Muestra	384	384		
% Encuesta	100%	100%		

	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DE 2 A 3 DIAS	184	48%
DE 4 A 6 DIAS	200	52%
DE 7 DIAS EN ADELANTE	0	0
TOTAL	384	100%

AÑOS	CRECIMIENTO Poblacional	CRECIMIENTO %
Año 0	2.217.685	13,22%
Año 1	2.510.863	13,22%
Año 2	2.842.799	13,22%
Año 3	3.218.617	13,22%
Año 4	3.644.118	13,22%
Año 5	4.125.870	13,22%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Ministerio de Turismo.

3.2 Análisis Y Proyección De La Oferta

3.2.1 Análisis De La Oferta

Para determinar la oferta es necesario saber quiénes forman parte de la competencia, estudiar las ofertas de los competidores ayudará a plantear una nueva oferta y así tener una gran demanda.

Cabe mencionar que competencia directa no existe, ya que en la actualidad no se encuentra en el mercado empresa similar que oferte dicha prestación; competencia indirecta se denominaría a hoteles de un segmento socio económico medio/ alto ubicado en la Ruta del Spondylus, al realizar dicha gestión se obtiene como resultado por parte de las encuestas:

Hotel Hilton Colon con aceptación de 1% (5 personas), Hotel Decameron 6% (24 personas), Hotel Hyndham 0%, Hotel Manglar Alto 3%, (10 personas), Palmira Inn 20% (75 personas), El Marques 16% (60 personas), Perla Spondylus 8% (30 personas), Rc Tonsura 13% (50 personas), Perla Verde 10% (40 personas), El Marinero 13% (50 personas), Ummagumma 10%, (40 personas).

El tipo de oferta que se manejará previa implementación será monopólica ya que al presentar un servicio pionero e innovador impondrá al mercado estándares. Se tomará como referencia precio, calidad y servicios adicionales que se ofrecen en países donde ya cuentan con dicha prestación.

3.2.2 Proyección De La Oferta

Al no existir una oferta similar se proyectará la oferta indirecta que representa a los hoteles ubicados en la Ruta Del Spondylus.

Basado en fuentes del Ministerio de Turismo se obtiene que el turista promedio realiza 4 pernотaciones al año de tal manera que para conocer el número de veces al año que el turista utiliza el servicio se realiza la división de 365 días para 4 noches con lo cual se consigue el dato de veces al año que refleja de 91,25.

Por otra parte, según datos del Ministerio de Turismo indica que la capacidad hotelera en hoteles de 3,4 y 5 estrellas dentro de la Ruta del Spondylus es de 14.858 con una ocupación hotelera del 80%, dando así el valor de la Capacidad Hotelera Ocupada por día de 11.886,40. Luego de aquello se realiza una multiplicación de veces al año por la capacidad hotelera ocupada por día consiguiendo un valor de 1.084.634,00 que corresponde a la oferta actual con lo cual se procede a realizar la proyección con un 4% de crecimiento en el sector hotelero.

Tabla 19. Cálculo proyección de oferta

Días	Noches	Veces al año	Capacidad Hotelera Ocupada (día)	Oferta actual
365	4	91,25	11.886,40	1.084.634,00

Año	Crecimiento	% Crecimiento
0	1.084.634,00	4
1	1.128.019,36	4
2	1.173.140,13	4
3	1.220.065,74	4
4	1.268.868,37	4
5	1.319.623,10	4

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Ministerio de Turismo.

3.3 Demanda insatisfecha

Se puede denominar cuando la necesidad no ha sido cubierta, presentándose cuando el cliente no ha podido acceder al mismo por la inexistencia del producto/ servicio o también cuando el cliente no se encuentre satisfecho.

Cabe mencionar que no existe competencia directa ya que como es un servicio que no presenta existencia actualmente se trabaja con datos basados en la demanda utilizando el porcentaje de crecimiento de 13,22 referente al sector de turismo y oferta hotelera de hoteles de 3, 4 y 5 estrellas.

Al realizar dicho cálculo se obtiene una creciente demanda insatisfecha de 1.133.051 por lo que se recomienda el incremento de números de casas rodantes por la Ruta del

Spondylus con la finalidad de cubrir necesidades y brindar una prestación innovadora que generará bienestar.

Tabla 20. Cálculo Demanda Insatisfecha

Año	Demanda proyectada	Oferta proyectada	Demanda Insatisfecha
0	2.217.685	1.084.634	1.133.051
1	2.510.863	1.128.019	1.382.844
2	2.842.799	1.173.140	1.669.659
3	3.218.617	1.220.066	1.998.551
4	3.644.118	1.268.868	2.375.250
5	4.125.870	1.319.623	2.806.247

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Ministerio de Turismo.

3.4 Marketing Mix

3.4.1 Producto

El presente servicio se presentará bajo estándares de calidad y seguridad durante el proceso de hospedaje, cubriendo las necesidades que mantengan los consumidores. Su nombre será ECUATOURISM.

Su logo tiene colores muy llamativos, siendo estos correspondientes a un sector costero, el color amarillo se asocia con sentimientos nobles como son felicidad, entusiasmo, optimismo y principalmente al astro Sol; por otra parte, los colores azul y verde en tonalidades representa armonía y serenidad, consecuentemente el verde representa esperanza y está muy conectado con la naturaleza.

Ilustración 18. Logo de la empresa



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Elaboración Propia. (Adobe Illustrator)

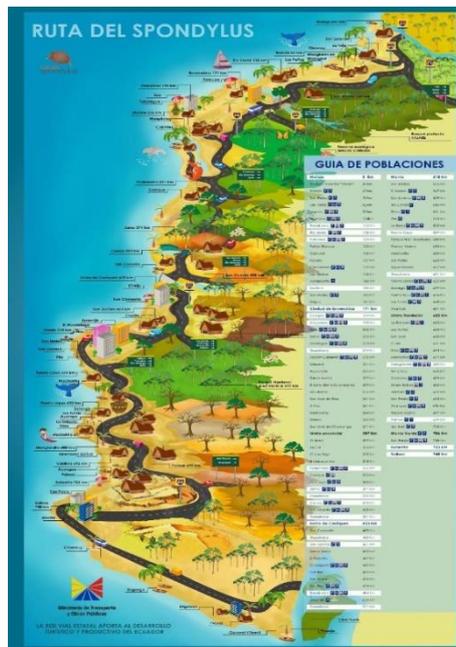
El Slogan que se manejará será:

VIVE RECORRE Y DISFRUTA
SOBRE RUEDAS.

