



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ALQUILER DE CASAS
MÓVILES CON FINES TURÍSTICOS EN LA PROVINCIA DE
CHIMBORAZO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN ECOTURISMO

AUTORA:

JOSSELIN CORALY CUJILEMA ZÚÑIGA

Riobamba – Ecuador

2021



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

**ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ALQUILER DE CASAS
MÓVILES CON FINES TURÍSTICOS EN LA PROVINCIA DE
CHIMBORAZO**

Trabajo de Integración Curricular

Tipo: Proyecto Técnico

Presentado para optar al grado académico de:

INGENIERA EN ECOTURISMO

AUTORA: JOSSELIN CORALY CUJILEMA ZUÑIGA

DIRECTOR: Ing. EDUARDO ANTONIO MUÑOZ JÀCOME

Riobamba – Ecuador

2021


© 2021, Josselin Coraly Cujilema Zúñiga

Se autoriza la reproducción total o parcial, con fines académicos, por cualquier medio o procedimiento, incluyendo cita bibliográfica del documento, siempre y cuando se reconozca el Derecho del Autor.

Yo, JOSSELIN CORALY CUJILEMA ZÚÑIGA, declaro que el presente Trabajo de Integración Curricular es de mi autoría y los resultados del mismo son auténticos. Los textos en el documento que provienen de otras fuentes están debidamente citados y referenciados.

Como autora asumo la responsabilidad legal y académica de los contenidos de este Trabajo de Integración Curricular; el patrimonio intelectual pertenece a la Escuela Superior Politécnica de Chimborazo.

Riobamba, 23 de agosto de 2021


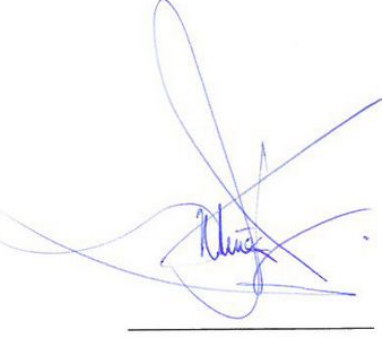



Josselin Coraly Cujilema Zúñiga

0604182170

ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DE CHIMBORAZO
FACULTAD DE RECURSOS NATURALES
CARRERA TURISMO

El Tribunal del Trabajo de Integración Curricular certifica que: El Trabajo de Integración Curricular; tipo: Proyecto Técnico, **ESTUDIO DE FACTIBILIDAD PARA EL ALQUILER DE CASAS MÓVILES CON FINES TURÍSTICOS EN LA PROVINCIA DE CHIMBORAZO**, realizado por la señorita: **JOSSELIN CORALY CUJILEMA ZÚÑIGA**, ha sido minuciosamente revisado por los Miembros del Trabajo de Integración Curricular, el mismo que cumple con los requisitos científicos, técnicos, legales, en tal virtud el Tribunal Autoriza su presentación.

	FIRMA	FECHA
Ing. Nancy Patricia Tierra Tierra PRESIDENTE DEL TRIBUNAL		2021-08-23
Ing. Eduardo Antonio Muñoz Jácome DIRECTOR DEL TRABAJO DE INTEGRACIÓN CURRICULAR		2021-08-23
Ing. Sandra Patricia Miranda Salazar MIEMBRO DEL TRIBUNAL		2021-08-23

DEDICATORIA

A la memoria de mi ángel eterno, mi hermana Andrea Micaela, quien desde el cielo ha derramado bendiciones en mi etapa universitaria. Sé que me sonrías con mucho orgullo desde el paraíso.

A mi esfuerzo, dedicación y perseverancia en el desarrollo del presente trabajo, tras vencer retos humanos, personales y familiares.

Con amor.

Josselin

AGRADECIMIENTO

Agradezco con el alma a mi padre celestial por la vida, la fe y el amor que llena mi corazón.

Mi agradecimiento infinito a mis padres, Julio Enrique Cujilema y Mariana Azucena Zúñiga, por ser los principales promotores de mis sueños, por confiar y creer en mis expectativas, por los consejos, valores y principios que me han inculcado.

Para finalizar, agradezco a mis tutores, Ing. Eduardo Muñoz e Ing. Sandra Miranda, quienes con sus conocimientos han sido los principales formadores de mis ideas.

Josselin

TABLA DE CONTENIDO

ÍNDICE DE TABLAS.....	x
ÍNDICE DE FIGURAS.....	xii
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	xiii
ÍNDICE DE ANEXOS.....	xiv
RESUMEN.....	xv
ABSTRACT.....	xvi
INTRODUCCIÓN.....	1

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA.....	4
1.1. Antecedentes.....	4
1.2. Objetivos.....	5
1.2.1. Objetivo general.....	5
1.2.2. Objetivos específicos.....	5

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA.....	6
2.1. Estudio de factibilidad.....	6
2.2. Estudio de mercado.....	6
2.3. Estudio técnico productivo.....	7
2.4. Estudio administrativo legal.....	7
2.5. Estudio ambiental.....	8
2.6. Estudio económico financiero.....	8
2.7. Casa móvil.....	9
2.7.1. <i>Historia</i>	9
2.7.2. <i>Tipos de casas móviles</i>	11
2.7.2.1. <i>Clase A</i>	12
2.7.2.2. <i>Clase C</i>	13
2.7.2.3. <i>Clase B</i>	14

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO.....	16
----------------------------	----

CAPÍTULO IV

4.	RESULTADOS	18
4.1.	Viabilidad comercial	18
4.1.1.	<i>Demanda actual</i>	18
4.1.1.1.	<i>Cálculo de la demanda actual</i>	19
4.1.1.2.	<i>Cálculo de la demanda futura</i>	19
4.1.2.	<i>Participación en el mercado</i>	20
4.1.3.	<i>Cálculo de la demanda futura para destinos</i>	21
4.1.4.	<i>Análisis de la demanda</i>	21
4.1.4.1.	<i>Universo</i>	21
4.1.4.2.	<i>Muestra</i>	21
4.1.4.3.	<i>Técnica</i>	22
4.1.4.4.	<i>Instrumento de investigación</i>	22
4.1.4.5.	<i>Análisis de los resultados</i>	22
4.1.4.6.	<i>Perfil de los potenciales clientes</i>	33
4.1.5.	<i>Plan mercadotécnico</i>	33
4.1.5.1.	<i>Canal de distribución</i>	33
4.1.5.2.	<i>Imagen corporativa</i>	33
4.1.6.	<i>Presupuesto del área comercial</i>	39
4.1.6.1.	<i>Talento humano</i>	39
4.1.6.2.	<i>Activos fijos</i>	41
4.1.6.3.	<i>Activos diferidos</i>	42
4.1.6.4.	<i>Materiales e insumos</i>	42
4.2.	Viabilidad técnica – productiva	43
4.2.1.	<i>Localización del proyecto</i>	43
4.2.1.1.	<i>Macro localización</i>	43
4.2.1.2.	<i>Micro localización</i>	43
4.2.2.	<i>Tamaño del proyecto</i>	45
4.2.2.1.	<i>Capacidad operativa</i>	45
4.2.2.2.	<i>Consumo aparente</i>	45
4.2.3.	<i>Diseño arquitectónico</i>	46
4.2.3.1.	<i>Planta arquitectónica de las áreas</i>	46
4.2.3.2.	<i>Planta arquitectónica de la casa móvil.</i>	46
4.2.4.	<i>Proceso productivo</i>	48
4.2.4.1.	<i>Fundamentación teórica del proceso productivo</i>	48
4.2.4.2.	<i>Proceso productivo del alquiler de casas móviles</i>	48

4.2.4.3.	<i>Representación del flujo de producción del servicio de transporte.</i>	49
4.2.4.4.	<i>Descripción del proceso productivo de alquiler de casas móviles de “C.Z Tours”.</i>	50
4.2.5.	<i>Presupuesto del área productiva</i>	57
4.2.5.1.	<i>Talento humano</i>	57
4.2.5.2.	<i>Activos fijos</i>	59
4.2.5.3.	<i>Activos diferidos</i>	60
4.3.	Manual de buenas prácticas para el uso de casas móviles	60
4.3.1.	<i>Aspectos a considerarse</i>	61
4.3.1.1.	<i>Ambiente</i>	61
4.3.1.2.	<i>Salud</i>	61
4.3.1.3.	<i>Seguridad vehicular</i>	62
4.3.1.4.	<i>Mantenimiento</i>	63
4.3.1.5.	<i>Comportamiento al conducir (actitud al conducir)</i>	64
4.3.1.6.	<i>Otros aspectos</i>	65
4.4.	Tipo de empresa u organización a crearse en base al marco legal ecuatoriano	66
4.4.1.	<i>Marco Legal del Transporte Terrestre Turístico</i>	67
4.4.1.1.	<i>Constitución de la República del Ecuador</i>	67
4.4.1.2.	<i>Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial</i>	67
4.4.1.3.	<i>Reglamento de Transporte Terrestre Turístico</i>	68
4.4.2.	<i>Presupuesto del área administrativa</i>	72
4.4.2.1.	<i>Talento humano</i>	72
4.4.2.2.	<i>Activos fijos</i>	74
4.4.2.3.	<i>Activos diferidos</i>	75
4.4.2.4.	<i>Materiales e insumos</i>	75
4.4.3.	<i>Formulación filosófica y estratégica de la hostería</i>	76
4.4.3.1.	<i>Misión</i>	76
4.4.3.2.	<i>Visión</i>	76
4.4.3.3.	<i>Políticas</i>	76
4.4.3.4.	<i>Valores</i>	76
4.5.	Rentabilidad económica – financiera	77
4.5.1.	<i>Análisis económico</i>	77
4.5.1.1.	<i>Inversión del proyecto</i>	78
4.5.1.2.	<i>Usos y fuentes de financiamiento</i>	78
4.5.1.3.	<i>Financiamiento del proyecto</i>	79
4.5.1.4.	<i>Depreciación de activos fijos</i>	80
4.5.1.5.	<i>Amortización de activos diferidos</i>	80
4.5.1.6.	<i>Estructura de costos y gastos</i>	80

4.5.1.8.	<i>Punto de equilibrio</i>	82
4.5.1.9.	<i>Estado de resultados</i>	83
4.5.2.	<i>Análisis financiero</i>	84
4.5.2.1.	<i>Cálculo del periodo de recuperación del capital</i>	84
CONCLUSIONES		86
RECOMENDACIONES		87
GLOSARIO		
BIBLIOGRAFÍA		
ANEXOS		

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1-4:	Número de turistas que arriendan casas móviles Norte América, al año 2019... 18
Tabla 2-4:	Número de turistas que arriendan casas móviles en Sur América, al año 2019... 18
Tabla 3-4:	Número de turistas que arriendan casas móviles en Europa, al año 2019. 18
Tabla 4-4:	Número de turistas que arriendan casas móviles en Oceanía, al año 2015. 18
Tabla 5-4:	Número de turistas que arriendan casas móviles en Sur América, al año 2019... 19
Tabla 6-4:	Demanda futura por clientes. 20
Tabla 7-4:	Consideraciones para el cálculo de la participación en el mercado. 20
Tabla 8-4:	División de la demanda futura entre un año comercial. 20
Tabla 9-4:	Regla de tres para determinar la participación en el mercado. 20
Tabla 10-4:	Regla de tres para determinar la demanda futura en base a la participación en el mercado. 21
Tabla 11-4:	Regla de tres para determinar la demanda futura diaria en base a la participación en el mercado. 21
Tabla 12-4:	Género de los encuestados 22
Tabla 13-4:	Edad de los encuestados. 23
Tabla 14-4:	Ciudad de procedencia 24
Tabla 15-4:	Aceptación del servicio. 25
Tabla 16-4:	Tiempo de alquiler de la casa móvil. 26
Tabla 17-4:	Días de viaje en la casa móvil. 27
Tabla 18-4:	Número de acompañantes. 27
Tabla 19-4:	Número de veces al año para alquilar las casas móviles. 28
Tabla 20-4:	Valor diario que pagan en alimentación en un viaje turístico. 29
Tabla 21-4:	Valor diario que pagan en hospedaje en un viaje turístico. 30
Tabla 22-4:	Valor diario que pagan en transporte en un viaje turístico. 30
Tabla 23-4:	Medios de comunicación en los que se informan sobre servicios turísticos. 31
Tabla 24-4:	Formas de pago para cancelar servicios turísticos. 32
Tabla 25-4:	Descripción del logotipo 34
Tabla 26-4:	Talento humano para el área comercial 39
Tabla 27-4:	Rol de pagos para el segundo año. 40
Tabla 28-4:	Activos fijos del área comercial. 41
Tabla 29-4:	Activos diferidos del área comercial. 42
Tabla 30-4:	Materiales e insumos del área comercial. 42
Tabla 31-4:	Promoción y publicidad – otros gastos del área comercial. 42
Tabla 32-4:	Capacidad operativa. 45

Tabla 33-4:	Consumo aparente.....	45
Tabla 34-4:	Horarios de atención	50
Tabla 35-4:	Mano de obra directa del área productiva.....	57
Tabla 36-4:	Rol de pagos para el primer año.....	57
Tabla 37-4:	Rol de pagos para el segundo año.....	58
Tabla 38-4:	Activos fijos del área productiva.....	59
Tabla 39-4:	Activos diferidos del área productiva	60
Tabla 40-4:	Materiales e insumos del área productiva.....	60
Tabla 41-4:	Clasificación de los vehículos según su actividad	71
Tabla 42-4:	Tipos de licencias en Ecuador.....	71
Tabla 43-4:	Talento humano del área administrativa	72
Tabla 44-4:	Rol de pagos para el segundo año.....	73
Tabla 45-4:	Activos fijos del área administrativa.....	74
Tabla 46-4:	Activos diferidos del área administrativa.....	75
Tabla 47-4:	Materiales e insumos del área administrativa	75
Tabla 48-4:	Inversión del proyecto.....	78
Tabla 49-4:	Usos y fuentes de financiamiento	78
Tabla 50-4:	Cálculo de la deuda.....	79
Tabla 51-4:	Depreciación de activos fijos	80
Tabla 52-4:	Amortización de activos diferidos	80
Tabla 53-4:	Estructura de costos y gastos	80
Tabla 54-4:	Presupuesto de ingresos	81
Tabla 55-4:	Costos variables y fijos	82
Tabla 56-4:	Rubros del punto de equilibrio.....	83
Tabla 57-4:	Estado de resultados.....	83
Tabla 58-4:	Flujo de caja.....	84
Tabla 59-4:	Cálculo del periodo de recuperación del capital	84
Tabla 60-4:	Evaluación financiera.....	85

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1-2:	Primera casa móvil de Pierce-Arrow´s Touring – Estado Unidos - 1910	9
Figura 2-2:	Primera casa móvil de Bristol Wagon Works – Europa - 1885.....	9
Figura 3-2:	Primera casa móvil de Panhard & Levassor - Francia - 1890	10
Figura 4-2:	Gypsy Van de Roland Conklin - 1915	10
Figura 5-2:	Autocaravana de clase A.	12
Figura 6-2:	Autocaravana de clase C.	13
Figura 7-2:	Autocaravana de clase B.	14
Figura 8-2:	Autocaravana de clase C.	15
Figura 1-4:	Logotipo de la casa rodante.....	33
Figura 2-4:	Diseño de la hoja membretada.	35
Figura 3-4:	Diseño de la tarjeta de presentación – lado anterior.....	35
Figura 4-4:	Diseño de la tarjeta de presentación – lado posterior.....	35
Figura 5-4:	Diseño del afiche	36
Figura 6-4:	Diseño del volante.....	36
Figura 7-4:	Diseño del rótulo	36
Figura 8-4:	Diseño de la página web.....	37
Figura 9-4:	Diseño de la página de facebook.....	38
Figura 10-4:	Diseño de la página de Instagram.....	38
Figura 11-4:	Mapa de ubicación de la provincia de Chimborazo a nivel nacional.	43
Figura 12-4:	Mapa de la división política de la provincia de Chimborazo.	44
Figura 13-4:	Mapa de las parroquias urbanas de Riobamba.	44
Figura 14-4:	Planta arquitectónica de las áreas	46
Figura 15-4:	Planta arquitectónica de la casa móvil.....	46
Figura 16-4:	Disposición y medidas internas del vehículo	47
Figura 17-4:	Disposición y medidas del equipamiento interno del vehículo	47
Figura 18-4:	Mercedes-Benz Sprinter Motorhome	51
Figura 19-4:	Mercedes-Benz Sprinter Motorhome (sección delantera).....	52
Figura 20-4:	Mercedes-Benz Sprinter Motorhome (interior).....	52
Figura 21-4:	Mercedes-Benz Sprinter Motorhome (cocina)	53
Figura 22-4:	Gastronomía de la provincia de Chimborazo	54
Figura 23-4:	Iglesias de la ciudad de Riobamba	55
Figura 24-4:	Sector la Chorrera.....	55
Figura 25-4:	Parapente y rappel en Pallatanga.....	56
Figura 26-4:	Actividades de turismo comunitario – Provincia de Chimborazo.....	56

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráfico 1-4:	Género de los encuestados.	23
Gráfico 2-4:	Edad de los encuestados	24
Gráfico 3-4:	Ciudad de procedencia	25
Gráfico 4-4:	Aceptación del servicio turístico	26
Gráfico 5-4:	Tiempo de alquiler de la casa móvil.....	26
Gráfico 6-4:	Días de viaje en la casa móvil.	27
Gráfico 7-4:	Número de acompañantes.	28
Gráfico 8-4:	Número de veces al año para alquilar las casas móviles.	29
Gráfico 9-4:	Valor diario que pagan en alimentación en un viaje turístico.	29
Gráfico 10-4:	Valor diario que pagan en hospedaje en un viaje turístico.	30
Gráfico 11-4:	Valor diario que pagan en transporte en un viaje turístico.	31
Gráfico 12-4:	Medios de comunicación en los que se informan sobre servicios turísticos.	32
Gráfico 13-4:	Formas de pago para cancelar servicios turísticos.....	32
Gráfico 14-4:	Entidades relacionadas con la creación y operación de empresas de transporte turístico terrestre.....	66
Gráfico 15-4:	Libros de Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. ...	68
Gráfico 16-4:	Títulos del Reglamento de Transporte Terrestre Turístico.....	69

ÍNDICE DE ANEXOS

ANEXO A: CUESTIONARIO

ANEXO B: CÁLCULO DEL PRECIO DE ALQUILER EN BASE AL RODAJE EN
KILÓMETROS RECORRIDOS

RESUMEN

La presente investigación tuvo como objetivo determinar la factibilidad para el alquiler de casas móviles con fines turísticos en la provincia de Chimborazo. El trabajo se efectuó mediante la metodología de Muñoz 2019; que consiste en analizar la viabilidad comercial, técnica, ambiental, legal, administrativa, económica y financiera; utilizando métodos cualitativos y cuantitativos tomados de fuentes secundarias. En el estudio comercial, a través del proceso de participación en el mercado, se determinó que el proyecto es viable ya que un total de 7220 turistas están de acuerdo con la creación del servicio de alquiler de casas móviles, en donde puedan disfrutar de la alimentación, hospedaje y transporte en un solo lugar. En lo que respecta al estudio ambiental, se realizó un manual de buenas prácticas para el uso de casas móviles con el objetivo de brindar al usuario una herramienta de apoyo que permita minimizar efectos negativos en cuanto al ambiente, la salud, seguridad y el mantenimiento de los activos fijos a emplearse. En el estudio legal-administrativo se estableció la estructura orgánica y funcional de la empresa y en base al análisis del marco legal el proyecto funcionará como compañía familiar, la cual contará con un registro mercantil legalmente registrada en la Superintendencia de Compañías regido bajo entidades como la Agencia Nacional de Tránsito (ANT), el Servicio de Rentas Internas (SRI) y el Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba. El proyecto es viable financieramente, pues el Valor Actual Neto (VAN) es positivo con un valor de \$62.290,21 una Tasa de Retorno (TIR) del 20%, el periodo de recuperación del capital (PRC) se dará en el cuarto y quinto año, la relación beneficio costo (RBC) es de \$1,31. Se recomienda ejecutar el proyecto en función de los estudios comercial, técnico – productivo y económico – financiero.

Palabras clave: <CASAS MÓVILES>, <CASAS RODANTES>, <ALQUILER>, <PARTICIPACIÓN EN EL MERCADO>, <TRANSPORTE TURÍSTICO>, <HOSPEDAJE>, <ALIMENTACIÓN>, <CHIMBORAZO (PROVINCIA)>.


D.B.R.A.I.
Ing. Cristhian Castillo



1411-UPT-DBRA-2022

ABSTRACT

The main objective of this research was to determine the feasibility of renting mobile homes for tourism purposes in the Chimborazo province. The work was conducted using the Muñoz 2019 methodology, which consists of analyzing the commercial, technical, environmental, legal, administrative, economic, and financial viability using qualitative and quantitative methods drawn from secondary sources. In the commercial study, through the market participation process, it was determined that the project is viable since a total of 7220 tourists agree with the creation of the mobile home rental service, where they can enjoy food, lodging, and transportation in one place. Regarding the environmental study, a manual of good practices for to use of mobile homes was prepared to provide the user with a support tool to minimize negative effects on the environment, health, safety, and maintenance of the fixed assets to be used. The legal-administrative study established the organizational and functional structure of the company and was based on the legal framework analysis. The project will operate as a family company, which will have a commercial registry legally registered in the Superintendencia de Compañías governed by entities such as the Agencia Nacional de Tránsito (ANT), the Servicio de Rentas Internas (SRI), and the Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Riobamba. The project is financially viable since the Net Present Value (NPV) is positive with a value of \$ 62,290.21, an IRR of 20%, and the capital recovery period (CRP) will be in the fourth and fifth year, the benefit-cost ratio (BCR) is \$ 1.31. It is recommended to execute the project based on commercial, technical-productive, and economic-financial studies.

Keywords: <MOBILE HOUSES>, <MOBILE HOUSES>, <RENTAL>, <MARKET SHARE>, <TOURIST TRANSPORT>, <HOSTING>, <FOOD>, <CHIMBORAZO (PROVINCE)>.

Silvana Patricia Céleri Quinde

C.C. 0602669830

INTRODUCCIÓN

En el mundo durante los últimos sesenta años, el turismo se ha expandido y diversificado siendo uno de los sectores económicos de mayor importancia y crecimiento gracias a notables desarrollos en la mayoría de destinos turísticos en aspectos como; conectividad, abaratamiento del transporte, marketing, gestión y planificación turística, etc. Estos aspectos han beneficiado al crecimiento en la demanda de turistas nacionales e internacionales (Organización Mundial de Turismo [OMT], 2017: p.2).

El Barómetro de Turismo Mundial de la OMT al año 2019, muestra que el sector turístico creció un 4% entre enero y septiembre de ese año, cuando los destinos mundiales recibieron 1.100 millones de turistas internacionales, 43 más que en los nueve primeros meses de 2018 (Diario Expreso, 2019: p.1). No obstante, al año actual el turismo se encuentra entre los sectores más afectados, ya que el mundo se enfrenta a una emergencia sanitaria, social y económica (COVID-19).

Por tal razón las llegadas de turistas internacionales cayeron abruptamente desde el mes de marzo, los datos disponibles apuntan a un descenso del 22% en el primer trimestre de 2020, habiéndose reducido las llegadas en un 57%. Esto se traduce en una pérdida de 67 millones de llegadas de turistas internacionales y alrededor de 80.000 millones de dólares en ingresos y con ello entre 100 y 120 millones de puestos de trabajo se encuentran en peligro y otros ya se registran como desempleados (OMT, 2020: p.4).

En el Ecuador al año 2019, el promedio en la llegada de viajeros extranjeros creció un 4% de acuerdo con los datos proporcionados por el registro administrativo de migración del Ministerio de Gobierno, sin considerar los ingresos de la población venezolana al país. Entre enero y noviembre de este año se registró el ingreso de 1.381.726 personas que provienen de mercados priorizados como Estados Unidos, que respecto al 2018 creció un 15,1%; España (15,8%), Alemania (4,5%), Canadá (10,6%) y Francia (12,2%) (Ministerio de Turismo, 2019: p.1).

Sin embargo, en los meses de marzo y abril del 2020, el turismo en el Ecuador ha sido uno de los sectores más golpeados debido a la pandemia del coronavirus, generando una pérdida de 580 millones de dólares (Revista La República, 2020: p.1). Ante esta preocupación, la Ministra de Turismo Rosi Prado de Holguín afirma que la modalidad de turismo interno será aquella que empiece a desarrollarse en el corto plazo y dentro de ésta la demanda para los destinos rurales se incrementará (Travel Latam, 2020: p.1).

La provincia de Chimborazo está ubicada en el centro del callejón interandino, también es conocida como “la provincia de las altas cumbres”, debido a que en este lugar se encuentra el volcán Chimborazo que es el nevado más alto del Ecuador (6.310msnm), el pico Quilimas (4.919m) y el nevado Altar (5.320m), de particular belleza por sus formas. Esta provincia se divide administrativamente en 10 cantones y 61 parroquias entre rurales y urbanas (Prefectura de Chimborazo, 2019: p.2).

En el ámbito turístico, Cruz (2018: p.1) ejemplifica a la Reserva de Producción de Fauna Chimborazo de haber un incremento del 15% en la llegada de turistas, principalmente del continente Europeo, son franceses y alemanes quienes practican diferentes tipos de turismo; como son; de alta montaña, el turismo de naturaleza, turismo de aventura y recorren rutas turísticas, también menciona que han llegado turistas nacionales especialmente de Quito y Guayaquil.

La ubicación geográfica de la provincia de Chimborazo, es una fortaleza ineludible, debido a que, al encontrarse en el centro del país, en pocas horas se puede arribar a diferentes ciudades del Ecuador, además que las expresiones culturales y su riqueza patrimonial cultural e inmaterial son otros puntos favorables para el desarrollo del turismo, también el potencial turístico que posee la provincia generan oportunidades de desarrollo social y económico (Prefectura de Chimborazo, 2019b: p.5).

El transporte es uno de los elementos fundamentales para el progreso de la sociedad, en este sentido aspectos como el avance de la tecnología hacen de este un elemento activo y renovador. Así, el transporte tiene una dualidad en lo que se refiere a su uso, ya que a la vez que constituye un servicio turístico, es un servicio público, es decir que están destinados al uso pleno y extensivo de cualquier persona, aun cuando el uso no tenga necesariamente un propósito turístico (Baca, 2013a: p.3).

Investigadores como Cooper, et al. (2007: p.47) mencionan que el transporte constituye un componente esencial del producto turístico porque representa tres elementos; el medio de llegar al destino, un medio necesario para los desplazamientos en el destino visitado o simplemente porque constituye la propia atracción o la actividad turística como tal.

De esta manera Page (2009: p.56) califica al transporte como uno de los factores determinantes del desarrollo nacional e internacional del turismo porque de una forma segura y eficiente proporciona accesibilidad desde el exterior y movilidad en el destino y esto representa una consideración esencial para facilitar el progreso, mientras que la ausencia de estas características actúa como barrera para el desarrollo turístico.

Baca (2013b: p.3) explica que la transportación turística, a diferencia de otros servicios turísticos, es el elemento o recurso que forma la base de distribución geográfica que obedece a los movimientos turísticos, llámense éstos, turismo receptivo, emisivo o interno. En consecuencia, Maldonado (2014: p.2) menciona que el transporte terrestre móvil (casa rodante, autocaravanas, motorhome, casa caro, etc.) en el ámbito turístico tiene el objetivo de transportar o trasladar personas, equipajes, mercancías de un lugar a otro, con la finalidad de visitar esporádicamente ciertos sitios de forma segura.

Con este precedente, se debe mencionar que según Martín (2019: p.1) el primer viaje en un remolque ocurrió en 1929, y fue creada por Wally Byam quien decidió crear una empresa de diseños de tráileres para camping, en donde también vendía planos, kits y remolques parcialmente terminados, la tendencia de entonces invadió las autopistas y carreteras, primero las de los Estados Unidos y luego las del mundo entero.

En países de América y Europa, el alquiler de un transporte móvil de uso turístico está en auge en países como Estados Unidos, Chile, Argentina, España, etc. Por ejemplo, en el primer caso la idea se complementa con una gran red de campamentos y webs con toda la información que permiten reservar con anticipación. En Chile la independencia es lo primordial, esto implica moverse en casas rodantes adoptando una alternativa diferente de vacaciones e incluso de forma de vida (Javiera, 2017: p.4).

La modalidad de casas rodantes en Argentina se caracteriza por su elevado valor de alquiler y por tener una geografía que exige muchos kilómetros de recorrido, sin embargo, la limitada oferta disponible de este servicio se enfrenta a una demanda creciente de viajeros que quieren visitar diferentes destinos sin problemas (Cinto, 2018: p.5).

En España, al finalizar el año 2019 sus datos llegaron casi a las 9.000 matriculaciones entre autocaravanas y furgonetas camperizadas (mini rodantes, casas móviles, motor home, etc.), lo que supone un incremento de un 19,2 % respecto a 2018 (Asociación Española de la Industria y Comercio del Caravaning [ASEICAR], 2020: p.3).

En cuanto a Ecuador, según la Agencia Nacional de Tránsito (ANT), en el país están registradas 226 compañías de transporte turístico, con 1409 buses, furgonetas y otros tipos de vehículos que se dedican al transporte de pasajeros. Sin embargo, no existen empresas públicas o privadas que se dediquen a brindar un servicio de alquiler de transporte en vehículos considerados por su infraestructura como casas móviles, casas rodantes, casas móviles, motorhome, autocaravanas, etc. Por lo tanto, se pretende realizar un estudio de factibilidad para el alquiler de casas móviles con fines turísticos con la finalidad de conocer la rentabilidad que genere este nuevo e innovador servicio en la provincia de Chimborazo.

CAPÍTULO I

1. DIAGNÓSTICO DEL PROBLEMA

1.1. Antecedentes

Castaño & Valencia (2016: p.281) en la Revista Geográfica Venezolana mencionan que los turistas nacionales e internacionales no sólo han despertado el deseo de alejarse de las ciudades en las que viven con el único propósito de viajar, si no desconectarse, conocer, trabajar y realizar actividades muy diferentes de sus rutinas en un entorno no habitual, lo que implica un desplazamiento en el espacio.

En este sentido, Carvajal (2017: p.14) acota que el transporte cumple funciones indispensables en el desarrollo de dichas actividades, tanto como mecanismo de tránsito como una experiencia turística y que la palabra viajar presenta necesidades principalmente de dos tipos, por un lado, se encuentra el tiempo que se toma en llegar al destino y por el otro lado la necesidad de realizar el viaje lo más cómodo posible. Por tal motivo, se debe entender que, aunque el medio de transporte sea un espacio pasajero, es una de las partes más importantes de un viaje.

En consecuencia, la crisis sanitaria además de fijar el interés en el turismo nacional también ha impulsado un auge en la venta y alquiler de casas móviles, los turistas descartan tomar un avión, alojarse en un hotel o ir a sitios con aglomeraciones ya que la idea es no agruparse y evitar de cierta manera el contagio. Es así que, un sondeo reciente muestra que un 90% de los españoles se quedan en el país este verano en lugar de viajar al extranjero, y un 83% se desesperaba por desplazarse a sitios turísticos permitidos en vehículos privados (Redacción Uno TV, 2020: p.2).

Mucerino (2020: p.4) propietario de Hometown RV in The Chicago Tribune en Estados Unidos, menciona que la pandemia ha tenido y tendrá algunas repercusiones interesantes para el negocio de vehículos recreativos y que algunos de sus clientes están utilizando vehículos recreativos no para viajar, sino para pasar la cuarentena durante la crisis sanitaria.

Una encuesta reciente realizada por MMGY Global para la Asociación de Viajes de Estados Unidos encontró que el 68% de las personas se sienten seguras al viajar en un vehículo personal. Solo el 18% dice lo mismo sobre tomar un vuelo nacional, y el 11% uno internacional. Los parques nacionales encabezaron la lista de lugares en los que la mayoría de los encuestados se sienten cómodos (Diario La Noción, 2020: p.4).

Es evidente que el entorno competitivo en cuanto a organizaciones y empresas crece constantemente y por esta razón estas entidades están enfrentadas a tomar la iniciativa de innovar día a día para liderar en el mercado, pero en ocasiones este hecho implica riesgo, ante ello nace la propuesta de desarrollar un estudio de factibilidad para corroborar que exista un mercado potencial, determinar la viabilidad y la disponibilidad de recursos humanos, materiales, administrativos y financieros.

Cabe destacar que en los últimos años se ha percibido un incremento en el turismo en cuanto a infraestructura turística tales como hoteles, restaurantes, paraderos y demás, mismos que son administrados en su mayoría por operadoras turísticas de origen privado y comunitario, y que permiten a los turistas tanto nacionales como extranjeros visiten diversos atractivos turísticos como la Reserva Faunística Chimborazo, donde se encuentra el volcán del mismo nombre, el Parque Nacional Sangay, el Ferrocarril andino, además de innumerables bienes patrimoniales y entorno naturales, etc. Aún con esta condición de promoción, es evidente que en la provincia de Chimborazo no existen empresas turísticas, de transporte o afines, que renten casas móviles con infraestructura adecuada para brindar un servicio turístico innovador.

1.2. Objetivos

1.2.1. Objetivo general

Determinar la factibilidad para el alquiler de casas móviles con fines turísticos en la provincia de Chimborazo.

1.2.2. Objetivos específicos

- Determinar la viabilidad comercial, técnica - productiva para el alquiler de casas móviles con fines turísticos.
- Diseñar un manual de buenas prácticas para el uso de casas móviles con fines turísticos.
- Precisar el tipo de empresa u organización a crearse en base al marco legal ecuatoriano.
- Establecer la rentabilidad económica financiera.

CAPÍTULO II

2. REVISIÓN DE LA LITERATURA

2.1. Estudio de factibilidad

Torres (2012: p.26) menciona que el estudio de factibilidad también se conoce como estudio de viabilidad y que esta estima la posibilidad que tienen los proyectos en base a la planificados basándose en los riesgos existentes. A esto, Cubero (2013: p.12) añade que un estudio de factibilidad se usa para proveer mucha más información y generar una mayor comprensión sobre si vale la pena llevar a cabo el proyecto o no.

Un estudio de factibilidad se realiza con la finalidad de conocer si el negocio o proyecto que una empresa espera emprender le pueda resultar favorable o desfavorable, con este estudio también se puede establecer el tipo de estrategias que pueden ayudar a la entidad a cumplir sus objetos y alcanzar el éxito (Quiroa, 2016: p.5).

2.2. Estudio de mercado

El estudio de mercado se defino como:

Proceso de planificar, recopilar, analizar y comunicar datos relevantes acerca del tamaño, poder de compra de los consumidores, disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor, con la finalidad de ayudar a los responsables de marketing a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing en una situación de mercado específica. (Thompson, 2016: p.3).

El estudio de mercado es aquel que permite averiguar la respuesta del mercado ante un producto o servicio con el fin de plantear la estrategia comercial más adecuada, el mercado se puede entender como un lugar donde se realiza intercambios de práctica comercial, al lograr realizar un proyecto, este resulta viable comercialmente si justifica la existencia de un mercado para el producto o servicio (Gomez, 2017: p.2).

Se habla de participación en el mercado cuando el porcentaje de ventas de un producto o servicio que una empresa tiene con respecto a las ventas totales del mercado en el que participa, conocido como market share, se refiere al porcentaje que se tiene del mercado, siempre expresado en

unidades del mismo tipo o en volumen de ventas explicado en valores monetarios, de un determinado producto o servicio específico (Revista Marketing directo, 2018: p.2).

En ese sentido, se define la captación de clientes al proceso de incorporar nuevos clientes a la empresa, con el propósito que compren los productos de la misma y se conviertan en una fuente de utilidad para el negocio. Dado que, como se sabe un cliente es quién compra y paga el precio del producto que una empresa vende, por esa razón a cualquier empresa le interesa aumentar su número de clientes, porque sólo de esa forma puede mantenerse dentro del negocio y aumentar su nivel de utilidades (Quiroa, 2014a: p.5).

Por lo tanto, lo ideal al captar clientes nuevos es lograr fidelizarlos para que se vuelvan clientes leales y efectúen de manera repetida una recompra de los productos que ofrece la empresa. Es decir, para lograr llegar a tener clientes leales, la empresa debe enfocarse en atender de la mejor manera la necesidad del cliente, porque si no lo hace así, sólo logrará que le compren una vez, pero no existirá recompra del producto (Quiroa, 2014b: p.5).

2.3. Estudio técnico productivo

El estudio técnico conforma la segunda etapa de los proyectos de inversión, en el que se contemplan los aspectos técnicos operativos necesarios en el uso eficiente de los recursos disponibles para la producción de un bien o servicio deseado y en el cual se analizan la determinación del tamaño óptimo del lugar de producción, localización, instalaciones y organización requeridos (Gomez, 2016a: p.1).

La importancia de este estudio se deriva de la posibilidad de llevar a cabo una valorización económica de las variables técnicas del proyecto, que permitan una apreciación exacta o aproximada de los recursos necesarios para el proyecto; además de proporcionar información de utilidad al estudio económico-financiero. Todo estudio técnico tiene como principal objetivo el demostrar la viabilidad técnica del proyecto que justifique la alternativa técnica que mejor se adapte a los criterios de optimización (Gomez, 2016b: p.1).

2.4. Estudio administrativo legal

Según Serrano (2012: p.1) el área organizacional y legal de un proyecto responde al análisis estratégico de la empresa a crear que además de considerar el ejercicio filosófico (misión, visión, valores, principios, planes, políticas y programas), complementar con un diagrama organizacional de acuerdo al modelo de empresa, a una proyección de gastos de personal, discriminación de los perfiles de cargos, la relación de normatividad y legislación a cumplir.

El estudio administrativo representa uno de los aspectos más importantes dentro de un plan de negocios, ya que si la estructura administrativa es efectiva las probabilidades de éxito son mayores, en base a este concepto, el estudio legal busca determinar la viabilidad de un proyecto a la luz de las normas en cuanto a localización de productos, subproductos y patentes (Díaz, 2015: p.1).

2.5. Estudio ambiental

Para Bembibre (2011: p.5) los estudios de impacto ambiental tienen como principal objetivo controlar y analizar las transformaciones que alteran realmente el medio ambiente, generando mayores perjuicios que beneficios a las personas (como también a la flora y fauna) que habitan el lugar. Así, un estudio ambiental puede realizarse sobre los efectos que genera una represa hidroeléctrica en un bioma específico, o que la tala de árboles causa en un espacio natural. También pueden tener lugar en espacios urbanizados.

El estudio de impacto ambiental es un documento técnico que se realiza para valorar los impactos ambientales de un proyecto o actividad sobre el medio ambiente. Este es elaborado por parte del proyectista y en él se especifica la información necesaria para evaluar los posibles efectos significativos del proyecto sobre el medio ambiente. Su principal objetivo es adoptar las decisiones más adecuadas para prevenir y minimizar dichos efectos (Envira, 2020: p.1).

2.6. Estudio económico financiero

El análisis económico y financiero de una empresa se utiliza para determinar los costes incurridos y los beneficios resultantes de invertir en un proyecto. Ambos implican determinar el valor presente neto de un proyecto en función de sus flujos de efectivo actuales y futuros estimados, debidamente descontados (Universidad Nacional Autónoma de México, 2016: p.2).

El análisis financiero se limita principalmente a organizaciones individuales o sus unidades. Implica un enfoque bastante cuantitativo basado en fondos que compara directamente los gastos e ingresos del negocio para determinar la rentabilidad y, por lo tanto, la sostenibilidad. Dicha evaluación a menudo puede emplear el estado financiero: el balance general, el estado de resultados y el estado de flujo de efectivo (Revista Retos Directivos, 2019a: p.3).

El análisis económico, por su parte, tiene una visión mucho más amplia y toma en consideración el impacto de un proyecto en la sociedad en su conjunto. Considera los puntos de vista de todas las partes interesadas y cómo los resultados de la iniciativa se alinean con las políticas económicas y sociales más amplias, así como con el escenario internacional. Los costes en un análisis

económico son una medida de los recursos que una sociedad invierte colectivamente para el cumplimiento del proyecto. Sin embargo, los beneficios no necesitan ser solo monetarios y, a menudo, incluyen beneficios intangibles (Revista Retos Directivos, 2019b: p.3).

2.7. Casa móvil

Según Mundovan (2020a: p.5) las casas móviles en el mercado comercial, son conocidas como motorhome, movilhome, casa rodante, autocaravana, remolque, etc. están revolucionando el mercado inmobiliario en las últimas décadas, se trata de una infraestructura de casa que se puede transportar de manera sencilla, porque va provista con chasis, ruedas y lanza para arrastrar.

2.7.1. Historia

Los norteamericanos y europeos se enfrentan por ser los fundadores de la primera casa móvil de la historia. En Estados Unidos aseveran que el primer vehículo de este tipo lo construyó Pierce-Arrow's Touring en 1910, mientras que en Europa precisan que las primeras autocaravanas fueron la de la compañía inglesa Bristol Wagon Works en 1885 y la de la francesa Panhard & Levassor en 1890 (Terránea Correduría de Seguros, 2020a: p.1).

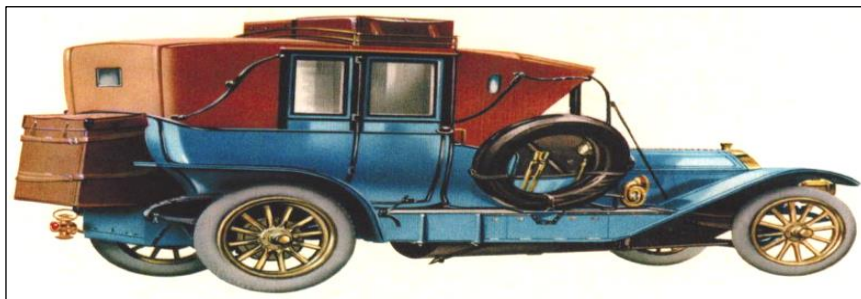


Figura 1-2. Primera casa móvil de Pierce-Arrow's Touring – Estado Unidos - 1910

Fuente: (Hemmings Classic Car, 2020).



Figura 2-2. Primera casa móvil de Bristol Wagon Works – Europa - 1885

Fuente: (Grace's Guide, 2015).



Figura 3-2. Primera casa móvil de Panhard & Levassor - Francia - 1890

Fuente: (Grace's Guide, 2015).

En 1915, Roland Conklin, dueño de la compañía norteamericana Gas Electric Motor Bus, en sus vacaciones familiares planificó un viaje por todo el país a bordo de un vehículo que lo nombró “Gypsy Van”, se trataba de un automóvil de dos plantas y ocho metros de longitud transformado en una casa con ruedas que en su interior integraba algunas comodidades de esa época como; generador eléctrico, cocina totalmente equipada, dormitorio, biblioteca, escritorio, alfombra, etc. (Terránea Correduría de Seguros, 2020b: p.1).



Figura 4-2. Gypsy Van de Roland Conklin - 1915

Fuente: (Trotter's RV, 2020).

Por tal motivo, los medios de comunicación proporcionaron una gran cobertura mediática al viaje de la familia Conklin, por lo que muchas poblaciones y familias estadounidenses empezaron a idealizar sus vacaciones en un vehículo similar, sin embargo se trataba de una actividad de lujo al alcance de muy pocos (Terránea Correduría de Seguros, 2020c: p.1).

En 1943, las casas móviles medían aproximadamente dos metros de ancho y seis de largo, contaban con hasta cuatro secciones separadas para dormir, pero no tenían baños. Para 1948, se

ampliaron a treinta pies y se empotraron los baños. En junio de 1976, el Congreso de los Estados Unidos aprobó la Ley Nacional de Seguridad y Construcción de Viviendas Prefabricadas, la misma que testificaba que todas las casas rodantes fueran construidas con estrictos estándares nacionales y cumplan con el código de construcción federal (Greelane, 2019: p.1).

Estos vehículos están contruidos con el objetivo de incluir alojamiento, alimentación y demás actividades según los gustos y necesidades de los viajeros Mundovan (2020b: p.5). Se encuentran equipados básicamente con asientos, mesas, camas o literas que puedan ser reconvertidos en asientos, cocina y armarios o similares. Todo está rigurosamente adherido al compartimento vivienda, aunque en algunos casos los asientos y la mesa pueden ser diseñados para ser desmontados fácilmente según los fabricantes de las casas rodantes (Blázquez Luis, 2020: p.5).

En países como Argentina, existen empresas como Adventure Home, quienes alquilan casas móviles con diferentes planes para cada grupo de viajeros. Por ejemplo, hay campers con capacidad para cuatro adultos o tres adultos y dos niños y motorhomes con lugar para hasta ocho personas. Los precios varían según los días alquilados, la temporada, en temporada baja, por un tiempo que va de 7 a 14 días, va entre 116 y 141 dólares de base (Revista Descubrir Turismo, 2017: p.2).

2.7.2. Tipos de casas móviles

Las casas móviles son conocidas en el mundo como casas rodantes, motorhome, camper, caravanas, furgonetas, autocaravanas, *recreational vehicle*, remolques, etc. Su seudónimo depende del país o estado de origen y del uso que se le dé al vehículo, en este sentido es importante precisar las diferencias entre autocaravanas y remolques.

La autocaravana es un vehículo completo e independiente que incluye una vivienda diseñada para el alojamiento, tiene un motor con el que puede propulsarse a sí mismo. A diferencia de los remolques que están conectados a un enganche ajustado en el chasis, esto a veces puede ser molesto porque depende de un segundo vehículo, debido a esto, su costo es menor (MAPFRE, 2021:p.2).

Cada vehículo difiere de otro en tamaño, distribución, peso, comodidad, diseño, etc. En cuanto a estas consideraciones, actualmente las autocaravanas están divididas en tres clases (A, C, B).

2.7.2.1. Clase A

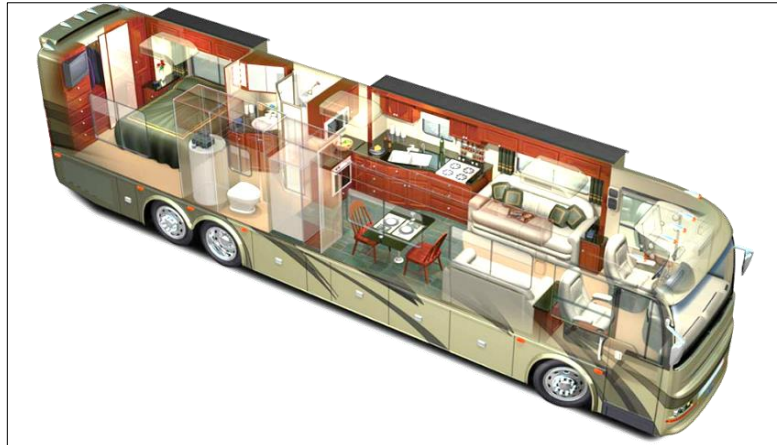


Figura 5-2. Autocaravana de clase A.

Fuente: (SICSA, 2015).

Características

- Miden de 6 a 7 metros de longitud.
- Pueden pernoctar hasta diez pasajeros.
- Pueden tener más de seis habitaciones equipadas, lavadora, secadora, cocinas completas y con almacenamiento adicional.
- Son vehículos ideales para disfrutar algunas semanas viajando.
- La fabricación es de una pieza completa, ya que integra el compartimiento del chofer con el resto del interior de la casa móvil.
- Algunas unidades cuentan con un sótano donde albergan herramientas útiles en la carretera (Ventura Van, 2017:p.1).

Desafíos

- Uno de los mayores inconvenientes es el precio, ya que el uso de estas casas rodantes es extremadamente costoso y alcanza hasta los millones dependiendo de la comodidad del mismo.
- Los lugares de destino son limitados, ya que algunos sitios turísticos no cuentan con la infraestructura adecuada para estos vehículos de gran tamaño.
- Las casas móviles de clase A requieren una conexión de 50 amperios, lo que genera un gasto adicional en la electricidad.
- El mantenimiento de estos vehículos en la vía, demanda de consideraciones como la adquisición de una grúa o el contrato de profesionales muy aptos para este tipo de autocaravanas.
- Son inseguros en choques frontales, ya que no hay bolsas de aire ni motor para proteger al conductor y al pasajero.
- Representa un gasto alto en combustible.

- Es posible que en algunos estados y países se necesite una licencia especial de conducir por sus dimensiones (Ventura Van, 2017:p.1).

2.7.2.2. Clase C



Figura 6-2. Autocaravana de clase C.

Fuente: (SICSA, 2015).

Características

- Miden aproximadamente 4 metros de longitud.
- Son el punto medio entre las de tipo A y B
- Son conocidos como vehículos recreativos versátiles que tienen más espacio para las comodidades y las camas.
- Pueden ser identificados por el área de dormir sobre la cabina.
- La parte frontal se asemeja a un camión y la infraestructura está mucho más adherida del suelo, esto significa que son más fáciles para conducir y estacionarse.
- La mayoría de los vehículos tienen motores Ford, Chevy o Mercedes, por lo que la mayoría de los mecánicos pueden trabajar fácilmente en el motor si comienza a causar problemas.
- En caso de un choque frontal, las autocaravanas de Clase C tienen un motor y bolsas de aire para proteger al conductor y al pasajero.
- Estas casas móviles tienen una cama sobre el conductor y los sofás se pliegan en las camas. Esto significa que pueden dormir cómodamente seis personas o más, según el tamaño que elijan lo que las convierte en una opción atractiva para familias que viajan con niños (Popp Melissa, 2019:p.3).

Desafíos

- La eficiencia del combustible no es buena, generalmente obtienen de 9 a 11 millas por galón.
- Obtendrá un millaje ligeramente mejor (aproximadamente 14 millas por galón) si no está remolcando nada.

- El consumo de combustible variará según el terreno (Popp Melissa, 2019:p.3).

2.7.2.3. Clase B



Figura 7-2. Autocaravana de clase B.

Fuente: (MOTORMEX, 2015).

Características

- Es la más pequeña de las tres clases.
- Pueden pernoctar hasta dos pasajeros.
- Son más económicas.
- No incluye muchas comodidades, sin embargo, es posible tener cocina, baño, dormitorio y área de comedor, ya que se utiliza muebles multiuso que cumplen más de una función, por ejemplo, una mesa de comedor también puede cumplir la función de cama.
- Son fáciles para conducir.
- No requieren ningún tipo de licencia de conducir especial.
- Son pequeñas, pero pueden ser lujosas, con paneles interiores de madera, muchas ventanas y tragaluces, electrodomésticos de acero inoxidable, etc.
- Obtienen un millaje de gasolina mucho mejor (de 18 a 25 millas por galón) (Popp Melissa, 2019:p.6).