Dicho slogan se direcciona al sentir del cliente en donde **VIVIRÁ** una nueva experiencia, **RECORRERÁ** toda la Ruta del Spondylus y **DISFRUTARÁ** de un servicio en el cual influyen diferentes factores como son: conocer nuevos destinos del Ecuador, visualizar hermosos paisajes, deleitarse de las playas que proporciona la Costa ecuatoriana, conectarse con la naturaleza y las bondades que la Ruta del Spondylus, todo esto a través del servicio de casas rodantes

El servicio principal será el hospedaje y transporte mediante las casas rodantes por la Ruta del Spondylus que consistirá en el perfil costero desde el Sur (Guayas) hasta Norte (Esmeraldas).

Figura 19 Mapa Ruta del Spondylus



Elaborado por: Ministerio de Obras Públicas

Fuente: <https://www.obraspublicas.gob.ec/mapas-turisticos/>

Dependiendo de las necesidades que el cliente mantenga se le puede entregar servicios adicionales como son: alimentación, bicicleta o conductor, que será un guía turístico, para que de esta forma el cliente pueda tener una experiencia memorable al momento de contratar la prestación.

Se dispondrá de dos casas rodantes al iniciar las gestiones, las cuales se distribuirán de la siguiente manera: una para turistas nacionales y otra para turistas extranjeras, primando siempre factores como son la calidad y servicio, al momento de entregarle el bien mueble,

éste, se encontrará listo para ser habitado y de la misma forma al ser entregado debe de estar en buenas condiciones como se establecerá dentro de las cláusulas que estipule el contrato al momento de solicitar el servicio, sean por: oficina o internet.

Dichas casas dispondrán de servicios, como son: agua potable, luz eléctrica, higiénicos, camas, aire acondicionado. Los servicios adicionales estarán establecidos por: alimentación, bicicletas, conductor y la demanda será la siguiente basándose en la encuesta, ítem #14, realizada:

Tabla 21. Demanda de servicios adicionales

Población	Alimentación (69%)	Bicicleta(13%)	Conductor (18%)
2.217.685	1.530.203	288.299	399.183

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Se puede analizar que existe un alto pedido por parte del cliente en el ítem de alimentación (1.530.203 personas), siendo un 69%, por lo que se tendrá muy presente al momento de entregar paquetes adicionales; en tanto (399.183 personas), que corresponde al 18% prefieren como opción suplementaria conductor, siendo un segundo lugar en la demanda, mientras (288.299 personas), que representan al 13%, desean bicicletas, quedando en la lista como tercera opción.

Referente a la decisión del cliente en base a los resultados obtenidos mediante la encuesta, se puede recomendar realizar un listado de menú, siendo estos en su mayoría, gastronomía típica proveniente de la Costa Ecuatoriana para que de esta manera el turista pueda degustar y conocer más del país.

Los requisitos para contratar el servicio serán:

- Ser mayor de 18 años.
- Se llenará un formulario (tanto en oficina, como en la web), de esta manera se conocerán datos básicos del cliente, y si sufriera de alguna enfermedad, debe comunicar anteriormente.
- El usuario deberá indicar el tipo de licencia de conducir que posea.
- Antes de entregar el bien al usuario, se realizará un previo chequeo para determinar el estado en el que se lo cede al cliente.
- Al momento de realizar la contratación, el futuro usuario procederá a extender un cheque de garantía o depósito en efectivo por desperfectos que puedan suscitarse en relación al mal funcionamiento por parte del cliente.
- Si la casa rodante sufre desperfectos por mala manipulación del usuario se devengará del valor que el cliente entrega como garantía, así también si incurre en un choque por parte del cliente, la reparación correrá por cuenta del usuario.
- Se especificará en el contrato que quien haga uso del servicio deberá ceñirse a la ley ecuatoriana caso contrario se responsabilizará por cualquier acto ilícito que infrinja la normativa.

- El cliente deberá entregar el bien con la cantidad de gasolina que al inicio del viaje se le otorgará. Además, cabe señalar, que todo gasto concerniente a peajes, será por cuenta del usuario, quien utilizará las instalaciones.
- Se permitirá el acceso de mascotas, bajo responsabilidad y supervisión del propietario bajo estándares de aseo y orden, usando kennels durante el viaje.
- Se permitirá el acceso de bebés y niños bajo control y vigilancia de los padres, manteniendo estándares de aseo y orden, permitiendo que se efectúe el viaje de forma adecuada; por parte del servicio se proporcionará sillas de bebés con la finalidad de otorgar seguridad.

Los paquetes turísticos serán:

Nacionales

Por Pareja

Tabla 21. Paquete turísticos para 2 personas (nacionales)

Días	Noches	Adultos
4	3	2

Días	Noches	Adultos
5	4	2

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

En familia/amigos.

Tabla 22. Paquete turístico para 4 personas (extranjeros)

Días	Noches	Adultos	Niños
5	4	2	2

Días	Noches	Adultos
4	3	4

Días	Noches	Adultos
4	3	4

Días	Noches	Adultos
5	4	4

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Extranjeros (recargo de 30%)

Los paquetes turísticos serán:

Por Pareja:

Tabla 21. Paquete turístico para 2 personas (extranjeros)

Días	Noches	Adultos
5	4	4

Días	Noches	Adultos
5	4	2

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

En familia/amigos.

Tabla 23. Paquete turístico para 4 personas (extranjeros)

Días	Noches	Adultos	Niños
5	4	2	2

Días	Noches	Adultos
4	3	4

Días	Noches	Adultos
4	3	4

Días	Noches	Adultos
5	4	4

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Las casas rodantes están elaboradas por un chasis, siendo el soporte para entregar estabilidad y por otro lado el mobiliario (cabina), dispondrá de equipamiento como son: camas, mesas de comedor, cocina empotrada, sala, sistema de aire acondicionado, calefacción, agua potable y energía, de tal manera que sea apto para ser habitada por seres humanos.