Desafíos

- Espacio reducido
- No hay mucho espacio de almacenamiento, y las opciones para dormir son limitadas (Popp Melissa, 2019:p.6).

En la actualidad, en la clase B se encuentra una subclase denominada B+, estos vehículos son un poco más grandes que los de clase B y se encuentran en el mercado automotor con el objetivo de

utilizar cada centímetro de espacio disponible para brindar más comodidad dentro y fuera de la carretera.

La clase B + tiene más lujos que la clase B, pueden ofrecer una combinación de ducha y baño completo, las cocinas, el espacio habitable y de descanso son más grandes dependiendo del diseño ya que las camas gemelas y los sofás cama son comunes y adaptables en esta subclase. Son ideales para una familia de cuatro integrantes (LATINYS, 2020).



Figura 8-2. Autocaravana de clase C.

Fuente: (SICSA, 2015).

CAPÍTULO III

3. MARCO METODOLÓGICO

El método científico para el presente trabajo pertenece al empírico, basado en la aplicación de técnicas estadísticas, inferenciales y descriptivas para el análisis de los resultados en cuanto al estudio de viabilidad comercial, técnico productivo, legal-administrativo y estudio financiero-económico, además se integrará el uso de fuentes de información secundaria que fundamente y complemente la investigación.

La metodología para realizar el estudio de factibilidad para el alquiler de casas móviles con fines turísticos en la provincia de Chimborazo se fundamentará en tres objetivos específicos, no obstante, las características del producto a través del mismo serán ajustadas en función de los gustos, necesidades y preferencias de los potenciales clientes.

Se procederá a realizar los estudios de: mercado, técnico – productivo, ambiental, legal administrativo, evaluación económica financiera de acuerdo a la metodología de Muñoz (2020) y que se detalla cada una de sus partes a continuación en función de los objetivos planteados para el presente trabajo.

- Para determinar la viabilidad comercial, técnica - productiva para el alquiler de casas móviles con fines turísticos.

Dadas las condiciones actuales a nivel mundial derivadas de la pandemia, para determinar la viabilidad comercial se realizará revisiones de documentación oficial de países que prestan este tipo de servicios, en ciudades, provincias, departamentos, estados o la clasificación geográfica política que sean lo más similares a la provincia de Chimborazo, ciudad de Riobamba y a los destinos a donde se desplazarían los posibles clientes en casas móviles.

En base a estas experiencias se podrá determinar lo que será la captación o participación en el mercado del presente proyecto en base a criterios como costos de inversión y características de los sitios de visita. Una vez determinada la demanda y establecida la viabilidad comercial, corresponde planificar las ventas en función de las competencias, que en los proyectos productivos se asignan al área comercial, por lo que se diseñará el plan mercadotécnico, determinando el o los canales de distribución (plaza), la promoción y publicidad antes y durante la ejecución del presente proyecto.

Para completar este objetivo se diseñará el presupuesto del área comercial que contribuya a las ventas de los bienes y servicios a ponerse en el mercado. En cuanto a la viabilidad técnica – productiva, se definirá el tamaño del proyecto, que deriva en capacidad operativa, consumo aparente en función de las principales inversiones iniciales que se deban realizar para el arranque del proyecto y de las frecuencias de movilidad.

Conforme a esto, se elaborará los flujogramas de producción a través de itinerarios potenciales de visita de acuerdo a las preferencias de los potenciales clientes. Para que pudieran funcionar las casas móviles se precisará los requerimientos y el presupuesto del área productiva.

- Establecidos los flujos de producción del servicio de las casas móviles se trabajará el manual de buenas prácticas para su uso que permita minimizar efectos negativos en cuanto al ambiente, la salud, seguridad y el mantenimiento de los activos fijos a emplearse y otros aspectos.
- Para establecer el tipo de empresa u organización a crearse, se revisará el marco legal ecuatoriano, y en base a este se determinará la estructura organizativa que debe tomar la empresa u organización que será representados por los organigramas: estructural y funcional y a partir de este último se diseñará el manual de funciones y responsabilidades por el método de competencias dictado por el departamento de Nariño de Colombia.
- Para determinar la rentabilidad del presente proyecto, se realizarán dos análisis, el económico en base al siguiente procedimiento: inversiones, usos y fuentes, amortización de la deuda, depreciación de activos fijos, amortización de activos diferidos, presupuesto de egresos, presupuesto de ingresos, balance de pérdidas y ganancias, flujo de caja, calculo e interpretación de los indicadores VAN, TIR, RBC y periodo de recuperación del capital.

El segundo análisis, en cuanto al ámbito financiero, se lo realizará en base al balance general a partir de lo cual se determinarán los índices de liquidez, solidez y rentabilidad. El marco metodológico a aplicarse corresponde a la guía metodológica de Muñoz (2019) y apoyada en las bases teóricas – científicas que han sido reportadas en la revisión de literatura.

CAPÍTULO IV

4. RESULTADOS

4.1. Viabilidad comercial

4.1.1. Demanda actual

Revisados los documentos pertinentes se pudo rescatar la siguiente información, la cual corresponde a la demanda actual en diversas ciudades y países similares al área de estudio.

Tabla 1-4. Número de turistas que arriendan casas móviles en Norte América, al año 2019.

País	Turistas que arriendan casas móviles
Estados Unidos	40 000 000
Canadá	14 000 000
México	33458

Fuente: Asociación Canadiense de Vehículos Recreativos (CRVA), Estadísticas - tendencias y hechos de la industria de casas rodantes de Estados Unidos, Sistema Nacional de Información Estadística del Sector Turismo de México (DATATUR)

Tabla 2-4. Número de turistas que arriendan casas móviles en Sur América, al año 2019.

País	Turistas que arriendan casas móviles
Chile	8200
Colombia	6435
Argentina	5789

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá, Federación de Empresas de Turismo de Chile (FEDETUR), Tourinews Argentina.

Tabla 3-4. Número de turistas que arriendan casas móviles en Europa, al año 2019.

País	Turistas que arriendan casas móviles
Alemania	1 066000
Francia	823000
Gran Bretaña	450000
España	60000

Fuente: Asociación Española de la Industria y Comercio del Caravaning (ASEICAR).

Tabla 4-4. Número de turistas que arriendan casas móviles en Oceanía, al año 2015.

País	Turistas que arriendan casas móviles
Nueva Zelanda	40231

Fuente: Tourism Holding New Zeland.

4.1.1.1. Cálculo de la demanda actual

En función de la información anterior se tomó como referente a Colombia, Chile y Argentina para determinar la demanda actual del presente proyecto (*ver tabla 5-4*), en virtud de que estos países están ocupando un mismo espacio geográfico en cuanto a continente, su lenguaje es el español y sus características demográficas de alguna manera son similares al área geográfica donde se va a desarrollar el servicio de casas móviles.

Tabla 5-4. Número de turistas que arriendan casas móviles en Sur América, al año 2019.

País	Turistas que arriendan casas móviles
Chile	8200
Colombia	6435
Argentina	5789
Total	20424

Fuente: Cámara de Comercio de Bogotá, Federación de Empresas de Turismo de Chile (FEDETUR), Tourinews Argentina.

La demanda actual corresponde al número de casas móviles que los turistas arriendan anualmente, es así que la cantidad en cuanto a la oferta de casas móviles de los países señalados suman 20424.

4.1.1.2. Cálculo de la demanda futura

Para calcular la demanda futura se tomó como base los 20424 turistas que utilizaron casas rodantes de países vecinos y que constituyen la demanda actual. El método para la proyección es el del incremento compuesto, cuya expresión matemática se muestra a continuación:

$$C_n = C_0 * (1+i)^n$$

Donde:

C_n = año a proyectarse

C₀ = demanda actual

i = crecimiento del turismo en el Ecuador al año 2019

n = número de año a proyectarse

$$C_{2022} = 20,424 * (1+0,04)^1$$

En este caso, “i” asume un 4% ya que corresponde al crecimiento del turismo en el Ecuador (MINTUR, 2019b). No obstante, por efectos de la pandemia la proyección se realizó con apenas 1%, de la siguiente manera:

$$C_{2022} = 20,424 * (1+0,01)^1$$

$$C_{2022} = 20628$$

Tabla 6-4. Demanda futura por clientes.

Año	Demanda futura por clientes
2022	20628
2023	20835
2024	21043
2025	21253
2026	21466

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.1.2. Participación en el mercado

Para definir la participación en el mercado se consideró la capacidad de inversión que tiene el emprendedor tomando en cuenta el número de vehículos que pueda implementar para dar inicio al presente proyecto y acorde con la realidad legal del país, el mismo que corresponda a 5 carros, con capacidad de 4 personas cada uno, por lo que diariamente se podría atender a 20 personas.

Tabla 7-4. Consideraciones para el cálculo de la participación en el mercado.

Número de vehículos	Capacidad de personas por vehículo	Atención diaria (personas)
5	4	20

Realizado por: Cujilema, 2021.

La demanda futura al año 2022 es de 20628 personas, la misma que dividiendo entre 360 días del año resulta 57 personas diariamente.

Tabla 8-4. División de la demanda futura entre un año comercial.

Año	Demanda futura	Demanda futura diaria
2022	20628	57

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Se realizó una regla de tres para calcular la participación en el mercado, la cual se obtuvo como resultado un 21% de la siguiente manera:

Tabla 9-4. Regla de tres para determinar la participación en el mercado.

Demanda futura diaria calculada	%
57 personas	100%
Demanda según la capacidad de cada vehículo	%
20 personas	x= 35%

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Tomando en cuenta el 35% de participación en el mercado, se realizó una regla de tres para determinar la demanda en base a esta consideración, de la siguiente manera:

Tabla 10-4. Regla de tres para determinar la demanda futura en base a la participación en el mercado.

Demanda futura calculada	%
20628 personas	100%
Demanda futura (participación en el mercado)	%
7220 personas	35%

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

La demanda futura al año 2022 considerando la participación en el mercado es de 7220 personas, a esta cantidad se lo dividió entre 360 días del año y resulta 20 personas diariamente, como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 11-4. Regla de tres para determinar la demanda futura diaria en base a la participación en el mercado.

Año	Demanda futura	Demanda futura diaria	Participación en el mercado (35%)	Demanda futura diaria (participación en el mercado)
2022	20628	57	7220	20

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Las 12 personas representan el 21% de la demanda futura diaria (57 personas).

4.1.3. Cálculo de la demanda futura para destinos

Para realizar el cálculo de la demanda futura para destinos se partió del dato proyectado del año 2022 en base a la participación en el mercado, esta corresponde a 7220, la misma que constituye en el universo de estudio para conocer los gustos y preferencias respecto a los destinos a los que viajarían los potenciales clientes.

4.1.4. Análisis de la demanda

4.1.4.1. Universo

La población en estudio considerando el 35% de participación en el mercado, corresponde a 7220.

4.1.4.2. Muestra

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula:

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

Donde:

n = tamaño de la muestra

N = universo de estudio

p = probabilidad de ocurrencia, equivalente a 0,5

z= nivel de confianza (1,65)

q = probabilidad de no ocurrencia, equivalente a 0,5

e= margen de error (9%)

$$n = \frac{7220 * 0,5 * 0,5}{(7220 - 1) \left(\frac{0,09}{1,65}\right)^2 + 0,5 * 0,5}$$

$$n = 86$$

4.1.4.3. Técnica

Se utilizó la técnica de encuesta para lograr recopilar información acerca de las preferencias de la población en base al proyecto en estudio.

4.1.4.4. Instrumento de investigación

El instrumento aplicado fue el cuestionario de 14 preguntas a través de la plataforma Google, el mismo se detalla en el anexo A.

4.1.4.5. Análisis de los resultados

- Género

Tabla 12-4. Género de los encuestados

Género	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Masculino	48	48	55,8%	55,8%
Femenino	38	86	44,2%	100,0%
Total			100,0%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

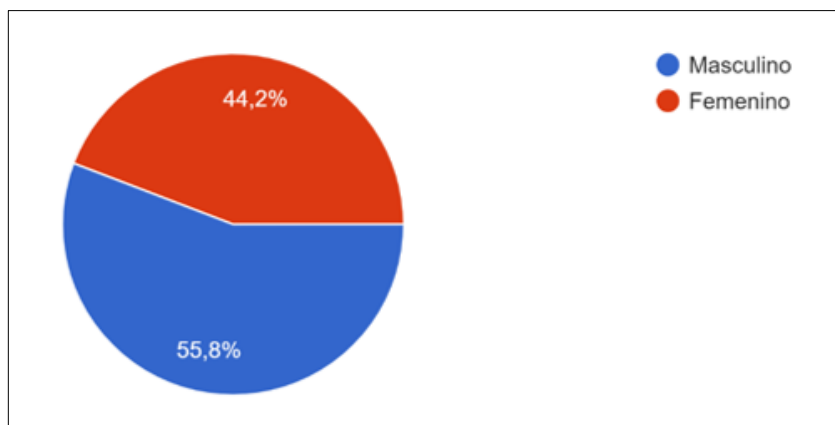


Gráfico 1-4. Género de los encuestados.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El 55,8% de los encuestados son de género masculino, mientras que el 44,2% son de género femenino.

- Edad

Tabla 13-4. Edad de los encuestados

Edad	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
14	1	1	1,2%	1,2%
17	2	3	2,3%	3,5%
19	1	4	1,2%	4,7%
20	5	9	5,8%	10,5%
21	4	13	4,7%	15,2%
22	3	16	3,5%	18,6%
23	10	26	11,6%	30,3%
24	11	37	12,8%	43,1%
25	13	50	15,1%	58,2%
26	5	55	5,8%	64,0%
27	2	57	2,3%	66,3%
28	3	60	3,5%	69,8%
29	3	63	3,5%	73,3%
30	3	66	3,5%	76,8%
31	2	68	2,3%	79,1%
32	2	70	2,3%	81,5%
34	2	72	2,3%	83,8%
35	2	74	2,3%	86,1%
36	1	75	1,2%	87,3%

37	2	77	2,3%	89,6%
38	1	78	1,2%	90,8%
41	2	80	2,3%	93,1%
42	1	81	1,2%	94,3%
44	1	82	1,2%	95,4%
45	1	83	1,2%	96,6%
46	1	84	1,2%	97,7%
48	2	86	2,3%	100,0%
Total			100,0%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

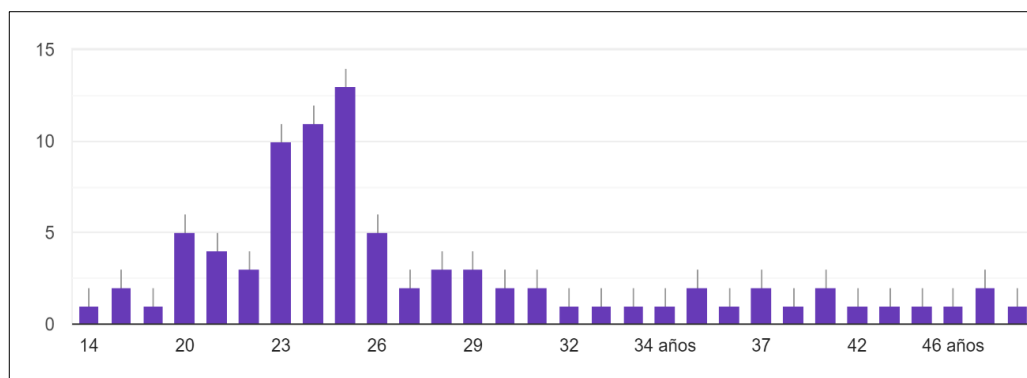


Gráfico 2-4. Edad de los encuestados

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El rango de edad de los encuestados es de 14 a 48 años. Lo cual indica que el cuestionario fue resuelto por adolescentes, jóvenes y adultos.

- Ciudad de procedencia

Tabla 14-4. Ciudad de procedencia

Procedencia	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Riobamba	40	40	46,5%	46,5%
Machachi	16	56	18,6%	65,1%
Quito	11	67	12,8%	77,9%
Pujilí	4	71	4,7%	82,6%
Cajabamba	4	75	4,7%	87,3%
Guaranda	2	77	2,3%	89,6%
Atuntaqui	1	78	1,2%	90,8%
Guayaquil	2	80	2,3%	93,1%
Ambato	1	81	1,2%	94,3%
Santo Domingo de los Tsáchilas	1	82	1,2%	95,5%

Loreto	1	83	1,2%	96,7%
Guano	1	84	1,2%	97,9%
Chambo	1	85	1,2%	99,1%
Shushufindi	1	86	1,2%	100%
Total			100%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

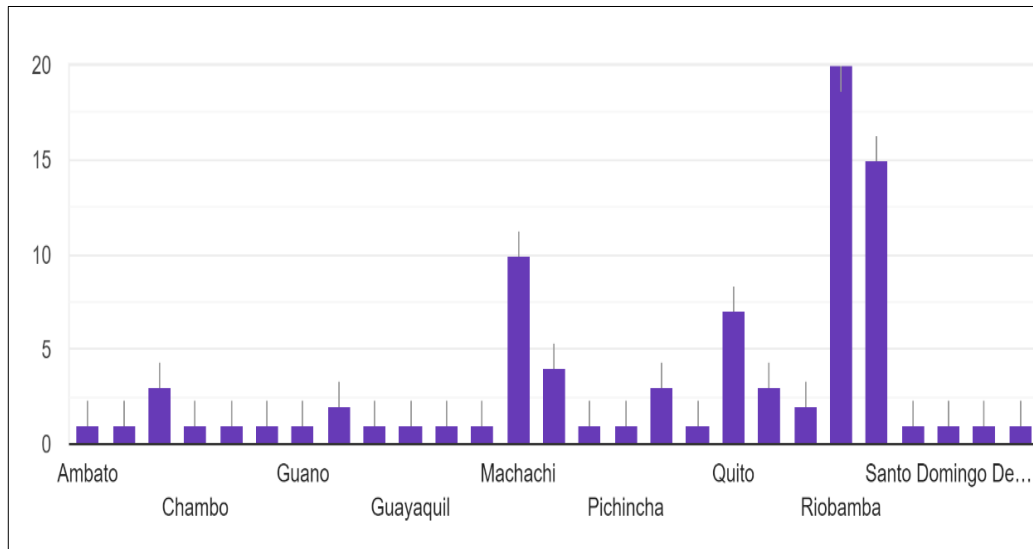


Gráfico 3-4. Ciudad de procedencia

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

La procedencia los encuestados pertenecen a la Costa, Sierra y Oriente del país, prevalece la población de la ciudad de Riobamba con 46,5%.

- Aceptación del servicio.

Tabla 15-4. Aceptación del servicio.

	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Si	84	84	97,7%	97,7%
No	2	86	2,3%	100,0%
Total			100,0%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

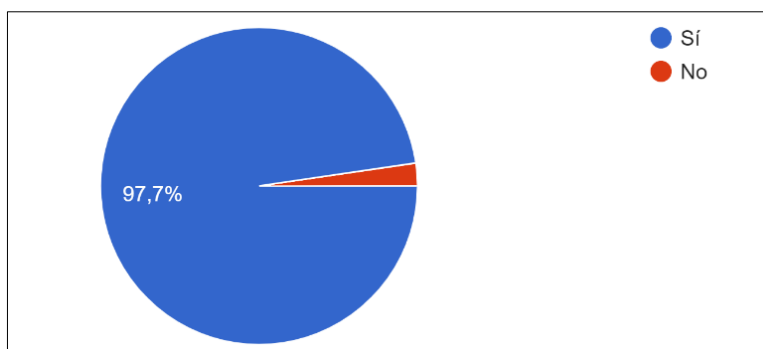


Gráfico 4-4. Aceptación del servicio turístico

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Al 97,7% de los encuestados les gustaría visitar lugares turísticos en carros (casas móviles, rodantes, motorhome, autocaravana) y el 2,3% no desearían el servicio.

- Tiempo de alquiler de la casa móvil.

Tabla 16-4. Tiempo de alquiler de la casa móvil.

Tiempo de alquiler	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
1 día	5	5	5,8%	5,8%
1 noche y 2 días	37	42	43,0%	48,8%
2 noches y 3 días	44	86	51,2%	100,0%
Total			100,0%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

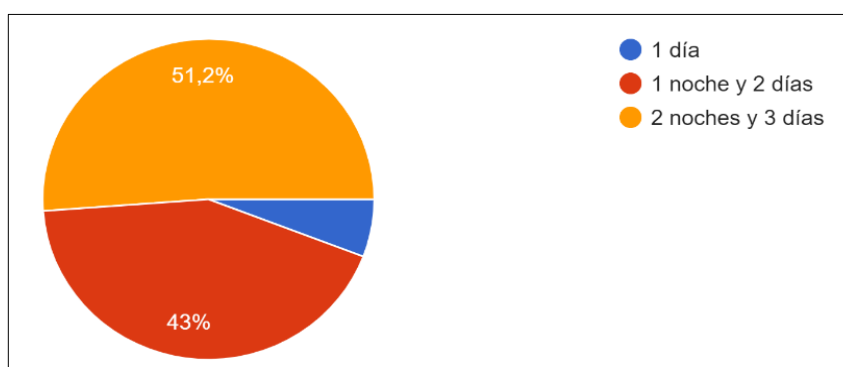


Gráfico 5-4. Tiempo de alquiler de la casa móvil.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El 5,8% de los encuestados les gustaría alquilar un carro (casas móviles, rodantes, motorhome, autocaravana) sólo un día, el 43% se inclinan por una noche y dos días, mientras que el 51,2% prefieren alquilar durante dos noches y tres días.

- Días de viaje en la casa móvil.

Tabla 17-4. Días de viaje en la casa móvil.

Días de viaje	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Viernes	2	2	2,3%	2,3%
Sábado	11	13	12,8%	15,1%
Domingo	2	15	2,3%	17,4%
Viernes y sábado	11	26	12,8%	30,2%
Viernes, sábado y domingo	60	86	69,8%	100,0%
Total			100,0%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

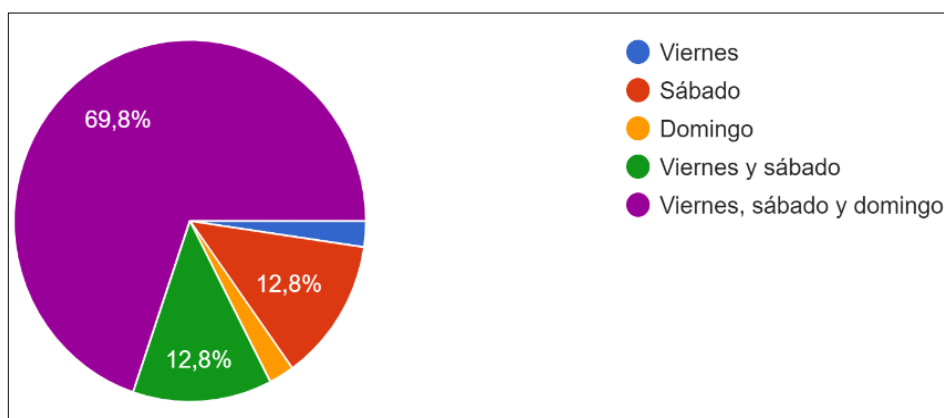


Gráfico 6-4. Días de viaje en la casa móvil.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Al 69,8% de los encuestados les gustaría viajar viernes, sábado y domingo en el carro (casas móviles, rodantes, motorhome, autocaravana), el 12,8% prefirió viajar viernes y sábado, mientras que el 2,3%, 12,8% y 2,3% escogió viajar sólo un día, viernes, sábado o domingo, respectivamente.

- Número de acompañantes.

Tabla 18-4. Número de acompañantes.

Numero de acompañantes	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
1	6	6	7%	7%
2	24	30	27,9%	34,9%
3	56	86	65,1%	100,0%

Total		100,0%	
--------------	--	--------	--

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

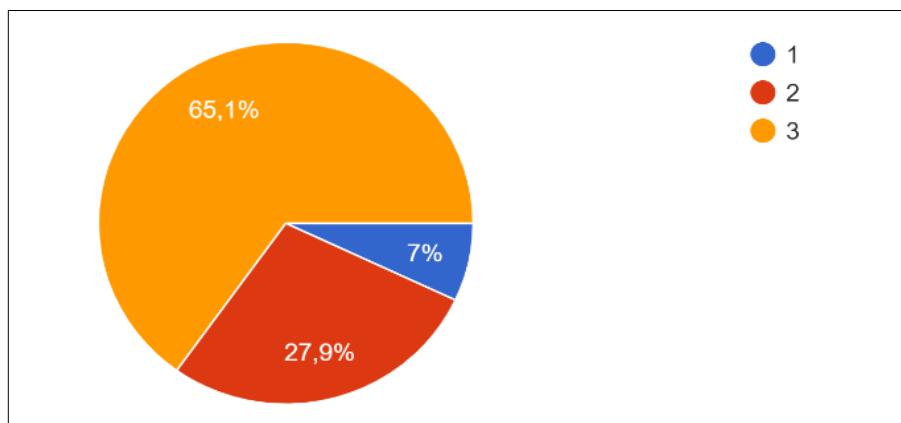


Gráfico 7-4. Número de acompañantes.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El 65,1% de los encuestados opinaron que tres personas los acompañarían en el recorrido turístico en el carro (casas móviles, rodantes, motorhome, autocaravana), el 27,9% prefiere trasladarse con dos personas y el 7% sólo con una persona.

- Número de veces al año para alquilar las casas móviles.

Tabla 19-4. Número de veces al año para alquilar las casas móviles.

Número de veces al año	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Una vez al año	21	21	24,4%	24,4%
Dos veces al año	44	65	51,2%	75,6%
Tres veces al año	11	76	12,8%	88,4%
Más de 3 veces al año	10	86	11,6%	100,0%
Total			100,0%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

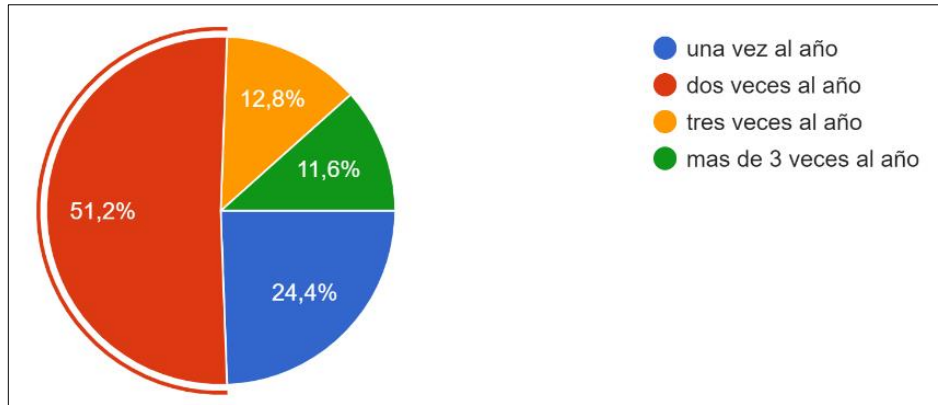


Gráfico 8-4. Número de veces al año para alquilar las casas móviles.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El 51,2% de los encuestados están dispuestos a alquilar un carro (casas móviles, rodantes, motorhome, autocaravana) dos veces al año, el 24,4% una vez al año, el 12,8% tres veces al año y el 11,6% prefieren alquilar más de tres veces al año.

- Valor diario que pagan en alimentación en un viaje turístico.

Tabla 20-4. Valor diario que pagan en alimentación en un viaje turístico.

Gasto en alimentación	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
\$30 - \$50	56	56	65,1%	65,1%
\$51 - \$80	25	81	29,1%	94,2%
\$81 - \$100	5	86	5,8%	100,0%
Total			100,0%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

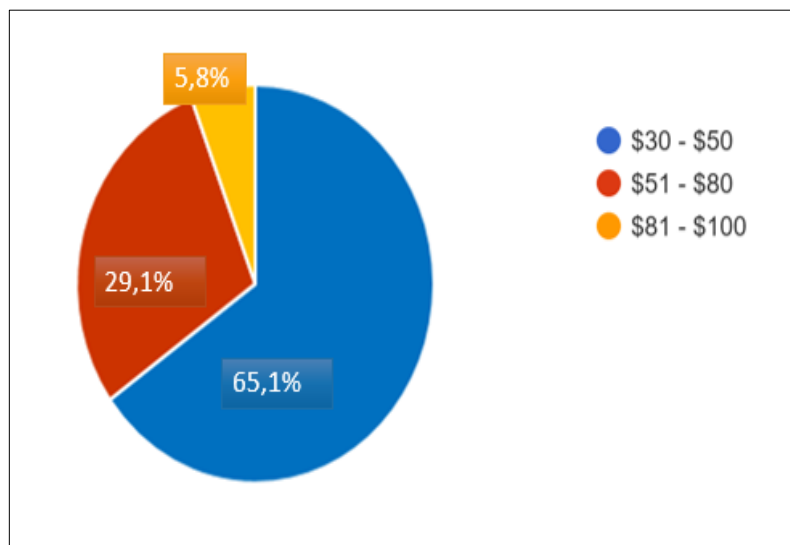


Gráfico 9-4. Valor diario que pagan en alimentación en un viaje turístico.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El 65,1% de los encuestados han cancelado diariamente un valor económico entre \$30 y \$50 en el servicio de alimentación en un viaje turístico, el 29,1% opinaron que se gasta entre \$51 y \$80 mientras que el 5,8% aducen un valor entre \$81 y 100\$.

- Valor diario que pagan en hospedaje en un viaje turístico.

Tabla 21-4. Valor diario que pagan en hospedaje en un viaje turístico.

Gasto en hospedaje	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
\$30 - \$50	62	62	72,1%	72,1%
\$51 - \$80	19	81	22,1%	94,2%
\$81 - \$100	5	86	5,8%	100,0%
Total			100,0%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

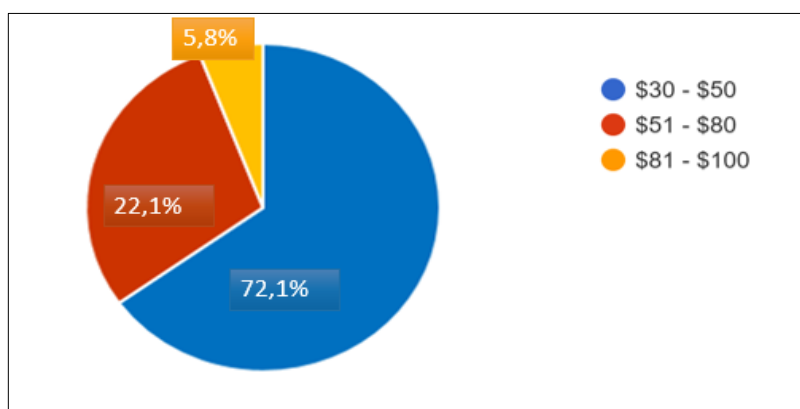


Gráfico 10-4. Valor diario que pagan en hospedaje en un viaje turístico.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El 72,1% de los encuestados han cancelado diariamente un valor económico entre \$30 y \$50 en el servicio de hospedaje en un viaje turístico, el 22,1% opinaron que se gasta entre \$51 y \$80 mientras que el 5,8% aducen un valor entre \$81 y 100\$.

- Valor diario que pagan en transporte en un viaje turístico

Tabla 22-4. Valor diario que pagan en transporte en un viaje turístico.

Gasto en transporte	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
\$30 - \$50	57	57	66,3%	66,3%

\$51 - \$80	21	78	24,4%	90,7%
\$81 - \$100	8	86	9,3%	100,0%
Total			100,0%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

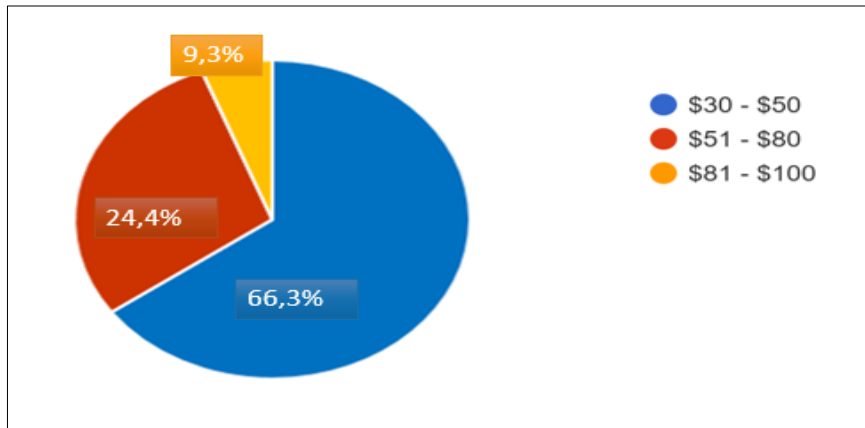


Gráfico 11-4. Valor diario que pagan en transporte en un viaje turístico.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El 66,3% de los encuestados han cancelado diariamente un valor económico entre \$30 y \$50 en el servicio de transporte en un viaje turístico, el 24,4% opinaron que se gasta entre \$51 y \$80 mientras que el 9,3% aducen un valor entre \$81 y 100\$.

- Medios de comunicación en los que se informan sobre servicios turísticos.

Tabla 23-4. Medios de comunicación en los que se informan sobre servicios turísticos.

Medios	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Internet	73	73	84,9%	84,9%
Radio	1	74	1,2%	86,1%
Televisión	1	75	1,2%	87,3%
Familia o amigos	9	84	10,5%	97,8%
Recomendaciones	2	86	2,3%	100%
Total			100%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

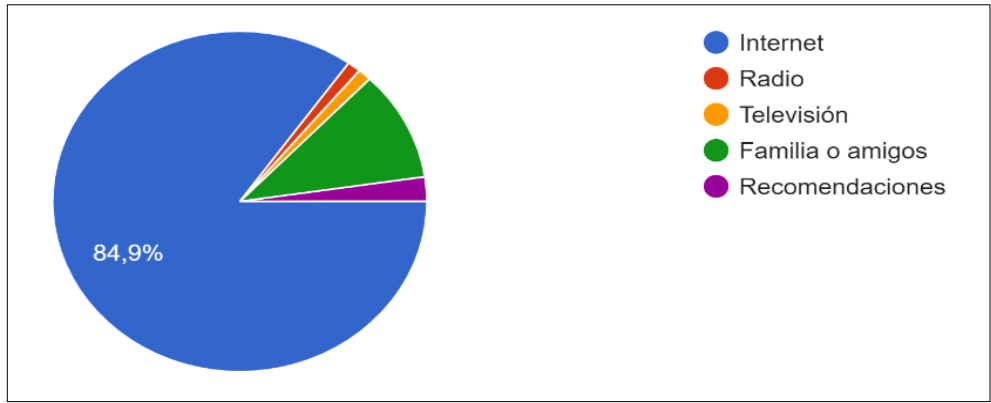


Gráfico 12-4. Medios de comunicación en los que se informan sobre servicios turísticos.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El internet es el medio de comunicación que predomina en los encuestados con el 84,9%, la familia y amigos tiene un porcentaje de 10,5%, las recomendaciones son importantes con un 2,3% y la radio y televisión con el 1,2% cada uno.

- **Formas de pago para cancelar servicios turísticos.**

Tabla 24-4. Formas de pago para cancelar servicios turísticos.

Formas de pago	Frecuencia Absoluta	Frecuencia Absoluta Acumulada	Frecuencia Relativa	Frecuencia Relativa Acumulada
Efectivo	65	65	75,6%	75,6%
Tarjeta	12	77	14%	89,6%
Transferencia bancaria	9	86	10,5%	100%
Total			100%	

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

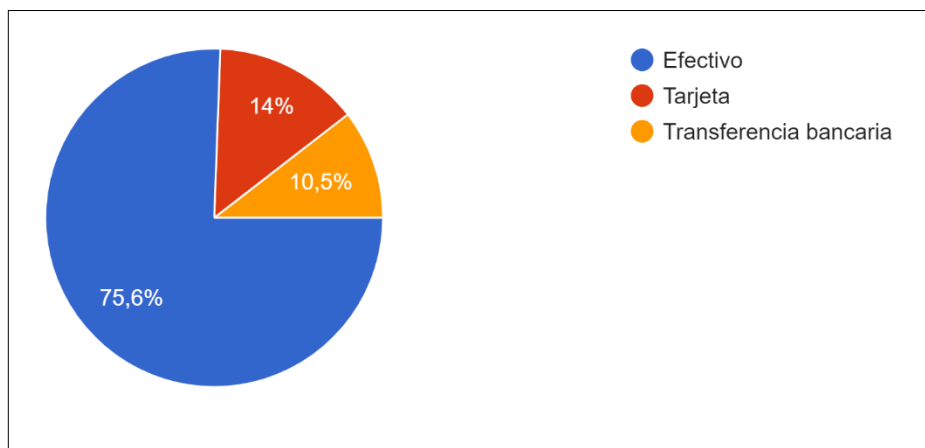


Gráfico 13-4. Formas de pago para cancelar servicios turísticos.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

La forma de pago más popular en los encuestados es el efectivo con un 75,6%, en segundo lugar, el pago con tarjeta 14% y al final la transferencia bancaria con 10,5%.

4.1.4.6. Perfil de los potenciales clientes

El cuestionario fue resuelto por los posibles potenciales clientes; adolescentes, jóvenes y adultos con un rango de edad de 14 a 48 años, los mismos que corresponde al género masculino el 55,8% y femenino el 44,2%. Son oriundos de la costa, sierra y oriente, pero sobresalen los ciudadanos oriundos de Riobamba con el 46,5%, Machachi 18,6% y Quito 12,8%.

En cuanto a la aceptación del servicio, se determinó que al 97,7% les gustaría alquilar casas móviles (autocaravana, motorhome, casa carro, casa rodante, etc.) para visitar lugares turísticos, el 51,2% prefiere alquilar durante dos noches y tres días que corresponde al 69,8% los días viernes, sábado y domingo y el 65,1% desean viajar con tres personas más como acompañantes. Al 51,2% de los potenciales clientes les gustaría alquilar el servicio dos veces al año, el 66,6% opinaron que en sus viajes gastan un promedio de \$30 a \$50 en transporte, alimentación y hospedaje, así también el 75,6% prefieren cancelar el servicio en efectivo y el 84,9% utiliza el internet como medio principal de comunicación.

4.1.5. Plan mercadotécnico

4.1.5.1. Canal de distribución

El canal de distribución establecido es: productor-consumidor final porque se evita intermediación y le cuesta menos al productor ya que el producto es nuevo.

4.1.5.2. Imagen corporativa

- Logotipo






Figura 1-4. Logotipo de la casa rodante.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

En Ecuador y en especial en Riobamba, provincia de Chimborazo, las casas móviles conocidas también como casas rodantes, autocaravanas, motorhome, vehículos recreacionales (RV), etc., es un producto innovador en el mercado, el objetivo es brindar al cliente una aventura diferente en la cual disfrute de todos los servicios (hospedaje, alimentación, transporte) en un solo lugar.

Es necesario definir las actividades para realizar en un viaje y de esta manera los turistas tengan conocimiento acerca de lo que pueden realizar a lo largo del mismo. A continuación, se presentan cada uno de los elementos utilizados para la creación de este logotipo con su respectivo significado.

Tabla 25-4. Descripción del logotipo

Denominación	Imagen	Descripción
Casa móvil		Es un vehículo que contiene mobiliario básico en su interior y representar un hogar, puede ser usado como vivienda durante los viajes.
Nevado Chimborazo		El nevado "Chimborazo" representa el principal lugar de visita para quienes alquilen las casas móviles, además es la provincia en la que se desarrolla el proyecto.
Franja tricolor		La franja amarilla, azul y rojo representa todo el espacio geográfico del Ecuador, el servicio de arriendo de la casa móvil recorre el país según los gustos y preferencias del cliente.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

- Eslogan

El eslogan "Nuevas aventuras" tiene el objetivo de representar la innovación del servicio, se enfoca en describir las nuevas experiencias en base al disfrute del turismo en el país, especialmente de la provincia de Chimborazo ya que es el lugar donde se desarrolla el proyecto.

- Papelería

Hoja membretada



Figura 2-4. Diseño de la hoja membretada.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Tarjeta de presentación



Figura 3-4. Diseño de la tarjeta de presentación – lado anterior.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.



Figura 4-4. Diseño de la tarjeta de presentación – lado posterior.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Afiche



Figura 5-4. Diseño del afiche

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Volante



Figura 6-4. Diseño del volante

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Rótulo



Figura 7-4. Diseño del rótulo

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Anuncios

1. Radio

¡VIVE NUEVAS AVENTURAS!

Disfruta de una experiencia única e inigualable alquilando una casa rodante en “C.Z tours” para gozar de tranquilidad, comodidad y seguridad en tu viaje a la provincia de Chimborazo o a cualquier lugar del Ecuador. Anímate, vive y viaja.

Contáctanos: 0982247311.

2. Televisión

- Toma: Toma general / Tomas por escenas
- Tipo toma: Primer plano; paneo
- Toma Motivo: Promotor C.Z tours, casa rodante
- Efecto especial: ZOOM IN y ZOOM OUT

Se aplica el “crane” para subir o bajar de nivel junto con la cámara, cuando se sube con la cámara se le denomina “CRANE UP” y cuando se baja se le denomina “CRANE DOWN”.

- Tiempo: 0:30 min
- Guion narrativo:

Riobamba contará con una experiencia nueva de alquilar un vehículo tipo casa rodante, con el fin de aprovechar los servicios de alimentación, transporte y hospedaje en un ambiente cómodo, tranquilo y segura y lo más importante realizar un viaje turístico para visitar lugares atractivos de la provincia u otro lugar del país.

El modelo de los autos es Mercedes-Benz Motorhome, se trata de un vehículo con disposición de hasta cuatro pasajeros y está esencialmente diseñado para el uso recreativo ya que se ajusta a las necesidades del viajero como si estuvieran en una casa.

Página web

Link: <https://cujilemajosselin.wixsite.com/casarodante2021>

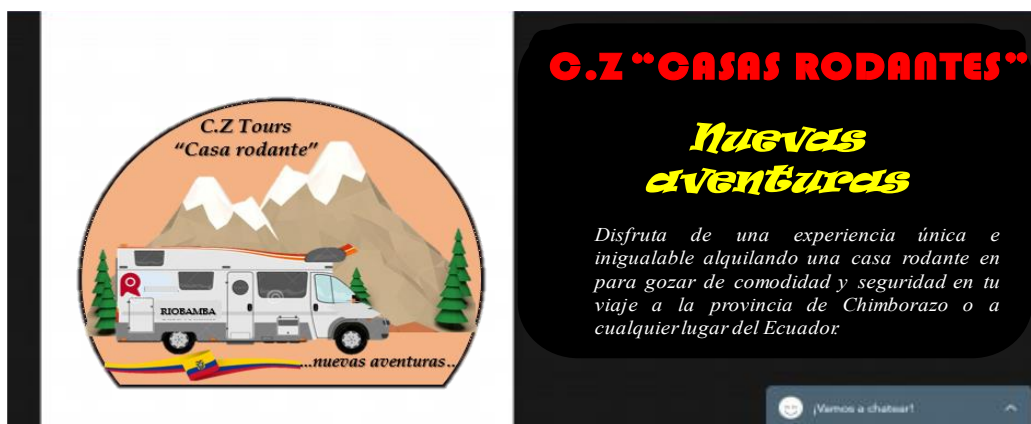


Figura 8-4. Diseño de la página web.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Facebook

Link: <https://www.facebook.com/Casa-Rodante-Riobamba-C.Z-2021-853842264970284/>

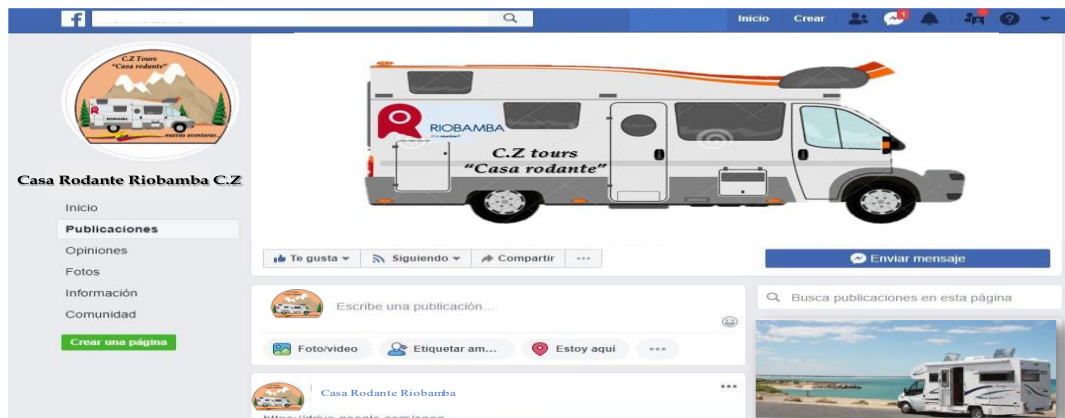


Figura 9-4. Diseño de la página de facebook.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Instagram

Link: https://www.instagram.com/casarodanteriobamba_2021/



Figura 10-4. Diseño de la página de Instagram.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.1.6. Presupuesto del área comercial

4.1.6.1. Talento humano

Tabla 26-4. Talento humano para el área comercial

Cargo	Sueldo básico	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%					
Vendedor/ (repcionista)	\$500,00	\$47,25	\$55,75	\$603,00	\$603,00	\$33,33	\$603,00	\$7.236,00
Total								\$7.236,00

Realizado por: Cujilema, 2021.

Tabla 28-4: Rol de pagos para el primer año.

Cargo	Sueldo básico	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%					
Vendedor/ (repcionista)	\$500,00	\$47,25	\$55,75	\$603,00	\$603,00	\$33,33	\$656,03	\$7.872,33
Total					\$50,25	\$2,78		\$7.872,33

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – Gobierno Nacional de Ecuador (IESS.GOB.EC, 2020).

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El rol de pagos se calculó a partir de la remuneración unificada para los trabajadores del sector público, tomando en cuenta el aporte personal calculado al 9.45% y el aporte patronal al 11,15% establecido en la tasa de aportaciones del IESS (2020).

Tabla 27-4. Rol de pagos para el segundo año.

Cargo	Sueldo básico	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Fondos de reserva	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%						
Vendedor/ (repcionista)	\$500,00	\$47,25	\$55,75	\$603,00	\$603,00	\$33,33	\$50,23	\$706,26	\$8.475,09
Total					\$50,25	\$2,78	\$4,19		

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – Gobierno Nacional de Ecuador (IESS.GOB.EC, 2020).

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.1.6.2. Activos fijos

Tabla 28-4. Activos fijos del área comercial.

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Terreno	32	m2	\$75,00	\$2.400,00
Subtotal				\$2.400,00
Construcción edificación				
Área de recepción	32	m2	\$170,00	\$5.440,00
Subtotal				\$7.840,00
Máquinas y equipos				
Teléfono	1	Unidad	\$30,00	\$30,00
Máquina de desinfección	1	Unidad	\$200,00	\$200,00
Termómetro infrarrojo	1	Unidad	\$20,00	\$20,00
Alarma de seguridad	1	Unidad	\$65,00	\$65,00
Extintor	1	Unidad	\$15,00	\$15,00
Dispensador de agua	1	Unidad	\$15,00	\$15,00
Perforadora	1	Unidad	\$2,50	\$2,50
Engrapadora	1	Unidad	\$2,00	\$2,00
Calculadora	1	Unidad	\$5,00	\$5,00
Subtotal				\$354,50
Equipo de computo				
Laptop	1	Unidad	\$250,00	\$250,00
Impresora	1	Unidad	\$150,00	\$150,00
Subtotal				\$400,00
Muebles y enseres				
Mueble de oficina	1	Unidad	\$80,00	\$80,00
Silla de oficina	1	Unidad	\$10,00	\$10,00
Sillas de espera	4	Unidad	\$25,00	\$100,00
Mesa de centro	1	Unidad	\$40,00	\$40,00
Bote de basura	1	Unidad	\$5,00	\$5,00
Subtotal				\$235,00
Menajes y blancos				
Alfombra	1	Unidad	\$30,00	\$30,00
TOTAL				\$18.044,50

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.1.6.3. Activos diferidos

Tabla 29-4. Activos diferidos del área comercial.

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Publicidad antes				
Volantes	1000	Unidad	\$0,15	\$150,00
Anuncios radio	2	Unidad	\$90,00	\$180,00
Diseño página web	1	Unidad	\$150,00	\$150,00
Subtotal				\$480,00
Otros				
Estudio de mercado	1	Unidad	\$1.000,00	\$1.000,00
Capacitación al vendedor	1	Unidad	\$800,00	\$800,00
Subtotal				\$1.800,00
TOTAL				\$2.280,00

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.1.6.4. Materiales e insumos

Tabla 30-4. Materiales e insumos del área comercial.

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Inversión
Tinta de impresora	1	Unidad	\$35,00	\$35,00
Esferos	12	Unidad	\$0,25	\$3,00
Facturas	2	Unidad	\$5,00	\$10,00
Clips	5	Caja	\$0,25	\$1,25
Papel bond	5	Unidad	\$2,00	\$10,00
Grapas	5	Caja	\$0,25	\$1,25
kit de limpieza	4	Kit	\$120,00	\$480,00
Subtotal				\$540,50
TOTAL				\$540,50

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.1.6.5. Promoción y publicidad – otros gastos

Tabla 31-4. Promoción y publicidad – otros gastos del área comercial.

Rubro	Cantidad	Costo unitario	Inversión
Medios de comunicación durante la ejecución			
Spots por radio mensualmente	6	\$75,00	\$450,00
Subtotal			\$450,00
Medios impresos durante la ejecución			
Volantes	300	\$0,15	\$45,00

Tarjetas de presentación	200	\$0,15	\$30,00
Hojas membretadas	50	\$0,25	\$12,50
Subtotal			\$87,50
Total			\$537,50

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.2. Viabilidad técnica – productiva

4.2.1. Localización del proyecto

4.2.1.1. Macro localización

“C.Z Tours” está ubicado en Ecuador, provincia de Chimborazo, cantón Riobamba.

4.2.1.2. Micro localización

El sitio donde se pretende implementar la empresa de alquiler de casas rodantes “C.Z Tours” está ubicado en el cantón Riobamba parroquia Lizarzaburu sector parque Sesquicentenario, esto corresponde a las siguientes coordenadas x: -1.67098 y: -78.64712 a una altura de 2750 msnm. A continuación, se detalla la ubicación geográfica a nivel provincial, cantonal y parroquial del área en estudio.