Referente al sistema de aguas residuales, se manejará tanques, en donde mediante la longitud del vehículo la capacidad aumenta, se encontrarán en un área que no afecte ni exista contacto humano; los residuos orgánicos dispondrán de un tanque independiente de aguas negras donde se manejará un aditivo que pulverice los sólidos y malos olores, cuando dicho tanque se encuentre en su máxima capacidad, se dispondrá la evacuación del mismo.

Recordando que las aguas negras son los desechos orgánicos sólidos y líquidos; por otra parte, las aguas grises son referentes a la utilización del lavaplatos, lavamanos y ducha que se pueden utilizar de hecho en el sanitario, todo depende del sistema que se maneje.

Respecto al agua potable o también llamadas aguas blancas, el tiempo de duración depende del uso que se le dé: (lavado corporal, manos, de platos, servicios higiénicos, entre otros), siendo éste un valor variable, entre 3 a 6 días aproximadamente.

Se realizará la evacuación de las aguas grises y negras con la ayuda de la empresa ADS del Ecuador, quien es un gestor calificado por el Ministerio de Ambiente, siendo su localización en Durán/ Guayaquil, dicha empresa se dedica a receptor desechos no peligrosos, los cuales se analizan mediante previa caracterización del residuo para determinar los lineamientos del proceso en base a la normativa actual. El costo por metro cubico es basado al tipo de proceso que se realice, además, se dispone de cobertura por parte de la empresa para que el proceso de eliminación de desechos pueda darse en el perfil Costero sin necesidad de visitar las plantas en Durán.

Por otra parte, la casa rodante dispondrá de indicadores, como son: de clima, aguas (aguas blancas, aguas grises y aguas negras) y grifería, se encontrarán en un tablero táctil de tipo manual, facilitando la información de niveles que mantenga el tanque al momento.

Referente a la energía, se empleará mediante un generador solar, la cual ayudará a no depender de corriente fija cuando llega el vehículo a aparcar, ya que existirán situaciones en donde no se encuentre energía, por ser sitios distantes, sin embargo, el generador eléctrico proporcionará la energía necesaria.

El equipo de aire acondicionado realizará ambas funciones como son: enfriamiento y calefacción.

A futuro se proyecta aplicar domótica a las casas rodantes, esto se plantea una vez el servicio turístico esté posicionado en el mercado Ecuatoriano y además exista la demanda para su desarrollo; dicho sistema consiste en la automatización de manera remota en la cual se pueden realizar diversas funciones, entre ellas están: encender/ apagar la casa rodante, expandir y/o contraer entregando así mayor o menor espacio para la ocasión que se requiera, encender / apagar AA/CC, control de tiempos, entre otros.

Una vez se implemente dicho sistema se le añadirá como parte del valor agregado al servicio, ya que, si el cliente desea mayor funcionalidad, el costo aumentará por el servicio que se le brindará.

Figura 20. Parte interna y externa de una casa rodante



Fuente: CAMOVICO

Figura 21. Compartimentos de la casa rodante



Fuente: CAMOVICO

3.4.2 Precio

Referente al precio se basará por comparación con países en donde ya existe dicho servicio, teniendo presente que la forma de vida y nivel económico del Ecuador es diferente, por lo que se establecerá un valor que sea conveniente y accesible para las clases sociales con las que se trabajará.

El precio estimado será de \$50 por persona correspondiente a la pernoctación en temporada baja, en temporada alta que pertenece a los meses (Junio, Julio, Agosto, Octubre, Noviembre y Diciembre) es de \$65 por persona el día para nacionales, para extranjeros, en temporada baja será de \$60 y en temporada alta será de \$75. Si la casa rodante es alquilada por dos personas, su valor por día será de \$60 (nacionales), y \$70 (extranjeros), mientras si es alquilada por 4 personas estas sean adultos o niños el valor reducirá.

Tabla 24. Precio temporadas para nacionales

Temporada	Precio Nacionales
Baja	\$50
Alta (Junio, Julio, Agosto, Octubre, Noviembre y Diciembre)	\$65

Elaborado por: Alejandra Tapia

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Tabla 25. Precio temporadas para extranjeros

Temporada	Precio Extranjeros
Baja	\$60
Alta (Junio, Julio, Agosto, Octubre, Noviembre y Diciembre)	\$75

Elaborado por: Alejandra Tapia

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Referente a niños menores de 2 años el acceso será libre, para niños será el 25% menor de la tarifa normal, siendo el valor de \$37,50 para niños que comprenden entre edades de 2 años hasta 11 años 11 meses y para extranjeros de \$45, de 7 años hasta los 17 años, el valor será normal, \$50 nacionales y \$60 extranjeros; por otra parte, para mascotas el acceso será libre con condiciones de supervisión de propietarios antes expuestas.

Se presentará un precio exclusivo para nacionales, mientras a extranjeros se incrementará un 30% del total del servicio, con la finalidad de que el turista nacional disfrute de las playas. Para la contratación mayor a los 6 días se realizará un descuento de 10% tanto para nacionales como para extranjeros.

Además, se aplicará para nacionales un plan de pago, acordado en oficinas tanto de Quito como Guayaquil, en donde al momento de proyectarse a viajar en determinada fecha, el interesado realizará abonos mensuales antes del uso del mismo, de esta manera al finalizar el pago, acorde con las fechas, se podrá hacer uso del mismo.

El valor diario por servicios adicionales se presentará con un mínimo de \$10 y máximo de \$30.

Los paquetes serán los siguientes:

Nacionales

En pareja.

Tabla 26. Precio para 2 personas (nacionales)

Días	Noches	Adultos	Costo x día	Costo Total
4	3	2	\$60	\$480

Días	Noches	Adultos	Costo x día	Costo Total
5	4	2	\$60	\$600

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

En familia/ amigos.