- ✓ Mapa de ubicación de la provincia de Chimborazo a nivel nacional.

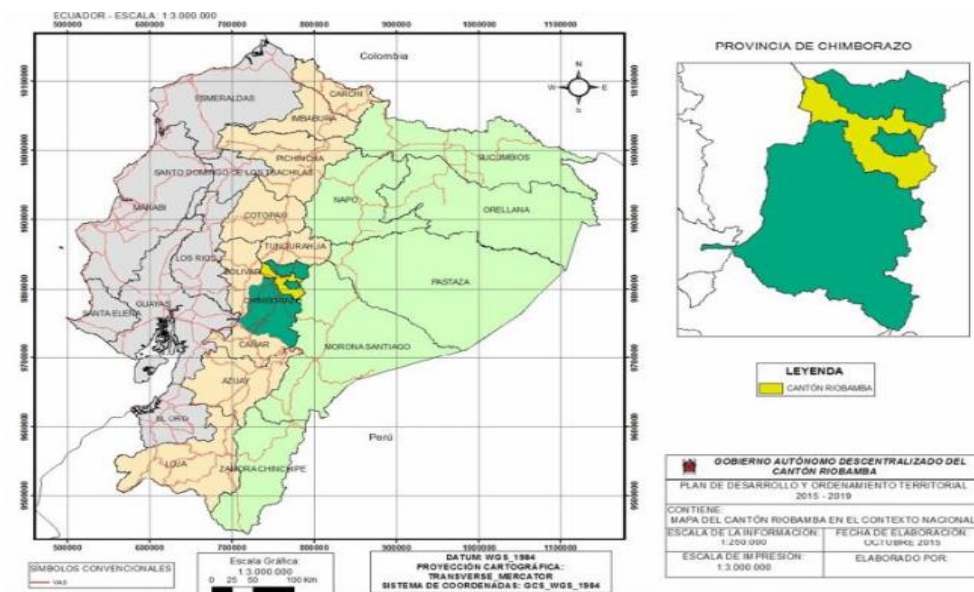


Figura 11-4. Mapa de ubicación de la provincia de Chimborazo a nivel nacional.

Fuente: GADM – Riobamba (2019)

Realizado por: Equipo técnico GADM – Riobamba

✓ Mapa de la división política de la provincia de Chimborazo.



Figura 12-4. Mapa de la división política de la provincia de Chimborazo.

Fuente: GADM – Riobamba (2019)

Realizado por: Equipo técnico GADM – Riobamba

✓ Mapa de las parroquias urbanas de Riobamba.

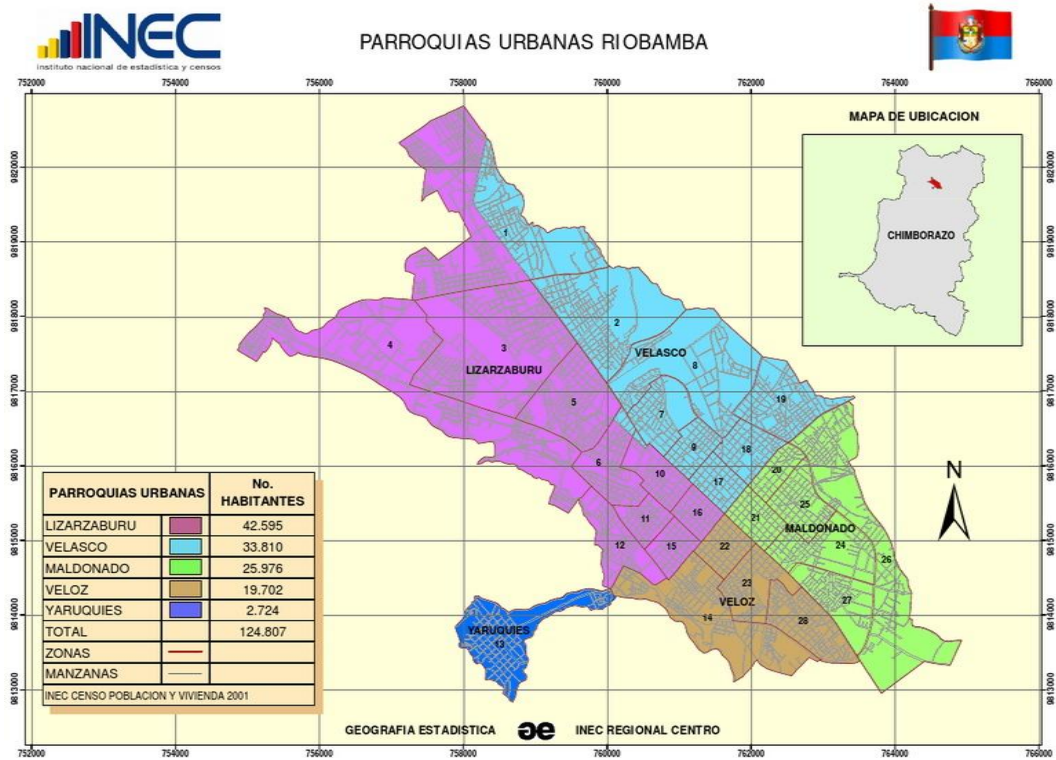


Figura 13-4. Mapa de las parroquias urbanas de Riobamba.

Fuente: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (2017).

4.2.2. Tamaño del proyecto

4.2.2.1. Capacidad operativa

Tabla 32-4. Capacidad operativa

Años	Demanda	Participación en el mercado (35%)
2022	20.628	7220
2023	20.835	7292
2024	21.043	7365
2025	21.253	7439
2026	21.466	7513

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.2.2.2. Consumo aparente

Tabla 33-4. Consumo aparente

Año	Participación en el mercado (35%)	Semestre	Trimestre	Mes	Semana	Diario
2022	7220	3610	1805	602	120	20
2023	7292	3646	1823	608	122	20
2024	7365	3683	1841	614	123	20
2025	7439	3719	1860	620	124	20
2026	7513	3757	1878	626	125	20

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

La capacidad operativa se determinó en función de la capacidad de inversión que tiene el emprendedor, lo que corresponde a 5 vehículos (casas móviles) para 4 personas cada uno.

4.2.3. Diseño arquitectónico

4.2.3.1. Planta arquitectónica de las áreas

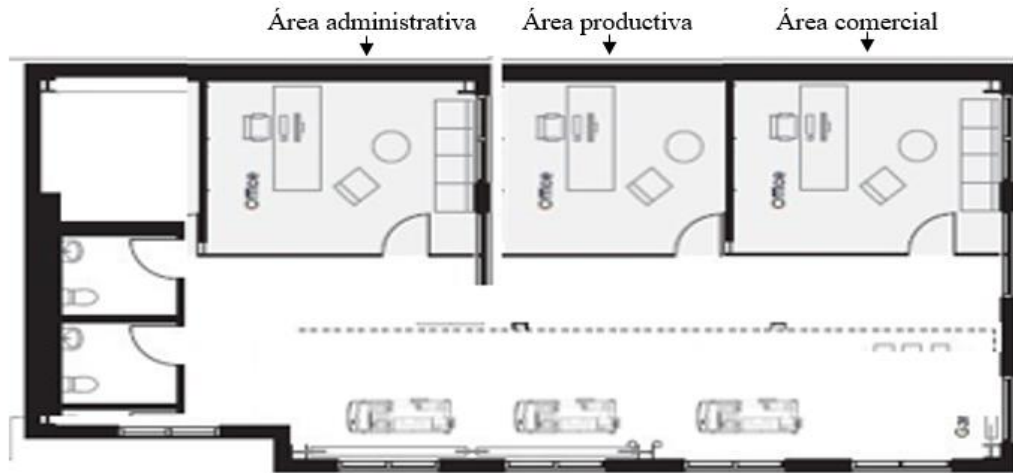


Figura 14-4. Planta arquitectónica de las áreas

Fuente: Plataforma arquitectura (2021).

Realizado por: Josselin Cujilema, 2021.

4.2.3.2. Planta arquitectónica de la casa móvil.

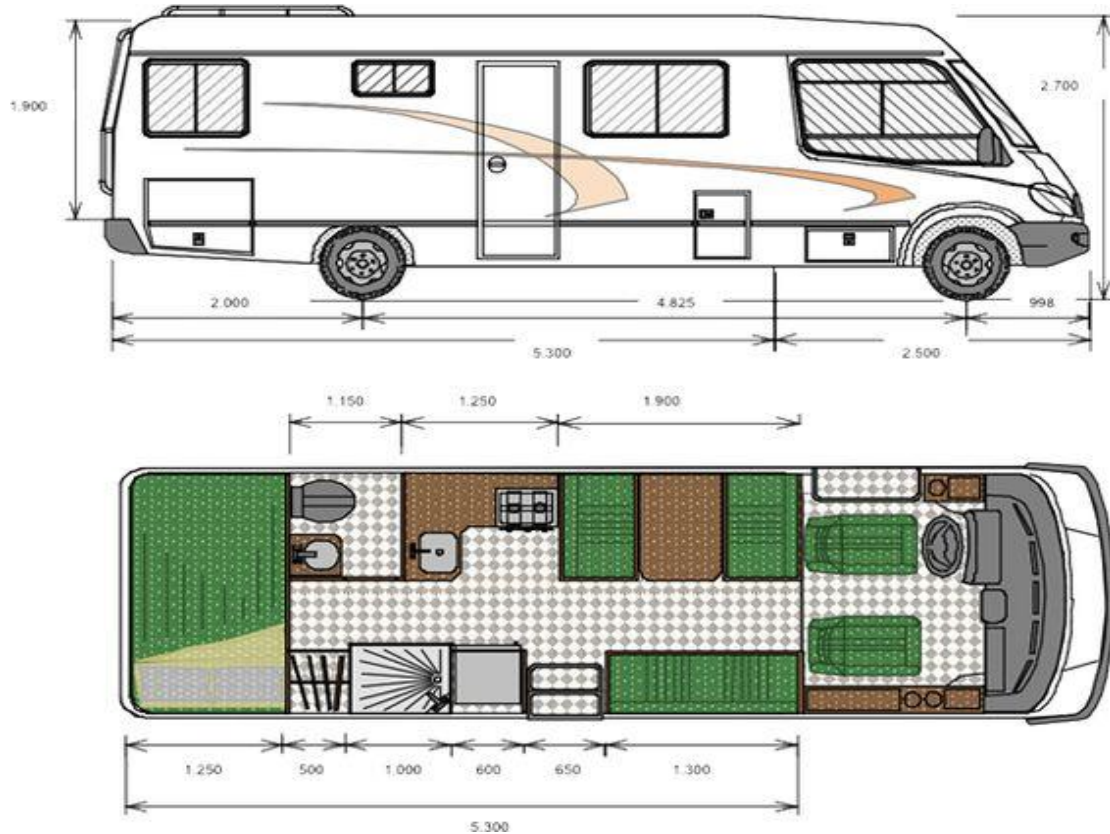


Figura 15-4. Planta arquitectónica de la casa móvil.

Fuente: Plataforma arquitectura, modelo Mercedes-Benz Sprinter Motorhome (2021).

a. Disposición y medidas internas del vehículo

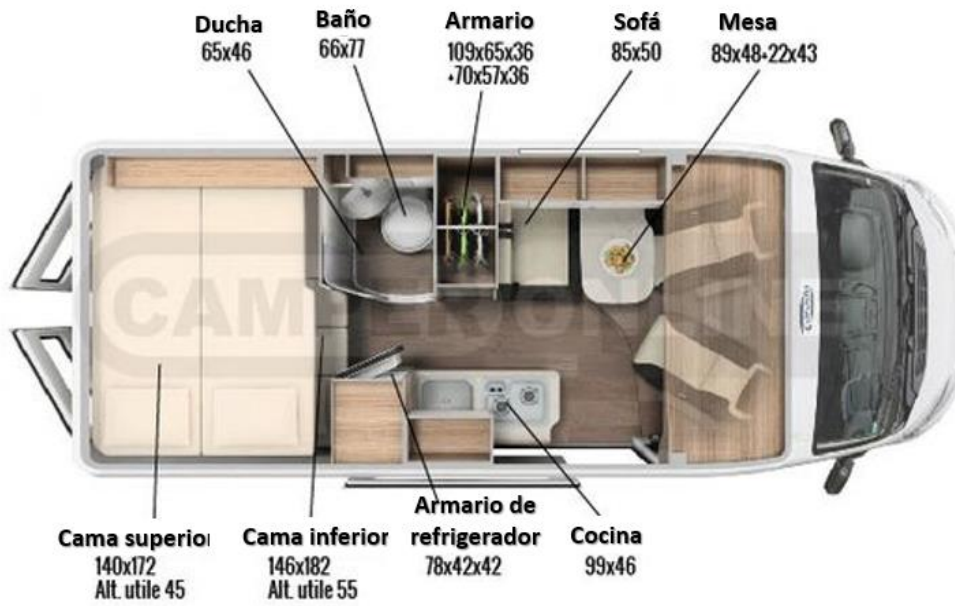


Figura 16-4. Disposición y medidas internas del vehículo

Fuente: Plataforma arquitectura, modelo Mercedes-Benz Sprinter Motorhome (2021).

b. Disposición y medidas del equipamiento interno del vehículo

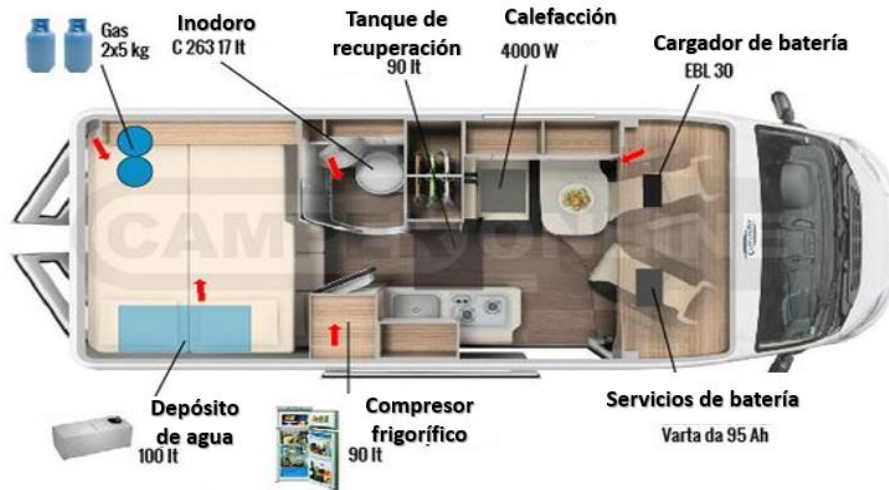


Figura 17-4. Disposición y medidas del equipamiento interno del vehículo

Fuente: Plataforma arquitectura, modelo Mercedes-Benz Sprinter Motorhome (2021).

4.2.4. Proceso productivo

4.2.4.1. Fundamentación teórica del proceso productivo

El proceso productivo es un conjunto de operaciones importantes y muy necesarias para llevar a cabo la transformación y elaboración de un producto o el diseño de un servicio (Nuño, 2017: p.1). Montoyo y Marco (2012: p.3) añaden que el proceso de transformación de los productos o servicios en productos finales debe ser estudiado y planificado anticipadamente, pues de ese proceso dependerá la calidad final del mismo, así como los recursos y costes precisos para su realización.

4.2.4.2. Proceso productivo del alquiler de casas móviles

Según Aranguren (2018: p.3) una empresa o agencia de alquiler de casas móviles, es una compañía que ofrece automóviles de alquiler para cortos o largos períodos de tiempo según la naturaleza del servicio, usualmente sus establecimientos están situados en las afueras de aeropuertos, estaciones de trenes y autobuses.

Sin embargo Mayorga (2016: p.2) opina que la empresa de alquiler de autocaravanas o casas móviles se complementan con el servicio digital de una página web para permitir que los clientes realicen sus reservas a través de internet y que el alquiler se efectúa en base a un contrato por un período de tiempo explícito en el mismo, a una cantidad de dinero acordada por parte del cliente y la empresa que brinda el servicio de renta.

4.2.4.3. Representación del flujo de producción del servicio de transporte.

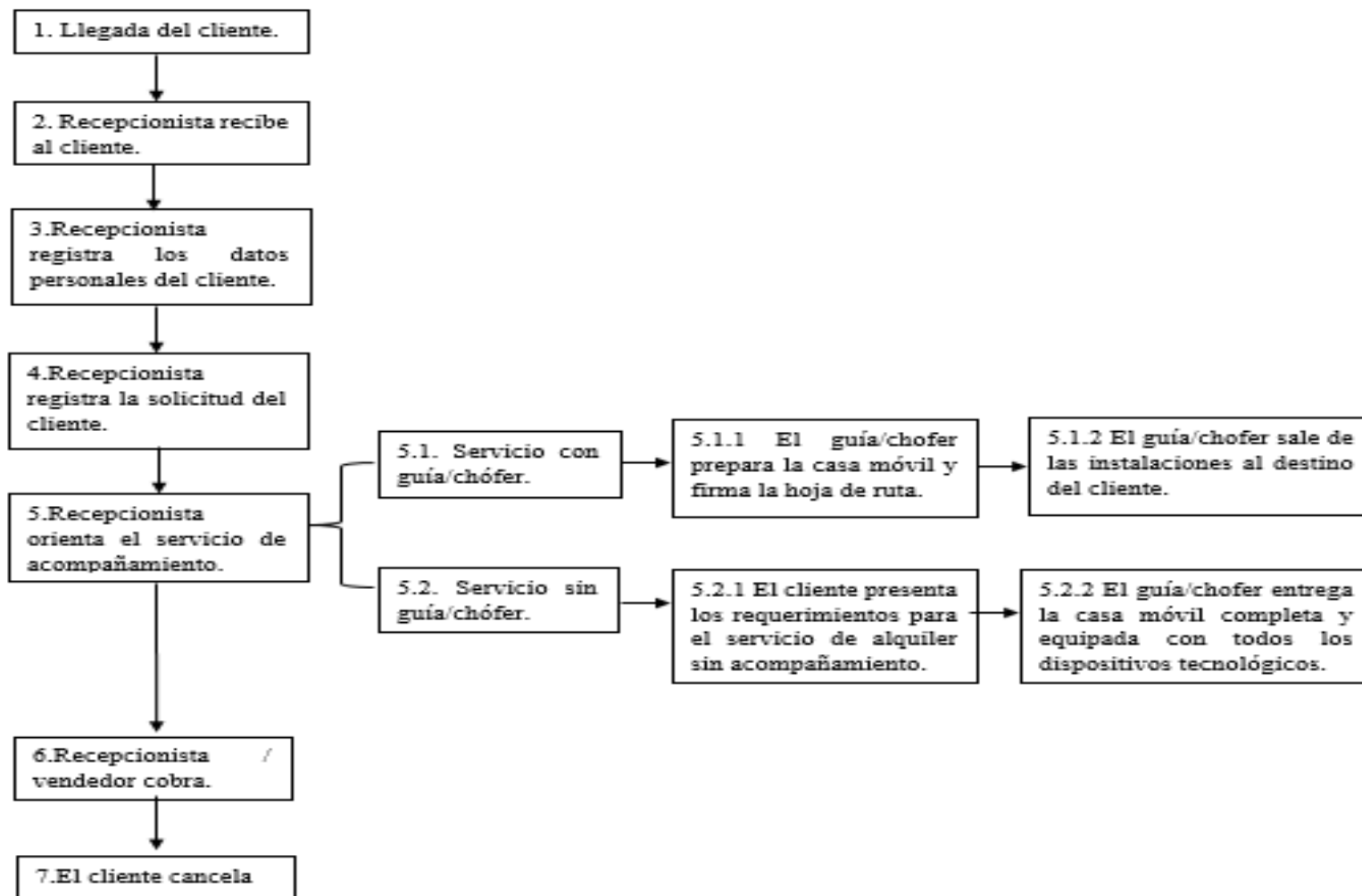


Gráfico Representación del flujo de producción del servicio de transporte.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.2.4.4. Descripción del proceso productivo de alquiler de casas móviles de “C.Z Tours”.

“C.Z Tours” es constituida con el objetivo de ofrecer los servicios de transporte y hospedaje a través del alquiler casas móviles (rodantes, autocaravana, motorhome, etc.) bajo la perspectiva de que el viaje sea tranquilo, cómodo y seguro.

a. Horarios de reserva.

Para “C.Z Tours” es imprescindible establecer un horario de reserva con la finalidad de gestionar de forma ágil y responsable las solicitudes de alquiler por parte de los clientes, y de esa manera cumplir con todas las necesidades y requerimientos de los mismos.

Las reservas se lo realizan de forma presencial en la dirección; Canónigo Ramos y 11 de noviembre, sector parque Sesquicentenario o llamar al número de contacto 0982247311, los horarios se detallan en la siguiente tabla.

Días	Horario en la mañana	Horario en la tarde
Lunes, martes y miércoles	8:00 – 12:00	14:00 – 18:00

b. Horarios de alquiler al cliente

El servicio de alquiler de casas móviles está abierto al público de jueves a domingo en el horario que se detalla en la siguiente tabla.

Tabla 34-4. Horarios de atención

Un día	
Día	Hora
Jueves	08:00 a 18:00 por día
Viernes	
Sábado	
Domingo	
Dos días	
Jueves y viernes	07:00 del primer día a 18:00 del segundo día
Viernes y sábado	
Sábado y domingo	
Tres días	
Jueves, viernes y sábado	06:00 del primer día a 19:00 del tercer día
Viernes, sábado y domingo	
Cuatro días	
Jueves, viernes, sábado y domingo	06:00 del primer día a 19:00 del cuarto día

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

c. Servicio de acompañamiento

“C.Z Tours” por medidas de seguridad ofrece al turista la oportunidad de elegir el servicio de guía/chofer para realizar su viaje. En el caso de que el cliente no prefiera el servicio de acompañamiento, su conductor deberá:

- Presentar la cédula de identidad.
- Tener 20 años de edad (cumplidos).
- Presentar la licencia profesional tipo C o E.
- Carnet legal de guía (local, nacional o especializado)

d. Características del vehículo

El modelo de los vehículos que posee “C.Z Tours” es Mercedes-Benz Sprinter Motorhome, son fabricados en Argentina, cumple con los niveles de calidad, el chasis es original y la carrocería integral es realizada por la firma Caravana Vehículos Recreativos S.R.L., representante e importadora de equipamiento para motorhomes con más de quince años de experiencia en el mercado.



Figura 18-4. Mercedes-Benz Sprinter Motorhome

Fuente: Bedini (2019).

Estos automóviles tienen capacidad de dos hasta máximo cuatro personas, están diseñados principalmente para el uso recreativo en todo tipo de rutas y son excelentes para descubrir nuevos destinos con todas las comodidades que, gracias a su capacidad de adaptación y a la tecnología se ajustan a las necesidades del turista como si estuviera en su casa.



Figura 19-4. Mercedes-Benz Sprinter Motorhome (sección delantera)

Fuente: Bedini (2019)

Dentro del equipamiento de los vehículos comprenden con grupo electrógeno insonorizado, calefacción por tuberías, aire acondicionado, parrilla a gas, smart TV, barra de sonido, cafetera de cápsulas, horno y microondas, termotanque, ventanas de acrílico doble, toldo automatizado, sistema de domótica smart home mobile, además de tapizados en cuero y detalles hogareños (Bedini, 2019: p.1).



Figura 20-4. Mercedes-Benz Sprinter Motorhome (interior)

Fuente: Bedini (2019)



Figura 21-4. Mercedes-Benz Sprinter Motorhome (cocina)

Fuente: Bedini (2019)

- e. Obligaciones del conductor (guía/chofer) de “C.Z Tours”
- ✓ Es obligación del conductor poseer los documentos actualizados con la normativa vigente para conducir la casa mòvil.
 - ✓ El conductor debe revisar el estado y presión de los neumáticos y el de los líquidos.
 - ✓ Revisar que los retrovisores sobresalgan un máximo de 20 centímetros con respecto a la anchura del vehículo, ya que; cuanto más separados estén, mejor visibilidad habrá.
 - ✓ Conducir de forma suave, sin acelerones ni frenadas bruscas, para evitar que el conjunto se desestabilice.
 - ✓ Llevar todos los objetos del interior correctamente guardados y sujetos. Nada debe estar suelto mientras el vehículo circula.
 - ✓ Conducir a una velocidad estable pero no demasiado rápida ni lenta, porque se generan riesgos innecesarios con el resto de vehículos.
 - ✓ Colocar el sistema de GPS a todos los automoviles.
 - ✓ Llenar la hoja de ruta previo a la salida de los automoviles.
 - ✓ Si el viento es muy fuerte durante el viaje, lo más prudente y seguro es reducir la velocidad e incluso detener el vehículo hasta que el clima mejore.
 - ✓ No beber ningún tipo de alcohol o alguna sustancia estupefaciente que represente riesgo la salud del conudctor y de los usuarios.
 - ✓ Las casas móviles pueden estacionar en cualquier lugar donde no haya una señal que expresamente lo prohíba.

- ✓ Evitar los adelantamientos a otros autos de la vía, en el caso de ser necesario, se podrá adelantar únicamente a un vehículo a la vez, no más.
- ✓ Llenar el tanque de combustible previo a cada salida del automóvil en presencia del usuario.

f. Tipos de turismo para disfrutar en la provincia de Chimborazo.

Turismo gastronómico

Es una forma de turismo, donde el interés está puesto en la gastronomía y cultura culinaria del país que se visita. Su principal motivación es conocer y experimentar las formas de preparar ciertos alimentos, descubrir nuevos sabores y entender los elementos que lo rodean, sean estos culturales, naturales, sociales, etc (Vivanco F, 2021, p. 90).

La gastronomía de la provincia de Chimborazo es muy variada porque en la preparación se agrega granos cocinados como: habas, mellocos, mote, ocas, fréjol, que son autóctonos de cada sector, entre los platos típicos más apetecidos son; la fritada, el chorizo, la chicha huevona, las cholas, colada morada con guaguas de pan, muyuelas, conejo asado, tripa mishqui, papas con cuy, sesina (filete de carne seca al sol), morocho, machica, tostado (Villalva M, 2014, p. 67).



Figura 22-4. Gastronomía de la provincia de Chimborazo

Fuente: Bayas (2014)

Turismo religioso

Es una modalidad de viaje motivada por la fe, la espiritualidad, la devoción o el interés por conocer el patrimonio de arte sacro que incluye todos los credos de interés turístico para alcanzar gracias espirituales a través de la proximidad, el contacto o la inmersión en lo sagrado, o para el conocimiento de una religión y cultura a través de la práctica orientada u observación propia (Moreno A, 2022, p. 78).

La capital de la provincia de Chimborazo fue la primera ciudad española fundada en el país, en el año de 1534, desde entonces se evidencia la tradición religiosa expresada en hermosas iglesias. Riobamba cuenta con una propuesta sobre la Ruta de las Iglesias, entre ellas; la iglesia de San Antonio de Padua, el Museo la Concepción, la iglesia de la Concepción, iglesia San Alfonso, la capilla de Santa Bárbara, La Catedral, la iglesia la Basílica, la casa museo y la iglesia La Merced, con el objetivo de resaltar el turismo y la religión, promocionando el patrimonio histórico y cultural del cantón y que los visitantes conozcan un poco más de la historia, costumbres y tradiciones religiosas (Ricaurte V, 2017, p. 98).



Figura 23-4. Iglesias de la ciudad de Riobamba

Fuente: Ricaurte (2017)

Turismo de aventura

Son los viajes o desplazamientos realizados por los turistas en busca de actividades generalmente asociadas a la práctica de ejercicio físico, y que suelen realizarse en zonas antiguas o relativamente inexploradas (Moreno Álvaro 2022, p. 89). En la provincia de Chimborazo, se pueden realizar actividades como; ciclismo, trekking, rappel, parapente, motocross, etc. Pero es importante investigar a profundidad sobre el lugar a elegir para disfrutar de experiencias maravillosas y seguras.

En las faldas del volcán Chimborazo, ubicado en Riobamba, sector la Chorrera, se realizan en actividades de adrenalina, deportes extremos, camping, avistamiento de aves y paisajes, el sitio está ubicado a 4.000 metros de altura, en la parte sur occidental del volcán, la ruta de escalada está abierta para expertos, principiantes y aficionados. En el lugar existen parqueaderos, restaurantes comunitarios y sitios para acampar con los servicios necesarios para garantizar la seguridad y estadía (Montes J, 2016, p. 76).



Figura 24-4. Sector la Chorrera

Fuente: Montes (2016)

En el cantón Pallatanga se puede realizar parapente y rappel, este ultimo en la cascada Chazasal, la cual tiene una altura de aproximadamente 25 metros y las medidas de seguridad son proporcionadas por una compañía de turismo del lugar.



Figura 25-4. Parapente y rappel en Pallatanga.

Fuente: Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal de Pallatanga (2015)

Turismo comunitario

Es una forma de hacer turismo en la que los turistas tienen la oportunidad de viajar a regiones rurales para tener un contacto diferente con la población local y conocer sus vidas, cultura y tradiciones de una manera auténtica. Al mismo tiempo, se crearán nuevas oportunidades de ingresos a nivel local, se promoverá el desarrollo sostenible y se contribuirá a la conservación de la naturaleza (Silva M, 2016, p. 40).

El objetivo de las localidades que participan en las rutas de turismo comunitario, tienen por objetivo satisfacer las necesidades propias de las comunidades como; la autogestión, el control comunitario, el beneficio social y económico. Aspiran resaltar las tradiciones y costumbres, que, en un mundo más globalizado se arriesgan a perderse (Silva M, 2016, p. 89).

Las comunidades indígenas de la provincia de Chimborazo como; Casa Cóndor, Pistishí, La Moya, Palacio Real y Jatari Campesino, son el modelo perfecto para el desarrollo del turismo comunitario, resaltando; la gastronomía típica, las artesanías, la flora y fauna característica de cada sector, el hospedaje y la convivencia con los comuneros (Freire L, 2017, p. 89).



Figura 26-4. Actividades de turismo comunitario – Provincia de Chimborazo.

Fuente: Freire (2017).

4.2.5. Presupuesto del área productiva

4.2.5.1. Talento humano

a. Mano de obra directa

Tabla 35-4. Mano de obra directa del área productiva.

Cargo	Sueldo básico	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%					
Guía / chófer	\$450,00	\$42,53	\$50,18	\$542,70	\$603,00	\$33,33	\$542,70	\$6.512,40
Total								\$6.512,40

Realizado por: Cujilema, 2021.

Tabla 36-4. Rol de pagos para el primer año.

Cargo	Sueldo básico	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%					
Guía / chófer	\$450,00	\$42,53	\$50,18	\$542,70	\$603,00	\$33,33	\$595,73	\$7.148,73
Total					\$50,25	\$2,78		\$7.148,73

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – Gobierno Nacional de Ecuador (IESS.GOB.EC, 2020).

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El rol de pagos se calculó a partir de la remuneración unificada para los trabajadores del sector público, tomando en cuenta el aporte personal calculado al 9.45% y el aporte patronal al 11,15% establecido en la tasa de aportaciones del IESS (2020).

Tabla 37-4. Rol de pagos para el segundo año.

Cargo	Sueldo básico	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Fondos de reserva	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%						
Guía / chófer	\$450,00	\$42,53	\$50,18	\$542,70	\$603,00	\$33,33	\$45,21	\$640,93	\$7.691,22
Total					\$50,25	\$2,78	\$3,77		

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – Gobierno Nacional de Ecuador (IESS.GOB.EC, 2020).

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.2.5.2. Activos fijos

Tabla 38-4. Activos fijos del área productiva.

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Terreno	122	m2	\$75,00	\$9.150
Subtotal				\$9.150
Construcción edificación				
Área de parqueadero	122	m2	\$100,00	\$12.200
Oficina	32	m2	\$170,00	\$5.440,00
Subtotal				\$17.640
Máquinas y equipos				
Teléfono	1	Unidad	\$30,00	\$30,00
Dispensador de agua	1	Unidad	\$15,00	\$15,00
Perforadora	1	Unidad	\$2,50	\$2,50
Engrapadora	1	Unidad	\$2,00	\$2,00
Calculadora	1	Unidad	\$5,00	\$5,00
Subtotal				\$54,50
Vehículos autocaravana H-G12/3				
Vehículo autocaravana				
Mercedes-Benz Sprinter 516 CDi Chasis 4325	3	Unidad	\$45.000,00	\$135.000
Subtotal				\$135.000
Equipo de computo				
Laptop	1	Unidad	\$250,00	\$250,00
Impresora	1	Unidad	\$150,00	\$150,00
Subtotal				\$400,00
Muebles y enseres				
Mueble de oficina	1	Unidad	\$80,00	\$80,00
Silla de oficina	1	Unidad	\$10,00	\$10,00
Sillas de espera	4	Unidad	\$25,00	\$100,00
Mesa de centro	1	Unidad	\$40,00	\$40,00
Bote de basura	1	Unidad	\$5,00	\$5,00
Subtotal				\$235,00
Menajes y blancos				
Alfombra	1	Unidad	\$30,00	\$30,00
Subtotal				\$30,00
TOTAL				\$162.455,00

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.2.5.3. Activos diferidos

Tabla 39-4. Activos diferidos del área productiva

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Estudio técnico	1	Unidad	\$2.000,00	\$2.000,00
Capacitación al guía	1	Unidad	\$800,00	\$800,00
Subtotal				\$2.800,00
TOTAL				\$2.800,00

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.2.5.4. Materiales e insumos

Tabla 40-4. Materiales e insumos del área productiva.

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Costo Anual
Combustible (Diesel)	34115,26	galón	\$1,14	\$38.891,40
Mantenimiento vehicular	36	Unidad	\$250,00	\$9.000,00
Tinta de impresora	1	Unidad	\$35,00	\$35,00
Esferos	12	Unidad	\$0,25	\$3,00
Facturas	2	Unidad	\$5,00	\$10,00
Clips	5	Caja	\$0,25	\$1,25
Papel bond	5	Unidad	\$2,00	\$10,00
Grapas	5	Caja	\$0,25	\$1,25
kit de limpieza	4	Kit	\$120,00	\$480,00
Subtotal				\$48.431,90
TOTAL				\$48.431,90

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.3. Manual de buenas prácticas para el uso de casas móviles

Objetivo: Servir de herramienta de apoyo que permita minimizar efectos negativos en cuanto al ambiente, la salud, seguridad y el mantenimiento de los activos fijos a emplearse y otros aspectos. En el presente manual se describen acciones para prevenir, corregir y/o mejorar ciertos aspectos a considerar antes, durante y después del viaje, además de motivar la operación turística de las poblaciones cercanas, brindar al visitante una experiencia de alta calidad y principalmente velar por el desarrollo del turismo sostenible y la conservación del medio ambiente.

El documento está dirigido a todo tipo de segmento, en especial a los turistas nacionales e internacionales que deseen arrendar el servicio de transporte turístico de casas móviles por más de dos días en la ciudad de Riobamba o fuera de ella, ya que la empresa cuenta con todo el equipamiento necesario para disfrutar del viaje por uno y hasta dos días.

4.3.1. Aspectos a considerarse

4.3.1.1. Ambiente

- ✓ Viajar en una casa móvil debe ser respetuoso con el medio ambiente por definición. En general este tipo de turismo se relaciona con las actividades al aire libre y sus usuarios valoran lo que la naturaleza les ofrece, por tal razón es fundamental especificar un conjunto de buenas prácticas ambientales considerando que la regla de oro es “no dejar nada en el camino” (Revista Seguro por días, 2018: p.1).
- ✓ En un viaje alrededor de zonas naturales o a sitios con mayor flora y fauna se debe tener en cuenta que tanto el ruido como los olores y las luces pueden molestar y asustar a los animales que haya alrededor, por estas razones se debe conducir con especial cuidado al cruce de animales en la carretera o caminos sin olvidar que ellos están en su hábitat y somos nosotros los visitantes, de igual manera evitar ruidos del motor con acelerones innecesarios y por ninguna razón dar de comer a los animales (Revista Seguro por días, 2018: p.1).
- ✓ Se debe utilizar siempre los lugares destinados para la evacuación de aguas, no se puede bajo ningún motivo circular con la llave del desagüe de aguas grises abierta durante el viaje, en la sección del mantenimiento se describe como tratar cada tanque de agua (MV Aseguradores 2020).
- ✓ Limpiar el espacio de acampada a la llegada y a la salida es una norma de buen comportamiento primordial con el ambiente, así como recoger y clasificar en las bolsas propias de basura y desecharla en el lugar correcto, esta acción tiene un impacto positivo en la naturaleza y nos permitirá disfrutar de un medio ambiente más limpio.
- ✓ Se debe considerar que lo que pertenece a la naturaleza se queda en la naturaleza y es que, por insignificante que parezca o pequeño que sea, transportar un elemento natural a la casa representa un riesgo al ecosistema en el que este se encuentra, ya que cualquier mínimo cambio en el medio ambiente puede producir un impacto negativo en el entorno, seres como las piedras, conchas, plantas y otros objetos naturales deben ser protegidos y mantenerse en el lugar donde se encuentran (Revista Seguro por días, 2018: p.1).

4.3.1.2. Salud

- ✓ Recorrer varios lugares en una casa móvil representa una sensación de independencia, libertad y desconexión, permite estar en cada sitio el tiempo justo y necesario y da la posibilidad de salir a respirar aire puro.
- ✓ Viajar en autocaravana reporta grandes beneficios en la salud, mejora el estado de ánimo y la capacidad para resolver problemas, desarrolla la creatividad y paciencia, estimula la actividad

cerebral y reconstituye la memoria y la atención. Sin embargo, la recomendación básica para las personas de la tercera edad es consultar al médico o si es necesario que la persona se medique antes de partir (MV Aseguradores 2020, p. 89).

- ✓ Por otro lado, pueden suceder un sin número de situaciones durante el viaje en cuanto a la salud como; dolor de estómago por consumir alguna comida pesada, una mala pisada durante una caminata y se produce alguna torcedura de tobillo u otra parte del cuerpo, quemaduras por el sol, etc. Por tales motivos es indispensable contar con un botiquín de primeros auxilios, para prevenir, controlar o curar en el momento adecuado (Talleres Calmayor, 2019: p.2).
- ✓ “C.Z Tours” cuenta con su respectivo botiquín completo que contiene; pinzas, tijeras, termómetro, antiséptico, compresas, curitas, vendas, un rollo de cinta, crema para curar las picaduras de insectos, quemaduras o golpes, analgésicos, antiinflamatorios para el dolor (paracetamol o aspirina), antidiarreicos y laxantes. No obstante, es importante revisar la existencia del mismo y llevar los medicamentos cotidianos (si los ingiere permanentemente) en cantidades suficientes para todo el viaje (Talleres Calmayor, 2019: p.2).

4.3.1.3. Seguridad vehicular

- ✓ Los viajes seguros en autocaravanas (campers o casas rodantes) por carretera empiezan ajustando los cinturones de seguridad y usando asientos de seguridad para automóvil. En ocasiones se tiende a pensar que viajar en una casa móvil representa un peligro por las grandes dimensiones del conjunto. Sin embargo, en los últimos años han ido incorporando los mismos sistemas de seguridad que cualquier vehículo (Talleres Calmayor, 2019: p.2).
- ✓ No distraiga al conductor, porque los conductores deben concentrarse en la ruta, se debe considerar que las casas móviles necesitan una mayor distancia para frenar, se maniobran de manera diferente y tardan más en esquivar los peligros del camino.
- ✓ Bajo ninguna circunstancia se debe sentar en los asientos laterales u orientados hacia atrás cuando la autocaravana esté en movimiento, ya que los asientos de seguridad para autos y las sillas elevadoras solo están aprobados para usarse en los asientos de vehículos orientados hacia adelante, ya sea con cinturón de seguridad para sujetarlo o con el accesorio de anclaje inferior (MV Aseguradores 2020).
- ✓ Recuerde las leyes de la física, se trata de una casa sobre ruedas, y tiene muchas cosas, es decir, si un vehículo se mueve a 60 millas por hora (96,5 km), todo lo que hay adentro del vehículo se está moviendo a la misma velocidad, inclusive los pasajeros, el equipamiento y todo lo demás. Si en algún momento viaja sin estar sujeto, usted es un misil humano en potencia (Autofácil, 2018: p.1).

4.3.1.4. Mantenimiento

Viajar en una casa móvil es una idea práctica en servicios de hospedaje, alimentación y transporte, una autocaravana es, al fin y al cabo, un vehículo, pero también una vivienda. Por ello requiere ciertos mantenimientos que en un vehículo normal no necesitaría, sobre todo en el interior, los puntos más importantes del mantenimiento de la caravana son la batería y el gas, sin embargo, se debe realizar una revisión a todo el vehículo en general (El Antitour, 2020: p.2).

✓ Comprobar puertas y ventanas

Lo primero que se debe hacer es comprobar que tanto las puertas como las ventanas de la casa móvil están cerradas correctamente, ya que al tratarse de un vehículo de gran tamaño se puede ver afectada la seguridad de los pasajeros. Algunas autocaravanas tienen ventanas superiores que si no están cerradas pueden hacer que el vehículo pierda dinamismo y, por tanto, derrochar más gasolina (El Antitour, 2020: p.2).

✓ Neumáticos

Se debe revisar la presión de los neumáticos y seguir las indicaciones del fabricante para obtener la presión deseada, si no se controla la presión de los neumáticos se pueden dar incidentes como un mayor desgaste o un aumento de la emisión de gases contaminantes (MV Aseguradores 2020, p. 89).

Es necesario también verificar regularmente (cada 2 o 3 días de viaje) los fluidos del motor y asegurarse de que estén en los niveles correctos, especialmente si se quiere recorrer rutas empinadas o montañosas. Además del aceite, es importante revisar el líquido de frenos, el refrigerante y el líquido de transmisión si la caja es automática (MV Aseguradores 2020, p. 76).

✓ Mantenimiento eléctrico

Se debe chequear todas las conexiones eléctricas y la batería ya que es la fuente de electricidad para el uso interno de la autocaravana además de para arrancar el motor, aparte de la batería del auto, el motorhome suele tener una batería extra que hace funcionar el sistema eléctrico de toda la casa móvil a 12V (bomba, luces, extractor, calefacción, heladera etc.), suele estar conectado al alternador del auto para cargarse y, si ya vienen, al sistema de paneles solares (MV Aseguradores 2020, p. 90).

En el caso de contar con una conexión eléctrica externa, es un enchufe externo que permite conectar el motorhome a la red eléctrica. Es 110V o 220V (valor que varía), es importante conocer este dato para saber dónde enchufarlo y donde no (El Antitour, 2020: p.2).

✓ Reserva de gas autocaravana

Es importante llevar reservas (bombonas, adaptadores, etc.) de gas si se trata de un viaje largo, tener reservas de gas en tu autocaravana es clave para disfrutar al máximo del vehículo en cuanto se refiere a alimentación sin sorpresas indeseables (Autofácil, 2018: p.1).

✓ Consideraciones generales del agua

Existen tanques de agua que proveen de la misma al sistema y los que funcionan como desagüe del agua ya utilizada. Generalmente, la mayoría de casas móviles se encuentran equipadas con tres tanques:

– Tanque de agua limpia: Es el de mayor capacidad, ya que va a ser el que alimente el agua para todo el vehículo, se debe conectar al exterior a través de una abertura por donde se carga el agua, y al interior a través de la bomba, que va a aumentar la presión para llevar agua a todas las cañerías (Revista Seguro por días, 2018: p.1).

– Tanque de aguas grises: Es de un tamaño menor que el de agua limpia, y es donde va a ir toda el agua utilizada de la ducha y el fregadero, para descargarlo tiene una válvula de apertura para desechar el agua y se pueden verter perfectamente en una alcantarilla (Revista Seguro por días, 2018: p.1).

– Tanque de aguas negras: Generalmente es el tanque de menor tamaño, y es donde terminan los desechos del inodoro, contiene una válvula de descarga para su debido proceso. Existen lugares (gasolineras) para descargar este tanque de forma adecuada (Revista Seguro por días, 2018: p.1).

En este sentido las autocaravanas de “C.Z Tours” cuentan con inodoros portátiles, los mismos que se desmontan y se descargan en un inodoro común, este proceso suele ser una mejor alternativa.

Algo importante a tener en cuenta con respecto a los tanques de agua, es que la revisión a los mismos es de forma permanente ya que tienen un sensor conectado a un tablero eléctrico que miden los niveles de carga de cada uno, para así saber cuándo es momento de vaciarlos (los de agua gris/negra) o llenarlos (el de agua limpia) (Revista Seguro por días, 2018: p.1).

Con respecto a los calentadores de agua, son de forma automática y funcionan a diésel y se calienten en otro tanque separado. En cuanto a las bombas de agua, éstas suministran el agua desde el tanque de agua fresca y caliente a las tuberías y funciona a 12V gracias a la batería extra (Revista Seguro por días, 2018: p.1).

4.3.1.5. Comportamiento al conducir (actitud al conducir)

Un buen comportamiento al conducir, el respeto a las señales de tránsito, regular la velocidad, etc. Son aspectos indispensables para la buena convivencia en la vía pública y principalmente contribuye a eliminar o reducir el número y gravedad de algunos accidentes.

Para que el conductor de una casa móvil realice un viaje en la misma necesita tener sus documentos de identificación, licencia profesional tipo C y matrícula del automóvil, en el caso de arrendar en una empresa el vehículo se añade el permiso de conducir y la hoja de ruta.

✓ Al momento de aparcar la autocaravana se debe tener en cuenta especialmente que esta no obstaculice el tráfico y en la medida de lo posible, no quitar visibilidad a comercios, establecimientos locales o monumentos y evitar estacionar en los centros históricos. En el caso

de no encontrar sitio se sugiere aparcar en la entrada o salida de los municipios, será más sencillo y seguro (MV Aseguradores 2020).

- ✓ Siempre que sea posible se debe utilizar las áreas de acogida para pernoctar, en caso de que la hora de dormir sea en alguna ruta, es necesario respetar la señalización y si es una zona protegida conducir con más cuidado. Resulta obligatorio que todos los pasajeros se encuentren bien asegurados con el cinturón de seguridad y no hablar por teléfono mientras se conduce, así también, se debe detener en el paso de peatones cuando se observe que una persona tiene intención de cruzar, ante la duda siempre ceda el paso (MV Aseguradores 2020).
- ✓ Ante infracciones o incorrecciones de los demás, se debe evitar bocinazos, gritos o insultos y procurar evitar el uso de la bocina a fin de no incrementar la contaminación acústica. Al presentarse algún accidente se debe conservar la calma y no incitar en discusiones sobre la responsabilidad del hecho con otros conductores/as (Autofácil, 2018: p.1).
- ✓ Lo más importante tanto para el conductor como para los acompañantes es respetar letreros, normas de circulación, indicaciones, límites de velocidad y todas las señales de tránsito y especialmente conservar la distancia de seguridad (Autofácil, 2018: p.1).

4.3.1.6. Otros aspectos

- ✓ Es muy importante organizar y planificar un viaje porque de esta forma se obtiene alternativas si se presenta algún imprevisto, optimizando los desplazamientos y reduciendo las horas en la carretera.
- ✓ Se debe considerar que el visitante está de vacaciones, pero las personas que residen en el lugar tienen varias necesidades y urgencias (sociales, económicas, de tráfico, médicas, etc.), por lo que se recomienda no dificultar su circulación en la carretera.
- ✓ Cuando la casa móvil esté pernoctando cerca de viviendas, se debe evitar en la medida de lo posible, que la música y demás sonidos trasciendan al exterior (sobre todo en las horas de descanso) (Autofácil, 2018: p.1).
- ✓ Es fundamental realizar las compras en los establecimientos de las localidades que se visita con el objetivo de fomentar la economía local y contribuir al desarrollo de los comerciantes y pequeñas empresas (MV Aseguradores 2020).
- ✓ Se debe recordar que todo servicio tiene su valor económico, si el espacio de parqueo tiene un costo es necesario cancelarlo para mantener las áreas limpias, de esa manera se deja una huella ecológica y amigable con el ambiente (Autofácil, 2018: p.1).

4.4. Tipo de empresa u organización a crearse en base al marco legal ecuatoriano

Conforme al ordenamiento jurídico del país, señalado en su constitución política, se observa la existencia de leyes, reglamentos, decretos, disposiciones, etc., las mismas que establecen diversas condiciones que se deben cumplir para lograr ciertos objetivos. Dentro de los estudios para determinar la viabilidad legal en cuanto a la creación y operación de una empresa de transporte turístico terrestre, existen normativas societarias, comerciales y tributarias que orientan la implantación de este tipo de servicios (Quizhpi Iván, 2015: p.14).

Las normativas societarias determinan aspectos como el número de socios, capital monetario a invertir y nombre de la empresa. Las normativas comerciales establecen aspectos como el tipo del servicio, ámbito de operación, registros y licencias y las normativas tributarias definen aspectos como; declaración de impuestos por la actividad económica a desarrollarse (Quizhpi Iván, 2015: p.14).

Las entidades relacionadas con la creación y operación de empresas de transporte turístico terrestre son:

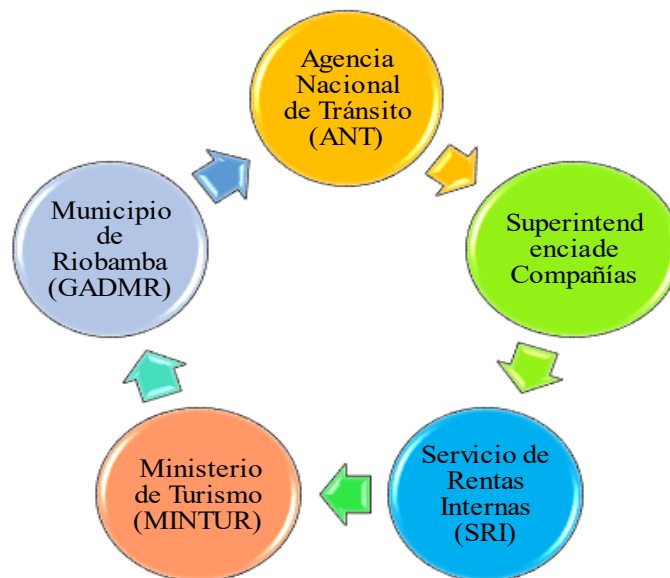


Gráfico 14-4. Entidades relacionadas con la creación y operación de empresas de transporte turístico terrestre.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.4.1. Marco Legal del Transporte Terrestre Turístico

4.4.1.1. Constitución de la República del Ecuador

Según la Constitución de la República del Ecuador, 2008, en el Art. 319 manifiesta que reconocen diversas formas de organización de la producción de la economía, como las comunitarias, cooperativas, empresariales públicas o privadas, asociativas, familiares, domesticas, autónomas y mixtas. En las que el estado promoverá las formas de producción que aseguren el buen vivir de la población y desincentivará aquellas que atenten contra sus derechos o los de la naturaleza. (LEXIS S.A, 2011).