Tabla 27. Precio para 4 personas (nacionales)

Días	Noches	Adultos	Niños	Costo x día adulto	Tarifa bebes	Costo Total
5	4	2	2	\$50	\$0,00	\$500

Días	Noches	Adultos	Niños	Costo x día adulto	Tarifa niños 25% (2 años a 11 años 11 meses)	Costo Total
5	4	2	2	\$50	\$37,50	\$875

Días	Noches	Adultos	Costo x día	Costo Total
4	3	4	\$50	\$800

Días	Noches	Adultos	Costo x día	Costo Total
5	4	4	\$50	\$1.000

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Extranjeros (recargo de 30%)

En pareja.

Tabla 28. Precio para 2 personas (extranjeros)

Días	Noches	Adultos	Costo x día	Costo Total
4	3	2	\$70	\$560

Días	Noches	Adultos	Costo x día	Costo Total
5	4	2	\$70	\$700

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

En familia/ amigos.

Tabla 22. Precio para 4 personas (extranjeros)

Días	Noches	Adultos	Niños	Costo x día adulto	Tarifa bebes	Costo Total
5	4	2	2	\$60	\$0,00	\$600

Días	Noches	Adultos	Niños	Costo x día adulto	Tarifa niños 25% (2 años a 11 años 11 meses)	Costo Total
5	4	2	2	\$60	\$45,00	\$1.050

Días	Noches	Adultos	Costo x día	Costo Total
4	3	4	\$60	\$960

Días	Noches	Adultos	Costo x día	Costo Total
5	4	4	\$60	\$1.200

Días	Noches	Adultos	Niños	Costo x día adulto	Tarifa bebes	Costo Total
5	4	2	2	\$60	\$0,00	\$600

Días	Noches	Adultos	Niños	Costo x día adulto	Tarifa niños 25% (2 años a 11 años 11 meses)	Costo Total
5	4	2	2	\$60	\$45,00	\$1.050

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Datos obtenidos de la encuesta.

Se establecerán valores en donde si el cliente incumple con lo expuesto en el contrato, siendo estos: daños en instalaciones o del vehículo, debe ser cancelado al momento de la entrega del mismo. Además se regirá una tarifa por penalización realizándose en el caso de que el cliente contrate el servicio y no haga uso del mismo, siendo un 50% del valor total de su contratación.

3.4.3 Plaza

La oficina principal se encontrará en la ciudad de Guayaquil, sector Norte, se dispondrá de una extensión en la ciudad de Quito, sector Norte; se estima una proyección de crecimiento en el lapso de 5 años para la apertura de sucursales en localidades estratégicas como son: Manta y Cuenca, asimismo la realización de acuerdos comerciales con agencias de viajes reconocidas con el objetivo de que el que el cliente disponga de mayores opciones al momento de realizar la contratación.

El futuro cliente podrá contratar los servicios mediante el sitio web para su utilización, dicha opción, es muy conveniente para turistas extranjeros que deseen vacacionar en Ecuador, ya que desde la comodidad de casa o lugar de trabajo pueden realizar la reserva.

Referente a los pagos por vía web se mantendrá un software confiable para que el cliente pueda cancelar el servicio mediante diferentes formas de pago, como son: tarjetas de débito, crédito y Pay Pal, una vez debitado el valor que concierne al servicio se le entregará un comprobante al correo personal del cliente, con la finalidad de brindar confianza y seguridad por la transacción realizada.

Para nacionales y extranjeros los puntos de encuentro se realizarán en la Provincia del Guayas, Playa Villamil Playas, en donde se encontrará personal capacitado que realice las gestiones, justificando con el comprobante que el cliente recibe al momento de contratar el servicio, siendo así el inicio de su excursión y al regreso basándose en los horarios, puntos de encuentro y condiciones acordadas, el bien mueble será entregado.

3.4.4 Publicidad y promoción.

Se realizarán campañas de publicidad por diferentes vías, pero siempre primando medios web, con la finalidad de que el cliente potencial conozca y recuerde la marca, los colores y slogan de ECUATOURISM, para posterior mantener un contacto comercial se realizará fidelización a los usuarios que sean constantes en su contratación, como por ejemplo: descuentos en fechas especiales, siendo así, cumpleaños, aniversarios, por referenciar el servicio, por ser cliente frecuente, además de la entrega de cupones en diferentes restaurantes de la Ruta del Spondylus como: Selvamar, Ruta 66, Mar y Tierra con descuentos del 5% para que de esta manera puedan disfrutar de beneficios mientras se encuentran en la excursión.

Los descuentos que se manejarán serán los siguientes:

Tabla 29. Descuentos

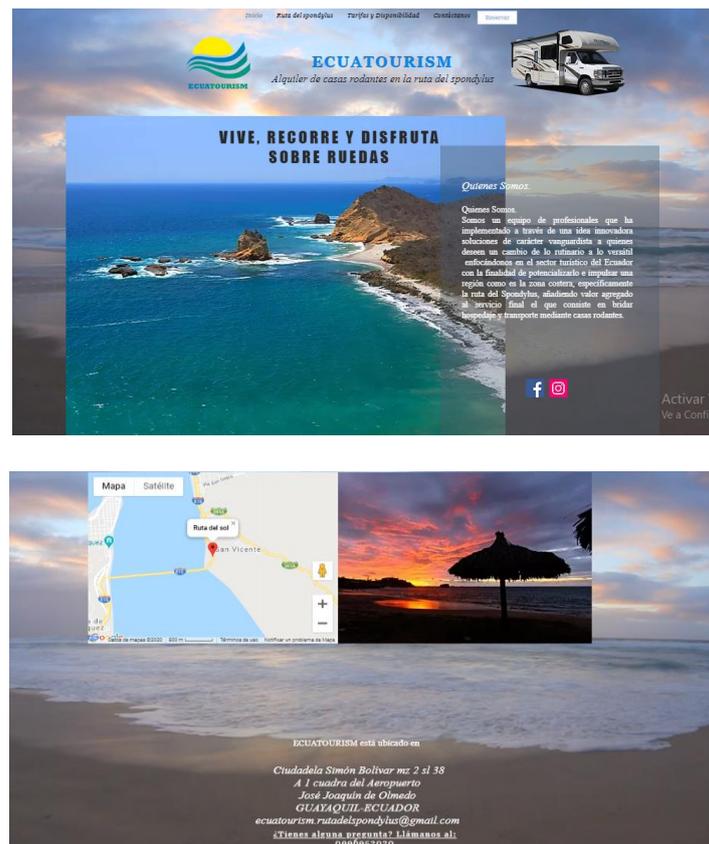
Cumpleaños	Aniversario	Por referenciar el servicio con efectividad	Cliente frecuente	Cupones de descuentos
5%	8%	10%	15%	5%

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: Propia.

Se realizarán mediante estrategias comerciales, estén sean tanto físicas, como digitales, con el fin de incrementar el número de nuevos clientes a la empresa.

Figura 22. Página web modo computadora



Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: www.wix.com

Figura 23. Página web modo móvil



Reservar

ECUATOURISM
Alquiler de casas rodantes en la ruta del spondylus

La Ruta Spondylus

Es un recorrido por algunos de los paisajes más atractivos de Ecuador. Un itinerario de multisensaciones y experiencias en las distintas opciones de turismo que van desde el sol y la playa, al turismo cultural-arqueológico, artesanías, gastronomía, ecoturismo y turismo de naturaleza, deportes y aventura, agroturismo, etc. La Ruta del Spondylus recorre los paraísos marinos del Ecuador, desde los bosques nublados al noroeste de Quito hasta Guayaquil por las costas de Esmeraldas, Manabí y Guayas.

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: www.wix.com

Figura 24. Página de Facebook

The image shows two screenshots of the Facebook page for 'Ecuatourism'. The top screenshot displays the page header with the name 'Ecuatourism' and navigation options like 'Inicio', 'Buscar amigos', and 'Crear'. The profile picture is a logo with a sun and waves. The cover photo features a white motorhome on a road with the text 'VIVE RECORRE Y DISFRUTA SOBRE RUEDAS' and 'SERVICIO TURISTICO DE CASAS RODANTES EN LA RUTA DEL SPONDYLUS'. Below the cover photo is a 'Citas disponibles' (Available appointments) calendar for 'Jue, 13 feb' with slots from 8:30 to 14:00. A 'Reservar' button and 'Enviar mensaje' link are visible. The bottom screenshot shows a post from 'Ecuatourism' with the text 'Servicio de alquiler casas rodantes por la Ruta del Spondylus. Contactanos: 0996952020.' and a graphic with the text 'VIVE RECORRE Y DISFRUTA SOBRE RUEDAS.' and an illustration of a motorhome. The right sidebar includes 'Transparencia de la página', 'Páginas relacionadas', and language settings.

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: www.wix.com

Ecuatourism
 @CASASRODANTESENLA
 RUTASPONDYLUS

Inicio
 Opiniones
 Fotos
 Publicaciones
Información
 Comunidad
 Crear una página

Información

HORARIO
 Siempre abierto

INFORMACIÓN DE LA EMPRESA

Información de la empresa
 Rango de precios €€€

INFORMACIÓN DE CONTACTO

Llamar 099 695 2020
 m.me/CASASRODANTESENLARUTASPONDYLUS
 ecuatourism.rutadelspondylus@gmail.com
 https://ecuatourismcasas.blogspot.com
 https://instagram.com/alquiler.casarodante.spondylus?igshid=ziukpoq0lkh

MÁS INFORMACIÓN

Información
 Somos un equipo de profesionales que ha implementado a través de una idea innovadora soluciones de carácter vanguardista a quienes deseen un cambio de lo rutinario a lo versátil enfocándonos en el sector turístico del Ecuador.

Productos
 Servicios de alquiler de casas rodantes ubicados en la Ruta del Spondylus.

Alquiler de casas vacacionales

Activar Windows

Elaborado por: Alejandra Tapia Z.

Fuente: <https://www.facebook.com/>

Capítulo IV

4 Conclusiones Y Recomendaciones

4.1 Conclusiones

- El estudio de mercado para la creación de casas rodantes en la Ruta del Spondylus ayuda al crecimiento económico y turístico planteado a mediano y largo plazo, de tal manera, que se crean oportunidades para toda la población así mismo cubrir las necesidades del consumidor.
- Según los datos obtenidos y tabulados de las encuestas planteadas a 384 entre naciones y extranjeros, tiene una aceptación del 100%, según el estudio de mercado, lo que demuestra que la demanda del consumidor sería satisfactoria, llegando a tener un lugar dentro del mercado turístico.
- Se ha considerado el precio según el estudio de mercado, para que sea adquirido por personas de clase alta y clase media, sean estos turistas nacionales o extranjeros; sin dejar de lado a posibles y futuros consumidores del servicio.
- Según los datos obtenidos dentro del estudio de mercado la utilización del servicio de casas rodantes en la Ruta del Spondylus estaría planteada como un viaje familiar o entre amigos, optando así por su servicio innovador.

4.2 Recomendaciones

- Se recomienda complementar el presente tema realizando un estudio de factibilidad para conocer todas sus fases mediante herramientas de tipo administrativo que favorecerá a su desarrollo, además de ayudar a la toma de decisiones y posteriormente su puesta en marcha.
- Se recomienda incrementar el número de casas rodantes para cubrir con la demanda insatisfecha actual y de tal manera brindar soluciones a las necesidades existentes de los clientes.
- Se recomienda revisar los valores del mercado con la finalidad de generar ofertas por temporadas las mismas que aumentarían la demanda y así el flujo de consumidores, beneficiando a ambas partes incluso a la economía y desarrollo turístico del país.
- Diseñar y proponer planes vacacionales donde incluyan servicios adicionales, los mismos que se pueden llevar a cabo gracias a alianzas estratégicas para acaparar más el mercado y reducir costos.