Además, en las diversas formas de organización de los procesos de producción se estimulará una gestión participativa, transparente y eficiente, con lo que la producción, en cualquiera de sus formas, se sujetará a principios y normas de calidad, sostenibilidad, productividad sistémica, valoración del trabajo y eficiencia económica y social como lo complementa el Art. 320. De igual forma el Estado reconoce y garantiza el derecho a la propiedad en sus formas pública, privada, comunitaria, estatal, asociativa, cooperativa, mixta, y que deberá cumplir su función social y ambiental como lo establece en el Art. 321 del mismo documento (LEXIS S.A, 2011).

La Constitución es la ley suprema del país en la cual están escritas las leyes fundamentales que organizan a la nación como su organización, su estructura política, su funcionamiento y los derechos y obligaciones de los habitantes del Ecuador.

El transporte está garantizado en la constitución, “el Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias” (Constitución de la República del Ecuador Art.394).

4.4.1.2. Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial

Esta ley tiene como objeto la organización, planificación y control del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial en el país con el propósito de proteger a las personas que se trasladan dentro del territorio ecuatoriano y con ello contribuir al desarrollo del país. (Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. Art. 1)

La presente Ley establece los lineamientos generales, económicos y organizacionales de la movilidad a través del transporte terrestre, tránsito y seguridad vial y es aplicable a todo el país

en lo que se refiere a transporte terrestre, vehículos de actividades recreativas o turísticas, metros, teleféricos, tranvías entre otros. (Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial. Art. 12)



Gráfico 15-4. Libros de la Ley Orgánica de Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.4.1.3. Reglamento de Transporte Terrestre Turístico

Para un correcto desenvolvimiento de la actividad del transporte terrestre turístico en el territorio ecuatoriano la Agencia Nacional de Tránsito y el Ministerio de Turismo creó un reglamento en esta área, el cual tiene la finalidad de normalizar el servicio del transporte; el cual se detalla a continuación.

El reglamento tiene por objeto regular el servicio de transporte terrestre turístico a nivel nacional, especificar el ámbito de competencia de la Agencia Nacional de Tránsito (ANT) y la Autoridad Nacional de Turismo, y establecer las normas a las que se sujetarán las personas jurídicas que se encuentran autorizadas para ejercer en forma habitual esta actividad (Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, Art. 1)

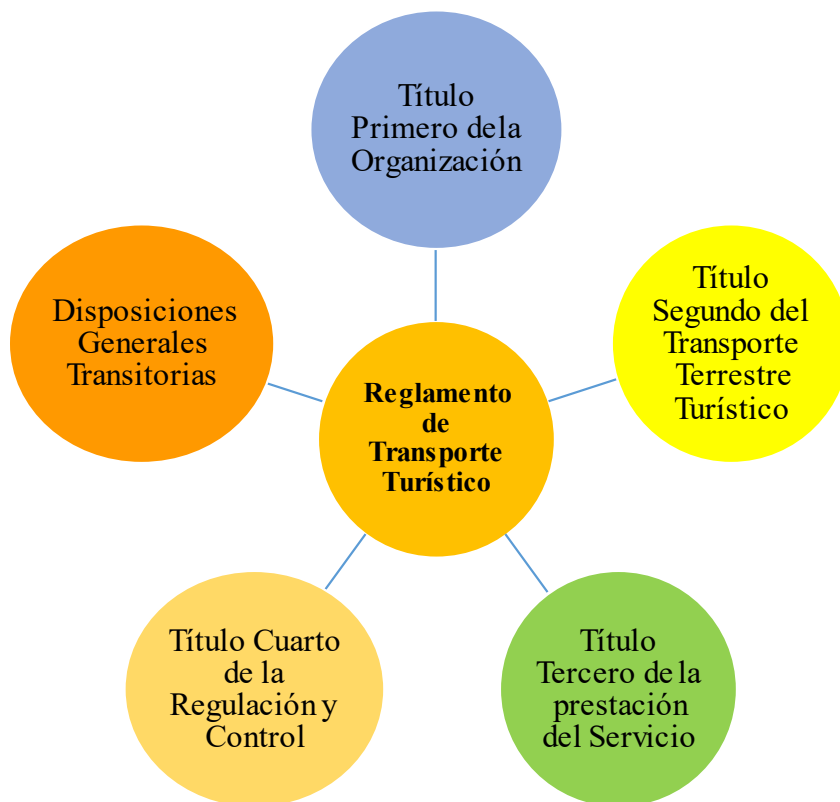


Gráfico 16-4. Títulos del Reglamento de Transporte Terrestre Turístico.

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Se considera como Transporte Terrestre Turístico al desplazamiento de personas en vehículos de transporte terrestre debidamente habilitados para este fin, desde y hacia los lugares, sitios o establecimientos de interés turístico con el propósito de descanso, recreación, o sano esparcimiento mediante el pago pactado por las partes que contemplaran el arriendo del vehículo con el chofer y el servicio (Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, Art. 4).

La clasificación del transporte terrestre turístico se cataloga por el ámbito de operación o por el tipo de servicio

Ámbito de Operación:

- Transporte Terrestre Turístico Nacional.
- Transporte Terrestre Turístico Transfronterizo.
- Transporte Terrestre Turístico Internacional. Tipo de Servicio:
- Traslados
- Excursión
- Gira
- Circuito Cerrado (Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, Art. 8).

- El Transporte Terrestre Turístico Nacional se define como el traslado de turistas o excursionistas dentro del territorio nacional a través de una compañía de transporte debidamente habilitada por la Agencia Nacional de Tránsito (Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, Art. 12).
- El Traslado consiste en la transportación de personas de un determinado lugar o un sitio de interés turístico específico y viceversa (Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, Art. 13).
- La excursión es el desplazamiento por diferentes motivos a sitios de interés turístico dentro o fuera de la ciudad, con la condición de no pernoctar en un lugar distinto al del origen, este desplazamiento puede ser pactado por operadoras de turismo (Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, Art. 14).
- La Gira es el traslado de turistas entre diferentes lugares turísticos con un itinerario determinado, por lo general este servicio está incluido en un paquete turístico que incluye, alimentación, hospedaje, guianza entre otros servicios y debe ser contratado por una operadora de turismo (Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, Art. 15).

El servicio de transporte terrestre turístico será prestado únicamente por personas jurídicas debidamente constituidas y autorizadas por la ANT y que cuenten con el título habilitante vigente. (Reglamento de Transporte Terrestre Turístico, Art. 19).

Para la creación de una empresa de transporte terrestre turístico se debe obtener el informe previo de factibilidad, este debe estar bajo las normas y condiciones que emite la Agencia Nacional de Tránsito, el informe será notificado a los directivos de la compañía, este contendrá un plazo determinado para la constitución jurídica de la empresa; una vez constituida la compañía se deberá tramitar el permiso de operación respectivo para la habilitación del servicio de transporte turístico (Quizhpi Iván, 2015: p.14).

El permiso de operación es el título habilitante que emite la Agencia Nacional de Tránsito para la operación de transporte terrestre turístico, el procedimiento y la concesión del permiso se deberá cumplir conforme las normas que exigen la ANT en un plazo establecido y entre los requisitos se deberá presentar el registro de turismo que emitirá el Ministerio de Turismo o los Gobiernos Autónomos Descentralizados (Quizhpi Iván, 2015: p.14).

El Ministerio de Turismo o los GADs que se encuentren con las respectivas competencias serán los encargados de emitir la licencia única anual de funcionamiento. Los vehículos deberán estar debidamente homologados para poder prestar el servicio de transporte terrestre turístico además de estar dentro de la vida útil determinada por la ANT, los vehículos que sean importados directamente no están sujetos a la homologación, sino que deberán obtener un certificado de conformidad cumpliendo con las normas técnicas que establece la Agencia Nacional de Tránsito (Quizhpi Iván, 2015: p.14).

La clasificación de los vehículos según su actividad debe garantizar la seguridad y al mismo tiempo el confort de los pasajeros; en la siguiente clasificación se determina el tipo de vehículo para la prestación del servicio (Quizhpi Iván, 2015: p.14).

Tabla 41-4. Clasificación de los vehículos según su actividad

Clasificación de vehículo	Número de Asientos
Furgoneta	Desde 12 hasta 18
Van	10 a 11
Minivan	Máximo 9
Microbus	Desde 19 hasta 26
Minibus	Desde 27 hasta 35
Bus	Mayor a 36
Camioneta Doble Cabina	Máximo 5
Camioneta Cabina Simple	Máximo 2

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Los conductores deberán portar la licencia de conducir profesional vigente dependiendo del tipo de vehículo que van a conducir establecido por la Agencia Nacional de Tránsito. Las licencias en el territorio ecuatoriano se encuentran divididas en los siguientes tipos:

Tabla 42-4. Tipos de licencias en Ecuador.

NO	CATEGORÍA DE LICENCIAS			VEHÍCULO
	TIPO	CARACTERÍSTICAS		
PROFESIONALES	A	Para conducción de vehículos motorizados como: ciclomotores, motocicletas, tricar, cuadrones.		
	B	Para automóviles y camionetas con acoplados de hasta 1,75 toneladas de carga útil o casas rodantes.		
	F	Para automotores especiales adaptados de acuerdo a la capacidad especial del conductor.		
PROFESIONALES	A1	Para conducir mototaxis o tricimotos de servicio comercial, y los del tipo A.		 
	C	Para taxis convencionales, ejecutivos, camionetas livianas o mixta hasta 3.500 kg, hasta 8 pasajeros; vehículos de transporte de pasajeros de no más de 25 asientos y los vehículos comprendidos en el tipo B		 
	C1	Para vehículos policiales, ambulancias militares, municipales, y en general todo vehículo del Estado ecuatoriano de emergencia y control de seguridad.		 
	D	Para servicio de pasajeros (intracantonales, interprovinciales, intra - provinciales, intraregionales y por cuenta propia); y para vehículos del Estado ecuatoriano comprendidos en el tipo B y no considerados en el tipo C1.		
	D1	Para escolares, institucional y turismo, hasta 45 pasajeros.		 
	E	Para camiones pesados y extra pesados con o sin remolque de más de 3,5 toneladas, tráiler, volquetas, tanqueros, plataformas públicas, cuenta propia, otros camiones y los vehículos estatales con estas características.		   
	E1	Suspendida bajo resolución. Para ferrocarriles, auto ferros, motobombas, trolebuses, para transportar mercancías o substancias peligrosas y otros vehículos especiales.		 
	G	Para maquinaria agrícola, maquinaria pesada, equipos camineros (tractores, motos niveladoras, retroexcavadoras, montacargas, palas mecánicas y otros).		 

Fuente: Agencia Nacional de Tránsito, 2021.

4.4.2. Presupuesto del área administrativa

4.4.2.1. Talento humano

Tabla 43-4. Talento humano del área administrativa

Cargo	Sueldo básico	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%					
Gerente	\$600,00	\$56,70	\$66,90	\$723,60	\$603,00	\$33,33	\$776,63	\$8.683,20
Total								\$8.683,20

Realizado por: Cujilema, 2021.

Tabla 43-4: Rol de pagos para el primer año.

Cargo	Sueldo básico	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%					
Gerente	\$600,00	\$56,70	\$66,90	\$723,60	\$603,00	\$33,33	\$776,63	\$9.319,53
Total					\$50,25	\$2,78		\$9.319,53

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – Gobierno Nacional de Ecuador (IESS.GOB.EC, 2020).

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El rol de pagos se calculó a partir de la remuneración unificada para los trabajadores del sector público, tomando en cuenta el aporte personal calculado al 9.45% y el aporte patronal al 11,15% establecido en la tasa de aportaciones del IESS (2020).

Tabla 44-4. Rol de pagos para el segundo año.

Cargo	Sueldo básico	Aportes al IESS		Sueldo mensual	Décimo 3er sueldo	Decimo 4to sueldo	Fondos de reserva	Remuneración mensual unificada	Gasto anual
		Aporte personal 9,45%	Aporte patronal 11,15%						
Gerente	\$600,00	\$56,70	\$66,90	\$723,60	\$603,00	\$33,33	\$60,28	\$836,90	\$10.042,84
Total					\$50,25	\$2,78	\$5,02		

Fuente: Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social – Gobierno Nacional de Ecuador (IESS.GOB.EC, 2020).

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.4.2.2. Activos fijos

Tabla 45-4. Activos fijos del área administrativa

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Terreno	32	m2	\$75,00	\$2.400,00
Subtotal				\$2.400,00
Construcción edificación				
Área de gerencia	32	m2	\$170,00	\$5.440,00
Subtotal				\$5.440,00
Máquinas y equipos				
Teléfono	1	Unidad	\$30,00	\$30,00
Dispensador de agua	1	Unidad	\$15,00	\$15,00
Perforadora	1	Unidad	\$2,50	\$2,50
Engrapadora	1	Unidad	\$2,00	\$2,00
Calculadora	1	Unidad	\$5,00	\$5,00
Subtotal				\$54,50
Equipo de computo				
Laptop	1	Unidad	\$250,00	\$250,00
Impresora	1	Unidad	\$150,00	\$150,00
Cámara de vigilancia	1	Red completa	\$500,00	\$500,00
Subtotal				\$900,00
Muebles y enseres				
Escritorio	1	Unidad	\$80,00	\$80,00
Silla de oficina	1	Unidad	\$10,00	\$10,00
Sillas de espera	2	Unidad	\$25,00	\$50,00
Archivador	1	Unidad	\$35,00	\$35,00
Bote de basura	1	Unidad	\$5,00	\$5,00
Subtotal				\$180,00
Menajes y blancos				
Alfombra	1	Unidad	\$30,00	\$30,00
Subtotal				\$30,00
TOTAL				\$14.194,50

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.4.2.3. Activos diferidos

Tabla 46-4. Activos diferidos del área administrativa

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo Unitario	Inversión
Estudios del proyecto				
Estudio legal administrativo	1	Unidad	\$1.500,00	\$1.500,00
Plano	1	Documento	\$90,00	\$90,00
subtotal				\$1.590,00
Constitución de la empresa				
Permisos de funcionamiento	1	Unidad	\$520,00	\$520,00
Licencias	3	Unidad	\$150,00	\$450,00
Matriculas	3	Unidad	\$90,00	\$270,00
Permiso de Conducir	1	Unidad	\$127,00	\$127,00
Primas de seguro	12	Unidad	\$10,20	\$122,40
Suministros, movilización, varios	12	Unidad	\$45,00	\$540,00
Subtotal				\$2.029,40
TOTAL				\$3.619,40

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.4.2.4. Materiales e insumos

Tabla 47-4. Materiales e insumos del área administrativa

Rubro	Cantidad	Unidad	Costo unitario	Inversión
Tinta de impresora	1	Unidad	\$35,00	\$35,00
Esferos	12	Unidad	\$0,25	\$3,00
Clips	5	Caja	\$0,25	\$1,25
Papel bond	5	Unidad	\$2,00	\$10,00
Grapas	5	Caja	\$0,25	\$1,25
Subtotal				\$50,50
Servicios básicos				
Servicios básicos todas las áreas	12	Unidad	\$50,00	\$600,00
Subtotal				\$600,00
TOTAL				\$650,50

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.4.3. Formulación filosófica y estratégica de la hostería

4.4.3.1. Misión

“C.Z tours” es una empresa dedicada al arrendamiento de vehículos enfocada en que los clientes visiten lugares turísticos principalmente de la provincia de Chimborazo, con seguridad, calidad y en base a un servicio personalizado.

4.4.3.2. Visión

“C.Z tours” es una empresa referente en el arrendamiento de casas móviles con tecnologías de última generación que fomenta el turismo local y nacional.

4.4.3.3. Políticas

- Garantizar al turista un espacio tranquilo, cómodo y con todas las medidas de bioseguridad.
- Capacitaciones permanentes del personal con el fin de brindar una atención al cliente de calidad.
- “C.Z tours” no está obligado a responsabilizarse por objetos perdidos u olvidados.
- Se prohíbe el consumo de alcohol dentro del establecimiento.
- El personal de “C.Z tours” no puede fumar su registro hasta que termine su jornada laboral.
- El uso de las redes sociales se permite solo en horas de descanso.
- Mantener un comportamiento ético profesional.
- Ofrecer información correcta y pertinente del establecimiento al cliente.
- Las reservaciones deben realizarse un día antes de la fecha del viaje y con el 50% de abono.
- Los horarios de atención en “C.Z tours” son fines de semana (viernes, sábado y domingo).
- Es obligación de los clientes expresar sus quejas o recomendaciones en la sala de recepción.
- Es obligación de los clientes presentar sus documentos personales.

4.4.3.4. Valores

Respeto. - Naranjo (2011) Menciona que el respeto es aceptar y comprender tal y como son los demás, su forma de pensar, aunque no sea igual que la nuestra, para Carreras (2012) el respeto es la consideración o atención que se debe a una persona. Gil (2012) expone que el respeto significa la capacidad de ver a una persona tal cual es, preocuparse porque la otra persona crezca y se desarrolle como es. Mientras que para Elexpuru & Medrano (2014) el respeto es reconocer y respetar

el aprecio y las propiedades de los demás, esperando que los demás reconozcan y respeten las propias.

Puntualidad laboral: Clegg (2012) Menciona que la puntualidad es un comportamiento laboral necesario para causar un buen desempeño dentro de una empresa. Nash (2015) aporta que la puntualidad es la cautela la exactitud para cumplir con las obligaciones a su debido tiempo, Tomando en cuenta a Holler, F (2015) considera la puntualidad como hábito firme y seguro, no es producto de la casualidad, sino de una buena administración del tiempo disponible.

Compromiso organizacional: Según (Mathieu y Zajac, 2013) El compromiso organizacional es el grado de identificación del empleado con la empresa tanto en valores y creencias. Por otro lado, Robbins (2014) Menciona que el compromiso es un comportamiento que conlleva consigo valores como la puntualidad y que esto permite un buen desenvolvimiento de la empresa. Littlewood (2014) explica que el compromiso organizacional está relacionado con la percepción del individuo sobre el apoyo que recibe por parte de la organización.

Responsabilidad: Según Wester (2014) La responsabilidad es un resorte emocional individual del sentirse afectado por el otro y de atribuirse la obligación de hacerse cargo. Mientras Mestre A (2015) Es la obligación de una persona a responder de sus actos de manera apropiada y eficaz. De Febres R (2016) añade que la responsabilidad cumple integralmente las obligaciones que se derivan de sus propios talentos y capacidades y del puesto que ocupa en el espacio social en que se desarrolla.

Honestidad: Kumaris, B (2016) menciona que la honestidad es el reconocimiento de lo que está bien y es apropiado para nuestro propio papel, conducta y relaciones. Para Habermas, J (2015) La honestidad es una cualidad humana que consiste en comportarse y expresarse con coherencia y sinceridad, de acuerdo con los valores de verdad y justicia. Mientras que para Garrido & Redondo (2015) Se refieren a la honestidad como una virtud porque ayuda a establecer relaciones que tienen un significado por ellas mismas; por tal razón la honestidad no es considerada como un tipo de cualidad, sino que se concibe como un concepto relacional.

4.5. Rentabilidad económica – financiera

4.5.1. Análisis económico

El análisis económico se lo realizó mediante:

4.5.1.1. Inversión del proyecto

Tabla 48-4. Inversión del proyecto

Denominación	Total
Activos fijos	\$182.773,50
Terreno	\$13.950,00
Construcción edificación	\$30.920,00
Maquinaria y equipo	\$463,50
Equipo de computo	\$1.700,00
Muebles y enseres	\$650,00
Menaje y blancos	\$90,00
Vehículo	\$135.000,00
Activos diferidos	\$23.750,80
Promoción y publicidad antes	\$480,00
Estudios	\$1.500,00
Capacitación	\$2.400,00
Gastos de la constitución de la empresa	\$2.119,40
Intereses antes del funcionamiento del proyecto	\$17.251,40
Capital de trabajo (6 meses)	\$13.509,08
Sueldos y salarios	\$2.653,20
Mano de obra directa	\$1.085,40
Materiales e insumos	\$8.170,48
Servicios Básicos	\$600,00
Contingencias	\$1.000,00
TOTAL	\$220.033,38

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.5.1.2. Usos y fuentes de financiamiento

Tabla 49-4. Usos y fuentes de financiamiento

Denominación	Fuentes de financiamiento		
	Usos	Recursos propios	Préstamo
Activos fijos	\$182.773,50	\$14.690,00	\$168.083,50
Terreno	\$13.950,00	\$13.950,00	
Construcciones y edificaciones	\$30.920,00		\$30.920,00
Maquinaria y equipo	\$463,50		\$463,50
Equipo de computo	\$1.700,00		\$1.700,00
Muebles y enseres	\$650,00	\$650,00	
Menaje y blancos	\$90,00	\$90,00	
Vehículo	\$135.000,00		\$135.000,00

Activos diferidos	\$23.750,80	\$17.731,40	\$6.019,40
Promoción y publicidad	\$480,00	\$480,00	
Estudios	\$1.500,00		\$1.500,00
Capacitación	\$2.400,00		\$2.400,00
Gastos de la constitución de la empresa	\$2.119,40		\$2.119,40
Intereses antes del funcionamiento del proyecto	\$17.251,40	\$17.251,40	
Capital de trabajo	\$13.509,08	\$10.855,88	\$2.653,20
Sueldos y salarios	\$2.653,20		\$2.653,20
Mano de obra directa	\$1.085,40	\$1.085,40	
Materiales e insumos	\$8.170,48	\$8.170,48	
Servicios Básicos	\$600,00	\$600,00	
Contingencias	\$1.000,00	\$1.000,00	
TOTAL	\$220.033,38	\$43.277,28	\$176.756,10

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

El préstamo se lo realizará en la entidad BanEcuador (2021), el cual acredita a todas las actividades de las pequeñas y medianas empresas del Ecuador, desde USD 5.000 hasta USD 3 millones con un plazo de pago máximo en 10 años y una tasa de interés del 9,76%.

4.5.1.3. Financiamiento del proyecto

Los valores a considerarse son:

Capital = \$176.756,10

Interés=9,76%.