Bibliografía

- Arias, F. (2012). *Introducción a la metodología científica*. Caracas - República Bolivariana de Venezuela: EDITORIAL EPISTEME, C.A.
- Baca, G. (2010). *Evaluación de Proyectos*. México: Interamericana Editores S.A. Obtenido de Academia.edu.
- Baca, G. (2015). Obtenido de Repositorio Académico: http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Bernal, C. (2010). *Metodología de la investigación*. Colombia: PEARSON EDUCACIÓN.
- Coria, D. (2008). Estudio de Impacto Ambiental. *Estudio de Impacto Ambiental característica y metodología*.
- D'Ancona, María. (2012). *Fundamentos y aplicaciones en metodología cuantitativa*. Madrid: Editorial Síntesis.
- Ecuavisa. (26 de Septiembre de 2017). *Ecuador Turístico*. Obtenido de <https://www.ecuavisa.com/articulo/noticias/actualidad/323596-ecuador-turistico-cifras-datos-que-debes-saber>.
- Gabriel, B. (s.f.). *Repositorio Académico*. Obtenido de http://www.ucipfg.com/Repositorio/MIA/MIA-01/BLOQUE-ACADEMICO/Unidad2/lecturas/Capitulo_del_Estudio_Tecnico.pdf
- Huerta, I. (26 de Enero de 2016). *EL ESTUDIO DE MERCADO EN LAS EMPRESAS*. Obtenido de <http://www.nube.villanett.com/2016/01/26/estudio-de-mercado-en-las-empresas/>
- Kotler Philip, B. P. (2004). *El Marketing de Servicios Profesionales*. Paidós Ibérica S.A.
- Kotler, P. (2001). *Marketing Análisis, planificación e implementación*. Nueva Jersey: Prentice Hall Edition.
- Luna, R. (2001). En *Guía para elaborar estudios de factibilidad de proyectos ecoturísticos*. Guatemala.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
- Malhotra, N. (2004). *Investigación de mercados*. México: Pearson Educación.
- Martínez Roldan, A. (2009). *Temas de Estadística Práctica, recogida, tabulación y organización de datos*. Mexico: McGraw Hill.
- Ministerio de Turismo. (2018). *Turismo en cifras*. Obtenido de <https://servicios.turismo.gob.ec/turismo-cifras>
- Ministerio de Turismo. (04 de Febrero de 2019). *Ministerio de Turismo* . Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuadoriano-crecio-un-11-en-2018/>
- Ministerio de Turismo. (04 de Febrero de 2019). *El turismo ecuatoriano creció un 11% en 2018*. Obtenido de <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-ecuadoriano-crecio-un-11-en-2018/>
- Monferrer, D. (2013). Marketing. En *Fundamentos del Marketing*.

Orjuela, S. &. (Diciembre de 2002). *Guia de estudio de mercado*. Obtenido de https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/46902261/guia-del-estudio-de-mercados-para-la-evaluacion-de-proyectos.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DGuia_del_estudio_de_mercados_para_la_eva.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-A

Santos, T. (Noviembre de 2008). *Eumend*. Obtenido de <http://www.eumed.net/ce/2008b/tss.htm>

William, M. J. (1997). *Marketing* (UNDECIMA EDISION ed.). ESPAÑA: McGraw-Hill.

ANEXOS

Encuesta planteada a turistas (español)



ENCUESTA.

El objetivo de la presente encuesta es determinar la demanda para la creación de una empresa de alquiler de casas rodantes en la ruta del Spondylus.

La misma tiene fines académicos, por lo que se le solicita responda con la mayor veracidad posible.

INFORMACIÓN GENERAL:

Edad: 18 a 28 29 a 39 40 a 50 51 a 61 62 a 68

Género: Hombre Mujer

Nacionalidad: Ecuatoriano Colombiano Norteamericano

Europeo (cuál) Otros (cuál)

1. Está visitando la ruta del Spondylus por:

Turismo
 Trabajo
 Otros (cuál)

2. Es la primera vez que visita la ruta del Spondylus?

Si
 No

3. Normalmente con quien viaja?

Esposo/a
 Familia
 Amigos
 Otros (cuál)

4. Dónde se hospeda?

Hotel Hilton Colon
 Hotel Decameron
 Hotel Wyndham
 Hotel Manglar Alto
 Hotel Hilton Colon

- Hotel Decameron
- Hotel Wyndham
- Hotel Manglar Alto
- Palmira Inn
- El Marqués
- Perla Spondylus
- Rc Tonsupa
- Perla verde
- El Marinero
- Ummagumma
- Otros (cuál)

5. Qué le parece el tipo de hospedaje que ofrecen en Ecuador?

- Muy bueno
- Bueno
- Regular
- Deficiente

6. Cuánto cancela diariamente por el hospedaje de una persona?

- \$20 a \$50
- \$51 a \$70
- \$71 a \$100
- Más de \$100

7. Le gustaría tener un servicio de casa rodante en la cual se pueda movilizar por la ruta del Spondylus?

- Si
- No

8. De qué forma recorre la ruta del Spondylus?

- Carro particular.
- Bicicleta.
- Bus.

9. Tiene conocimiento de lo que es una casa rodante?

- Si
- No

10. Oportaría por un servicio que le brinde hospedaje, transporte y comodidades necesarias (luz/agua/servicios higiénicos/aire acondicionado/calefacción/ mobiliario pertinente) en una prestación para visitar la ruta del Spondylus?

- Si
- No
- Otros (cuál)

11. Cuánto tiempo utilizaría los servicios de la casa rodante?

- De 2 a 3 días.
- De 4 a 6 días.
- De 7 días en adelante.

12. Entre los siguientes servicios adicionales le gustaría disponer?

- Bicicleta.
- Alimentación.
- Conductor.
- Otros (cuál)

13. Qué costo cancelaría por persona, correspondiente a un día con todas las comodidades que le brinde la casa rodante?

- \$20 a \$50
- \$51 a \$70
- \$71 a \$100
- Más de \$100

14. Por qué medios desearía contratar los servicios de casas rodante?

15. Oficina.
16. Internet.
17. Llamadas (Contact Center).
18. Agencia turística.



Encuestas planteadas a turistas (Inglés)



**INSTITUTO TECNOLÓGICO SUPERIOR
HONORABLE CONSEJO PROVINCIAL DE
PICHINCHA**

SURVEY.

The main target of the present survey is determining the request for creation of a company dedicated to rent mobile home on "The Spondylus Route".
This survey was done with scholar objectives, for the same reason we ask you to answer as true as possible.

GENERAL INFORMATION:

Age: 18 to 28 29 to 39 40 to 50 51 to 61 62 to 68

Genre: Male Female

Nationality: Ecuadorian Colombian North American
European (specify) Other (specify)

1. You are visiting Spondylus Route for:

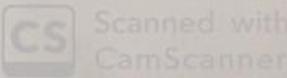
Tourism
Job
Other (specify)

2. Is this the first time you visit The Spondylus Route?

Yes
No

3. Who do you usually travel with?

Spouse
Family
Friends
Other (specify)



4. Where do you stay?

- Hotel Hilton Colon
Hotel Decameron
Hotel Wyndham
Hotel Manglar Alto
Palmira Inn
El Marqués
Perla Spondylus
Rc Tonsupa
Perla verde
El Marinero
Ummagumma
Other (Specify)

5. What do you think about hotel services in Ecuador?

- Very Good
Good
Regular
Bad

6. How much do you pay daily for one person's room?

- \$20 to \$50
\$51 to \$70
\$71 to \$100
More than \$100

7. Would you like a mobile home service to be able to move through The Spondylus Route?

- Yes
No

8. How do you move through The Spondylus Route?

- Your own car.
Bicycle.
Bus.



9. Do you really know a mobile home?

Yes

No

10. Would you like a service that gives lodging, transport and necessary facilities (electricity/water/toilets/air conditioned/heater/ corresponding room) in only one service to visit The Spondylus Route?

Yes

No

11. How long would you use mobile home services?

2 to 3 days

4 to 6 days

More than one week.

12. Which one of these services would you like to be included?

Bicycle.

Food.

Driver.

Other (specify)

13. How much would you pay for one day and each person with all facilities included in mobile home?

\$20 to \$50

\$51 to \$70

\$71 to \$100

More than \$100

14. How would you like to hire mobile home services?

Office

Internet.

Call Center

Tourist Agency



Figura 25. Panel táctil para saber los niveles de: grifería, aguas (blancas, grises, negras).



Fuente: CAMOVICO

Proforma con especificaciones técnicas de casas rodantes.



Implementación de sistema de domótica para tráiler.

ESPECIFICACIONES TECNICAS:

- Acceso biométrico por huella dactilar
- Persianas de apertura electromecánica
- Iluminación automática en áreas comunes, iluminación asistida por aplausos en la habitación y control digital de intensidad luminica independiente
- Indicador de datos climáticos de la zona
- Indicador automático de ruta seguida por el tráiler
- Control – Indicador de Nivel de tanque de agua
- Control automático de grifería
- Dosificación automática de ducha
- Cámaras infrarrojas Wi-Fi
- Iluminación exterior en parte frontal, laterales y trasera del tráiler
- Tráiler estructurado en lámina galvanizada de alta durabilidad y de alta resistencia a impactos

DIMENSIONES

- Longitud del piso 27'8"
- Longitud total 29'05"
- Angulo de giro 28°
- Ancho exterior 7,05"
- Altura interior 6,5"
- Peso Seco Bruto 7850 Lbs.
- Tanque de Agua 34 Galones
- Capacidad de Carga de Carga 3100 Lbs.
- GVWR 9950 Lbs.
- GAWR 5200 Lbs. Por eje
- Tamaño de las cubiertas ST225 / 75R15 LRE
- Capacidad de Dormir 5
- Tanque fresco 110 galones
- Tanque Gris 50 Galones
- Tanque Negro 50 Galones
- Nevera Refrigerador de 2 vías 6 pies cúbicos
- Propano 3-5 galones de tanques
- Hornos microondas

camovico2009@gmail.com
 Casa Móvil de Colombia
[Facebook.com/casamovildecolombia](https://www.facebook.com/casamovildecolombia)
 Calle 1 N° 14 -87 barrio san Rafael Bucaramanga Santander, Colombia
www.CasaMovildeColombia.com

Fuente: CAMOVICO

Proforma con utilización de domótica.

CARROCERIA CAMOVICO SOBRE CHASIS (por definir)
BODEGAS SEMIPASANTES CON GENERADOR
ELECTRICO CUMMINS/ DOMOTICA

FICHA TECNICA

PARTES	DESCRIPCION
ESTRUCTURA	Tubería cerrada estructural, galvanizada exterior e interiormente DE 80 micras, soldada (SOLDADURA MIG) y protegida con pintura anticorrosiva. Liviana, de alta resistencia al impacto y al vuelco lo que aporta seguridad activa a la vida de los pasajeros, al conductor y vida útil del carro. Facilidad de acceso a las partes mecánicas.
DIMENSIONES Y PESO	Longitud total exterior: 8050 mm / 8075 mm Ancho exterior: 2350 mm. Altura exterior: 3000 mm sin equipo de aire. Altura libre interna: 1800 mm. Ancho libre del pasillo: 350mm. Peso Total de Carrocería 2715 Kg
AISLAMIENTO TERMO-ACUSTICO	En material de poliuretano inyectado en piso, laterales y techo que absorbe las vibraciones y logra un alto aislamiento térmico.
CUBIERTA EXTERIOR	Casco frontal y posterior en fibra de vidrio reforzado. Laminado lateral modulado en lámina de aluminio pegada. Techo en fibra de vidrio reforzada y pegada, en una sola pieza lo que garantiza total impermeabilidad.
MALETEROS SEMIPASANTES	Bodegas SEMIPASANTES, terminados en lámina alfajor aluminio, volumen 4.60 m3 Puertas livianas resistentes, estructura de aluminio y tablero de fibra de vidrio reforzado. Mecanismo de apertura pantografica hacia arriba que permite facilidad de manejo. Sistema de cierre hermético que garantiza seguridad y perfecto ajuste e impermeabilidad.
CLARABOYAS	Dos, convertibles en salida de emergencia, con flujo de aire natural para su renovación continúa en el habitáculo de los pasajeros.
	Pantográfica, accionada por mecanismo electro neumático, con sistema de

Fuente: CAMOVICO

PARTES	DESCRIPCION
PUERTA PRINCIPAL	sensibilidad que impide que los pasajeros puedan ser atrapados cuando ésta se cierra. Sistema de apertura de emergencia que se acciona desde el interior o el exterior.
ESPEJOS EXTERIORES	Retrovisores de dos lunas, de diseño moderno aerodinámico.
PINTURA	Pintura en Poliuretano de alto brillo y durabilidad con los colores básicos de la empresa.
AREA DE CONDUCCIÓN	Asiento del conductor con Graduación del peso corporal y amortiguación, lo que disminuye en alto grado el cansancio físico del conductor. Reclinación, elevación y desplazamiento adelante y atrás. Consola de Mandos de fácil acceso de diseño moderno. Cortinas parasol enrollables, con banda opaca. Desempañadores del vidrio parabrisas, por aire forzado. Asiento del auxiliar abatible y cierre automático.
AMOBLIAMIENTO INTERNO	<ul style="list-style-type: none"> - Cocina (totalmente equipada, nevera, setufa de tres puestos, campana extractora,microondas dos tv led 32 pulgadas, sala,comedor de 4-6 plazas, aire acondicionado, calefacción, Baño (ducha,lavamanos y sanitario) - Alcoba principal cama doble, closet,mesas de noche. - Camarote - Sofá cama doble
SILLAS	Ancho del asiento 450 mm, Ancho libre para dos (2) personas 900 mm. Tapizado de gran lujo en pana. Cojín de asiento y espaldar en espumas de poliuretano súper ergonómico para un mayor confort. Descansa brazos en piel integral, abatible en el pasillo. Reclinación del espaldar multiposicional con mecanismo de resorte a gas que permite cualquier ángulo de reclinación. Tipo coche cama medidas normalizadas con sistema de Riel de fácil modulación, para mayor o menor número de viajeros.
ACABADOS INTERNOS	Laterales en aluminio, tapizados en hule. Cubre postes en ABS termo formado. Excelente decorado con techo tapizado.
INSTALACIONES ELECTRICAS	Alumbrado interior fluorescente de 40W, en dos circuitos. Luz azul tenue – de crucero. Conjunto Óptico marca Hella de fabricación alemana incluye faros delanteros Redondos, de última generación que ofrecen una excelente iluminación de la

Fuente: CAMOVICO.

<i>PARTES</i>	<i>DESCRIPCION</i>
VIDRIOS	Un Parabrisas Delantero de seguridad panorámicos, en vidrio laminado.
REPUESTOS	Piezas originales producidas de manera homologada para facilidad de recambio.

ESPECIFICACIONES TECNICAS DOMOTICA:

- Acceso biométrico por huella dactilar
- Persianas de apertura electromecánica
- Iluminación automática en áreas comunes, iluminación asistida por aplausos en la habitación y control digital de intensidad lumínica independiente
- Indicador de datos climáticos de la zona
- Indicador automático de ruta seguida por el tráiler
- Control – Indicador de Nivel de tanque de agua
- Control automático de grifería
- Dosificación automática de ducha
- Cámaras infrarrojas WiFi
- Iluminación externa en parte frontal, laterales y trasera del tráiler
- Control de clima interior
- Sistema de Sonido Independiente
- Slide de almacenamiento de tv

Fuente: CAMOVICO.

Presentación de servicios.



Hurtado #212 y Machala 1er Piso - (04) 2324612
 (04) 2326453 - info@ads-ecuador.com

Estimado Cliente

Reciba nuestro más sincero saludo de parte de ADS del ECUADOR S.A., nuestra empresa está dedicada al servicio de Gestión Ambiental y contamos con experiencia de más de 10 años en el mercado nacional.

Nuestra labor consiste en realizar una Gestión Integral: Retirar, Transportar, Remediar y realizar la Disposición Final de DESECHOS INDUSTRIALES PELIGROSOS, NO PELIGROSOS Y ESPECIALES, MERCADERÍAS DE ADUANA como Gestor Ambiental Autorizado por el Ministerio de Ambiente.

Elaboramos manifiestos y certificados de nuestras gestiones, de acuerdo a lo ordenado por el MAE (Ministerio del Ambiente del Ecuador), también brindamos servicio de ASesoría TÉCNICA Y CAPACITACIÓN relacionados al manejo de desechos industriales.

Adjuntamos información de ADS del Ecuador S.A. - Gestor Autorizado de Desechos y le invitamos a ingresar a nuestra página web www.adsdecuador.com.

- Resoluciones otorgadas por el Ministerio del Ambiente:
 - # 019 Resolución del Sistema de Incineración
 - # 087 Planta de tratamiento de desechos contaminados
 - # 226327 Registro Ambiental Desechos No peligrosos
 - # 1536 Transporte de desechos Peligrosos, Especiales y No peligrosos

Lista de algunos de nuestros Clientes



Ing. Annabelle Baque L.
 (04) 2324612 - 0984862447
ventas@ads-ecuador.com
info@ads-ecuador.com

www.ads-ecuador.com

Fuente: ADS.

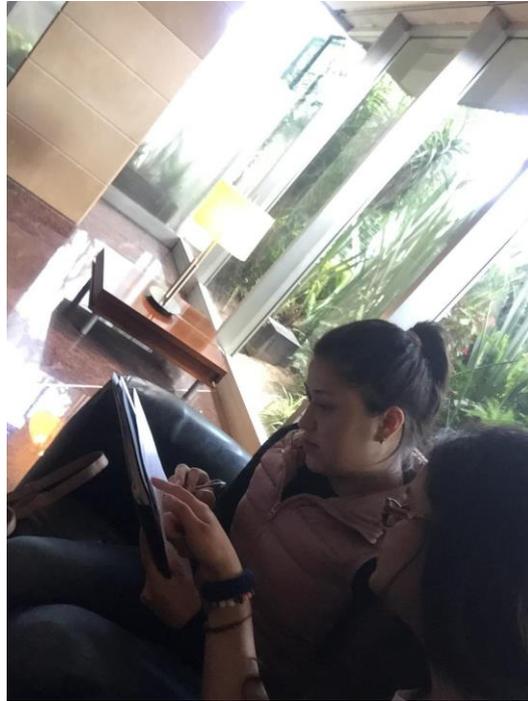
Fotos que certifican la gestión en etapa de implementación de cuestionario.



Fuente Elaboración propia



Fuente Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente Elaboración propia.