Número de cuotas = 5

Tabla 50-4. Cálculo de la deuda

AÑO	Préstamo capital	Capital a pagarse	Saldo	Interés	Cuota
2021(0)	\$176.756,10	\$35.351,22	\$141.404,88	\$17.251,40	\$52.602,62
2022(1)	\$141.404,88	\$35.351,22	\$106.053,66	\$13.801,12	\$49.152,34
2023(2)	\$106.053,66	\$35.351,22	\$70.702,44	\$10.350,84	\$45.702,06
2024(3)	\$70.702,44	\$35.351,22	\$35.351,22	\$6.900,56	\$42.251,78
2025(4)	\$35.351,22	\$35.351,22	\$0,00	\$3.450,28	\$38.801,50
TOTAL	\$0,00	\$176.756,10		\$51.754,19	\$228.510,29

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.5.1.4. Depreciación de activos fijos

Tabla 51-4. Depreciación de activos fijos

Denominación	Costo inicial del bien	Depreciación legal(años)	Depreciación anual	Duración del proyecto	Depreciación de los bienes por uso del proyecto	Valor de salvamento
Construcción edificación	\$30.920,00	20	\$1.546,00	5	\$7.730,00	\$23.190,00
Maquinaria y equipo	\$463,50	10	\$46,35	5	\$231,75	\$231,75
Equipo de computo	\$1.700,00	3	\$566,67	5	\$2.833,33	\$0,00
Muebles y enseres	\$650,00	10	\$65,00	5	\$325,00	\$325,00
Menaje	\$90,00	5	\$18,00	5	\$90,00	\$0,00
Vehículo	\$135.000,00	10	\$13.500,00	5	\$67.500,00	\$67.500,00
TOTAL	\$168.823,50		\$15.742,02			\$23.746,75

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.5.1.5. Amortización de activos diferidos

Tabla 52-4. Amortización de activos diferidos

Activos diferidos	Año				
	2022	2023	2024	2025	2025
\$23.750,80	\$4.750,16	\$4.750,16	\$4.750,16	\$4.750,16	\$4.750,16

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.5.1.6. Estructura de costos y gastos

Tabla 53-4. Estructura de costos y gastos

Denominación	Año				
	2022	2023	2024	2025	2026
Costo de producción	\$56.335,30	\$56.898,65	\$57.467,64	\$58.042,31	\$58.622,74
Mano de obra directa	\$6.512,40	\$6.577,52	\$6.643,30	\$6.709,73	\$6.776,83
Materiales e insumos	\$49.022,90	\$49.513,13	\$50.008,26	\$50.508,34	\$51.013,42
Capacitación	\$800,00	\$808,00	\$816,08	\$824,24	\$832,48
Gastos administrativos	\$35.180,62	\$35.375,00	\$35.571,33	\$35.769,63	\$35.969,90
Sueldos y salarios	\$15.919,20	\$16.078,39	\$16.239,18	\$16.401,57	\$16.565,58
Servicios básicos	\$600,00	\$606,00	\$612,06	\$618,18	\$624,36
Gastos de constitución, permisos	\$2.119,40	\$2.140,59	\$2.162,00	\$2.183,62	\$2.205,46
Capacitación	\$800,00	\$808,00	\$816,08	\$824,24	\$832,48

Depreciaciones	\$15.742,02	\$15.742,02	\$15.742,02	\$15.742,02	\$15.742,02
Gasto en ventas (comercial)	\$1.280,00	\$1.292,80	\$1.305,73	\$1.318,79	\$1.331,97
Promoción y publicidad	\$480,00	\$484,80	\$489,65	\$494,54	\$499,49
Capacitación	\$800,00	\$808,00	\$816,08	\$824,24	\$832,48
Gastos financieros	\$13.801,12	\$10.350,84	\$6.900,56	\$3.450,28	\$0,00
Intereses durante el funcionamiento del proyecto	\$13.801,12	\$10.350,84	\$6.900,56	\$3.450,28	\$0,00
TOTAL	\$92.795,91	\$93.566,45	\$94.344,70	\$95.130,72	\$95.924,61

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.5.1.7. Presupuesto de ingresos

Tabla 54-4. Presupuesto de ingresos

Denominación	Año				
	2022	2023	2024	2025	2026
Turistas	4.332	4.375	4.419	4.463	4.508
Precio de venta	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00	\$40,00
Ingresos	\$173.275,20	\$175.014,00	\$176.761,20	\$178.525,20	\$180.314,40

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.5.1.8. Punto de equilibrio

Tabla 55-4. Costos variables y fijos

Denominación	Año					Costos	
	2022	2023	2024	2025	2026	Costos variables	Costos fijos
Costo de producción	\$56.335,30	\$56.898,65	\$57.467,64	\$58.042,31	\$58.622,74		
Mano de obra directa	\$6.512,40	\$6.577,52	\$6.643,30	\$6.709,73	\$6.776,83	\$33.219,79	
Materiales e insumos	\$49.022,90	\$49.513,13	\$50.008,26	\$50.508,34	\$51.013,42	\$250.066,04	
Capacitación	\$800,00	\$808,00	\$816,08	\$824,24	\$832,48		\$4.080,80
Gastos administrativos	\$35.180,62	\$35.375,00	\$35.571,33	\$35.769,63	\$35.969,90		
Sueldos y salarios	\$15.919,20	\$16.078,39	\$16.239,18	\$16.401,57	\$16.565,58		\$81.203,92
Servicios básicos	\$600,00	\$606,00	\$612,06	\$618,18	\$624,36		\$3.060,60
Gastos de constitución, permisos	\$2.119,40	\$2.140,59	\$2.162,00	\$2.183,62	\$2.205,46		\$10.811,07
Capacitación	\$800,00	\$808,00	\$816,08	\$824,24	\$832,48		\$4.080,80
Depreciaciones	\$15.742,02	\$15.742,02	\$15.742,02	\$15.742,02	\$15.742,02		\$78.710,08
Gasto en ventas (comercial)	\$1.280,00	\$1.292,80	\$1.305,73	\$1.318,79	\$1.331,97		
Promoción y publicidad	\$480,00	\$484,80	\$489,65	\$494,54	\$499,49		\$2.448,48
Capacitación	\$800,00	\$808,00	\$816,08	\$824,24	\$832,48		\$4.080,80
Gastos financieros	\$13.801,12	\$10.350,84	\$6.900,56	\$3.450,28	\$0,00		
Intereses durante el funcionamiento del proyecto	\$13.801,12	\$10.350,84	\$6.900,56	\$3.450,28	\$0,00		\$34.502,79
TOTAL	\$92.795,91	\$93.566,45	\$94.344,70	\$95.130,72	\$95.924,61	\$283.285,83	\$222.979,36

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Tabla 56-4. Rubros del punto de equilibrio

RUBRO	
Costos fijos totales	\$222.979,36
Costos variables totales	\$283.285,83
Turistas a atender en el proyecto	22.097
Precio de venta al público	40
QE = Punto de equilibrio para las unidades a producir	9719,58
YE = Punto de equilibrio para los ingresos	222982,59
PE = Precio de equilibrio	\$22,91
U = Porcentaje de producción	29,37

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.5.1.9. Estado de resultados

Tabla 57-4. Estado de resultados

Denominación	2022	2023	2024	2025	2026
+ Ventas (ingresos)	\$173.275,20	\$175.014,00	\$176.761,20	\$178.525,20	\$180.314,40
- Costo de producción	\$56.335,30	\$56.898,65	\$57.467,64	\$58.042,31	\$58.622,74
= Utilidad bruta	\$116.939,90	\$118.115,35	\$119.293,56	\$120.482,89	\$121.691,66
- Gastos de ventas (Área comercial P.E)	\$1.280,00	\$1.292,80	\$1.305,73	\$1.318,79	\$1.331,97
-Gastos Administrativo	\$35.180,62	\$35.375,00	\$35.571,33	\$35.769,63	\$35.969,90
Utilidad operativa	\$80.479,29	\$81.447,55	\$82.416,50	\$83.394,48	\$84.389,79
- Gastos financieros	\$13.801,12	\$10.350,84	\$6.900,56	\$3.450,28	\$0,00
=Utilidad antes de repartición de utilidades y pago de impuestos	\$66.678,17	\$71.096,71	\$75.515,95	\$79.944,20	\$84.389,79
-Repartición de utilidades (15%)	\$10.001,73	\$10.664,51	\$11.327,39	\$11.991,63	\$12.658,47
= Utilidad antes del pago de impuesto	\$56.676,45	\$60.432,20	\$64.188,55	\$67.952,57	\$71.731,32

Pago de impuesto (25%)	\$14.169,11	\$15.108,05	\$16.047,14	\$16.988,14	\$17.932,83
= Utilidad neta	\$42.507,33	\$45.324,15	\$48.141,42	\$50.964,43	\$53.798,49

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.5.1.10. Flujo de caja

Tabla 58-4. Flujo de caja

Denominación	2021	2022	2023	2024	2025	2026
+ Utilidad neta	0	\$42.507,33	\$45.324,15	\$48.141,42	\$50.964,43	\$53.798,49
+ Valor de salvamento						\$23.746,75
+ Depreciaciones		\$15.742,02	\$15.742,02	\$15.742,02	\$15.742,02	\$15.742,02
+ Capital de trabajo						\$13.509,08
-Inversiones	\$220.033,38					
= Flujo de caja	\$220.033,38	\$58.249,35	\$61.066,17	\$63.883,43	\$66.706,44	\$106.796,34

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

4.5.2. Análisis financiero

4.5.2.1. Cálculo del periodo de recuperación del capital

Tabla 59-4. Cálculo del periodo de recuperación del capital

Año	2021	2022	2023	2024	2025	2026
Flujo de caja	\$-220.033,38	\$58.249,35	\$61.066,17	\$63.883,43	\$66.706,44	\$106.796,34
Factor de actualización	1,000	0,911	0,830	0,756	0,689	0,628
Flujo de caja actualizado	\$-220.033,38	\$53.069,74	\$50.688,86	\$48.312,10	\$45.961,20	\$67.040,29
Flujo de caja acumulado			\$103.758,60	\$152.070,70	\$198.031,91	\$265.072,19

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

Tabla 60-4. Evaluación financiera

VAN	\$45.038,82
TIR	17%
RBC	1,20
PRC	4-5 años

Realizado por: Cujilema, Josselin. 2022.

CONCLUSIONES

- ❖ De acuerdo a los estudios de mercado, técnico – productivo y económico – financiero el proyecto es viable.
- ❖ El manual de buenas prácticas para el uso de casas móviles se les otorga a los clientes que arrienden el servicio, con el fin de realizar un viaje consciente en todos los aspectos (sociales, ambientales, de mantenimiento).
- ❖ En base al marco legal ecuatoriano la empresa de servicio turístico de arrendamiento de casas móviles debe regirse bajo la normativa de la ANT, Superintendencia de Compañías, Servicio de rentas internas, ministerio de Turismo y el Municipio de Riobamba.
- ❖ En el ámbito financiero el proyecto es viable ya que el valor actual neto (VAN) es positivo con un valor de \$62.290,21, una tasa de retorno (TIR) del 20%, el periodo de recuperación del capital (PRC) se dará en el cuarto y quinto año, la relación beneficio costo (RBC) es de \$1,31, es decir que por cada dólar invertido se recuperará el dólar y se obtiene una ganancia de 0,31 ctvs.

RECOMENDACIONES

- ❖ Ejecutar el proyecto en función de los estudios comercial, técnico – productivo y económico – financiero.
- ❖ Desarrollar el proyecto en base a los requerimientos de cada una de las áreas.
- ❖ Explicar al cliente los aspectos mencionados en el manual de buenas prácticas para el uso de casas móviles.

GLOSARIO

Captación de clientes: al proceso de incorporar nuevos clientes a la empresa, con el propósito que compren los productos de la misma y se conviertan en una fuente de utilidad para el negocio.

Casa Móvil: Las casas móviles en el mercado comercial, son conocidas como motorhome, movilhome, casa rodante, autocaravana, remolque, etc. están revolucionando el mercado inmobiliario en las últimas décadas, se trata de una infraestructura de casa que se puede transportar de manera sencilla, porque va provista con chasis, ruedas y lanza para arrastras

Clásico: Se refiere a algo que posee características antiguas o pasadas.

Interactivo: Se genera en un espacio y tiempo determinado, donde se genera una conexión entre las personas con objetos tecnológicos o manuales.

Participación en el mercado: Cuando el porcentaje de ventas de un producto o servicio que una empresa tiene con respecto a las ventas totales del mercado en el que participa,

BIBLIOGRAFÍA

ARANGUREN ÁNGEL, *Las empresas de alquiler de coches, su historia y funcionamiento - Motor y Racing*. [en línea]. [Consulta: 24 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.motoryracing.com/coches/noticias/las-empresas-de-alquiler-de-coches-su-historia-y-funcionamiento/>.

ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE LA INDUSTRIA Y COMERCIO DEL CARAVANING, *En España ya hay 230.000 casas rodantes - Revista Aire Libre*. [en línea]. [Consulta: 4 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.revista-airelibre.com/2020/01/05/en-espana-ya-hay-230-000-casas-rodantes/>.

AUTOFÁCIL, *Consejos para disfrutar de la autocaravana respetando el medio ambiente - Autofácil*. [en línea]. Madrid, 22 noviembre 2018. [Consulta: 26 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.autofacil.es/autocaravanas/2018/11/22/consejos-disfrutar-autocaravana-respetando-medio/47464.html>.

BACA JUAN CARLOS, *El transporte turístico. Clasificación*. Juan Carlos Baca. [en línea]. [Consulta: 3 octubre 2020]. Disponible en: <https://profebaca.wordpress.com/2013/05/21/el-transporte-turistico-clasificacion/>.

BAYAS KAROLINA, *Provincia del chimborazo nfl 2*. [en línea]. [Consulta: 30 junio 2022]. Disponible en: <https://es.slideshare.net/nachiflores/provincia-del-chimborazo-nfl-2>.

BEDINI FERNANDO, *Un sueño: el Mercedes Sprinter Motorhome ya tiene precio en Argentina*. [en línea]. [Consulta: 25 marzo 2021]. Disponible en: <https://cuyomotor.com.ar/2019/12/04/mercedes-sprinter-motorhome-casa-rodante-precio-argentina-mendoza/>.

BEMBIBRE CECILIA, *Definición de Estudios de Impacto Ambiental* » Concepto en Definición ABC. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.definicionabc.com/medio-ambiente/estudiosimpactoambiental.php>.

BLÁZQUEZ LUIS, *¿Qué tipos de autocaravanas existen? ¿Cuál es la mejor para mí?* [en línea]. [Consulta: 20 agosto 2021]. Disponible en: <https://noticias.coches.com/consejos/autocaravana-tipos/403190>.

CARVAJAL DANIEL, *Análisis de modelos logísticos y de transporte para el turismo e inversión extranjera en Colombia*. [en línea]. Bogotá, D.C.: [Consulta: 3 octubre 2020]. Disponible en: <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/handle/10654/16564/CarvajalAriasDanielFernando2017.pdf?sequence=1&isAllowed=y>.

CASTAÑO MOLINA, V. & ARIAS, V., *Revista Geográfica Venezolana*. Universidad de los Andes. [en línea], vol. 57, no. 2, pp. 8. [Consulta: 1 octubre 2020]. ISSN 1012-1617. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=347753774008>.

CINTO CAROLINA, Viajar en motorhome: datos y tips para ponerse en movimiento - LANACION. [en línea]. [Consulta: 4 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/turismo/viajes/viajar-en-motorhome-datos-y-tips-para-ponerse-en-movimiento-nid2099810/>.

COOPER CHRIS, FLETCHER JOHN, FYALL, GILBERT DAVID & WANHILL STEPHEN, *El turismo Teoría y práctica* [en línea]. Madrid: Síntesis, S.A. [Consulta: 2 octubre 2020]. Disponible en: www.sintesis.com.

CRUZ CRISTIAN, Estadísticas para el desarrollo del turismo en Chimborazo. [en línea]. [Consulta: 4 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.gadmriobamba.gob.ec/index.php/noticias/boletines-de-prensa/33-boletines-de-prensa-noviembre-2016/1189-estadisticas-para-el-desarrollo-del-turismo-del-canton-riobamba>.

CUBERO EDUARDO, *El Estudio de Factibilidad del Proyecto - Proyectum*. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.proyectum.com/sistema/blog/el-estudio-de-factibilidad-del-proyecto/>.

DESCUBRIR TURISMO, *Motorhomes: opciones para un viaje increíble*. Descubrir Turismo. *Argentina en ruedas* [en línea]. [Consulta: 6 octubre 2020]. Disponible en: <https://descubrirturismo.com/pensaste-viajar-motorhome-aca-te-damos-opciones/>.

DÍAZ ERIKA, *Estudio Administrativo y Legal Del Proyecto | Recursos humanos | Planificación*. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://es.scribd.com/document/284573389/Estudio-Administrativo-y-Legal-Del-Proyecto>.

EL ANTITOUR, *20 objetos de equipamiento esencial para tu motorhome / el antitour*. [en línea]. [Consulta: 26 marzo 2021]. Disponible en: <https://elantitour.com/lista-de-equipamiento-para->

motorhome/#Equipamiento_para_motorhome_agua.

EL ESTUDIO DE MERCADO, *El estudio de mercado* . [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://operagb.com/wp-content/uploads/2017/09/8448169298.pdf>.

ENVIRA, *Estudio de impacto ambiental: ¿qué es lo que evalúa?* | Envira Ingenieros Asesores. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://envira.es/es/estudio-impacto-ambiental/>.

EXPRESO, *El turismo mundial continúa creciendo en 2019* | Expreso. [en línea]. 20 diciembre 2019. pp. 1. [Consulta: 1 octubre 2020]. Disponible en: https://www.expreso.info/noticias/internacional/72916_el_turismo_mundial_continua_creciendo_en_2019.

FREIRE LUCÍA, *Cinco sitios en una ruta comunitaria* - El Comercio. [en línea]. [Consulta: 2 julio 2022]. Disponible en: <https://www.elcomercio.com/tendencias/chimborazo-ruta-turismocomunitario-vacaciones-intercultural.html>.

GRACE'S GUIDE, *Bristol Wagon Works Co* . [en línea]. Gran Bretaña: [Consulta: 20 agosto 2021]. Disponible en: https://www.gracesguide.co.uk/Bristol_Wagon_Works_Co.

GREELANE, *La historia de las casas móviles*. [en línea]. [Consulta: 7 diciembre 2021]. Disponible en: <https://www.greelane.com/es/humanidades/historia-y-cultura/history-of-mobile-homes-4076982/>.

HEMMINGS CLASSIC CAR, Reconocido por su artesanía, Pierce-Arrow no pudo sobrevivir al ... | Hemmings. [en línea]. Nueva York: [Consulta: 20 agosto 2021]. Disponible en: <https://www.hemmings.com/stories/article/pierce-arrow>.

IDE JAVIERA, *Descubrir Chile en casa rodante: una tendencia al alza* | Ladera Sur. [en línea]. [Consulta: 4 octubre 2020]. Disponible en: <https://laderasur.com/articulo/descubrir-chile-en-casa-rodante-una-tendencia-al-alza/>.

LA NOCIÓN, *El coronavirus impulsa un boom de las casas rodantes en EE.UU. y Europa* - LA NACION. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/el-coronavirus-impulsa-boom-casas-rodantes-eeuu-nid2380483>.

LA REPÚBLICA, *Ecuador perdió 580 millones de dólares en turismo entre marzo y abril* | La República EC. [en línea]. 25 junio 2020. pp. 1. [Consulta: 1 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.larepublica.ec/blog/2020/06/25/ecuador-perdio-580-millones-de-dolares-en-turismo-entre-marzo-y-abril/>.

LATINYS, *Motorhome ¿Qué Clase de autocaravana es la mejor para tí?* [en línea]. [Consulta: 8 marzo 2022]. Disponible en: <https://latinys.com/motorhome/>.

LEXIS S.A., *Constitucion de la republica del ecuador 2008 Decreto Legislativo 0 Registro Oficial*. [en línea]. Quito: [Consulta: 10 marzo 2021]. Disponible en: www.lexis.com.ec.

MALDONADO DANIEL, *Transporte Turistico By Daniel Maldonado*. [en línea]. [Consulta: 3 octubre 2020]. Disponible en: https://prezi.com/sbqwczg__3cd/transporte-turistico/.

MAPFRE, *¿Caravana, autocaravana o furgoneta camper?* -canalMOTOR. [en línea]. [Consulta: 4 marzo 2022]. Disponible en: <https://www.motor.mapfre.es/coches/noticias-coches/caravana-autocaravana-furgoneta-camper/>.

MARKETING DIRECTO, *Participación de mercado* | Marketing Directo. [en línea]. [Consulta: 6 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.marketingdirecto.com/diccionario-marketing-publicidad-comunicacion-nuevas-tecnologias/participacion-de-mercado>.

MARTIN, *Conoce la historia de las casas rodantes* | Casas Rodantes. [en línea]. [Consulta: 4 octubre 2020]. Disponible en: <https://casasrodantes.esmuychido.com/conoce-la-historia-de-las-casas-rodantes/>.

MAYORGA LUIS, *Ventajas y características del arrendamiento de vehículos* - Teletrac Navman México. [en línea]. [Consulta: 24 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.teletracnavman.com.mx/recursos/blog/ventajas-y-características-del-arrendamiento-de-vehículos>.

MINISTERIO DE TURISMO, 2019a. *Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019* – Ministerio de Turismo. [en línea]. [Consulta: 1 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>.

MINISTERIO DE TURISMO, 2019b. *Promedio de llegada de visitantes extranjeros a Ecuador creció 4% en 2019* – Ministerio de Turismo. [en línea]. [Consulta: 8 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.turismo.gob.ec/promedio-de-llegada-de-visitantes-extranjeros-a-ecuador-crecio-4-en-2019/>.

MONTES JENNY, *Turismo de Aventura en Chimborazo* – blog3rouniablogspotcom. [en línea]. [Consulta: 1 julio 2022]. Disponible en: <https://blog3rouniablogspotcom.wordpress.com/2016/02/24/turismo-de-aventura-en-chimborazo/>.

MONTOYO, A. & MARCO, M., *Tema 4: Proceso de producción Profesores.*, Tema 4: Proceso de producción Profesores. ,ISSN 2011-2012.

MORENO ALVARO, *¿Qué es el turismo religioso?* - Entorno Turístico. [en línea]. [Consulta: 27 junio 2022]. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-religioso/>.

MORENO ÁLVARO, *¿Qué es el Turismo de Aventura?* - Entorno Turístico. [en línea]. [Consulta: 1 julio 2022]. Disponible en: <https://www.entornoturistico.com/que-es-el-turismo-de-aventura/>.

MOTORMEX, *Venta de Motorhomes en Mexico* - Casas Rodantes en Mexico. [en línea]. [Consulta: 8 marzo 2022]. Disponible en: <http://www.mexicomotorhome.com/index-1.html>.

MUNDOVAN, *Qué es una mobile home ¿Diferencias con una casa prefabricada?* : Mundovan. [en línea]. [Consulta: 6 octubre 2020]. Disponible en: <https://mundovan.com/casas-moviles/que-es-una-mobile-home/>.

MV ASEGURADORES, *Consejos para el mantenimiento de tu caravana (15).* MV Aseguradores. [en línea]. [Consulta: 26 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.mvaseguradores.com/noticias/seguro-de-autocaravana/consejos-para-mantenimiento-caravana/>.

NUÑO PATRICIA, *Proceso productivo de una empresa | Etapas del proceso productivo.* [en línea]. [Consulta: 24 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.emprendepyme.net/proceso-productivo.html>.

OMT, *Barómetro OMT del Turismo Mundial mayo 2020.* [en línea]. S.l.: [Consulta: 1 octubre

2020]. Disponible en: <https://webunwto.s3.eu-west-1.amazonaws.com/s3fs-public/2020-05/barometro-turismo-mayo-2020.pdf>.

ORGANIZACIÓN MUNDIAL DE TURISMO, *Panorama OMT del turismo internacional*. [en línea]. S.l.: [Consulta: 1 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419043>.

PAGE STEPHEN, *Transporte y Turismo*. [en línea]. [Consulta: 2 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.pearson.ch/HigherEducation/Geography/HumanGeography/EAN/9780273719700/Transport-and-Tourism>.

POPP MELISSA, *Guide to the 4 Types of Motorhomes or RV Classes*. [en línea]. [Consulta: 4 marzo 2022]. Disponible en: <https://www.tripsavvy.com/types-of-motorhomes-2912600>.

PREFECTURA DE CHIMBORAZO, *La Provincia – CHIMBORAZO. Prefectura de Chimborazo Administración 2019-2023* [en línea]. [Consulta: 4 octubre 2020]. Disponible en: <https://chimborazo.gob.ec/la-provincia/>.

QUIROA MYRIAM, *Captación de clientes - Qué es, definición y concepto | Economipedia*. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/captacion-de-clientes.html>.

QUIROA MYRIAM, *Estudio de factibilidad - Qué es, definición y concepto | Economipedia*. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://economipedia.com/definiciones/estudio-de-factibilidad.html>.

QUIZHPI IVÁN, *Universidad De Cuenca Facultad De Ciencias De La Hospitalidad*. Cuenca: Universidad de Cuenca.

REDACCIÓN UNO TV, *Casas rodantes, tendencia de vacacionistas en Europa por el COVID-19 - Uno TV*. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.unotv.com/internacional/casas-rodantes-tendencia-de-vacacionistas-en-europa-por-el-covid-19/>.

RETOS DIRECTIVOS, *Análisis económico y financiero de una empresa: diferencias | EAE*. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://retos-directivos.eae.es/analisis-economico-y-financiero-de-una-empresa-diferencias/>.

REVISTA SEGURO POR DÍAS, *Como hacer el mantenimiento de tu autocaravana - caravana*. [en línea], [Consulta: 26 marzo 2021]. Disponible en: <https://www.seguropordias.com/mantenimiento/guias/cuidado-autocaravana.php>.

RICARTE VIVIANA, *Religión, turismo y naturaleza en Riobamba*. [en línea]. [Consulta: 1 julio 2022]. Disponible en: <https://www.vistazo.com/actualidad/religion-turismo-y-naturaleza-en-riobamba-MEVI17916>.

SERRANO JORGE, *Emprensar: Estudio administrativo y legal*. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <http://emprensar.blogspot.com/p/estudio-administrativo-y-legal.html>.

SICSA, *Clasificación De Autocaravanas - Sicsa*. [en línea]. [Consulta: 2 marzo 2022]. Disponible en: <https://www.sicsamc.com/motorhome/clasificación/>.

SILVA MERCEDES, *El Turismo Comunitario | ACS-AEC*. [en línea]. [Consulta: 2 julio 2022]. Disponible en: <http://www.acs-aec.org/index.php?q=es/sustainable-tourism/el-turismo-comunitario>.

TALLERES CALMAYOR, *Consejos para el mantenimiento de tu caravana - Talleres Calmayor*. [en línea]. [Consulta: 26 marzo 2021]. Disponible en: <https://tallerescalmayor.com/consejos-para-el-mantenimiento-de-tu-caravana>.

TERRÁNEA CORREDURÍA DE SEGUROS, *Autocaravanas: Una forma de vida que comenzó en el siglo XIX*. [en línea]. [Consulta: 20 agosto 2021]. Disponible en: <https://blog.terranea.es/autocaravanas-forma-de-vida-siglo-xix/>.

THOMPSON IVAN, *El estudio de mercado - Promonegocios.net*. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.promonegocios.net/mercado/estudios-mercados.html>.

TONY MUCERINO, *El coronavirus impulsa un boom de las casas rodantes en EE.UU. y Europa - la nacion*. [en línea]. [Consulta: 5 octubre 2020]. Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/el-mundo/el-coronavirus-impulsa-boom-casas-rodantes-eeuu-nid2380483>.

TORRES GABRIEL, *Estudio de factibilidad para la creación de una cooperativa de ahorro y crédito Ltda» provincia de sucumbíos cantón lago agrio-nueva loja*. Tesis previa a la obtención del

título de ingeniero en . Quito:

TRAVEL LATAM, *El turismo en Ecuador tiene una salida*. [en línea]. 12 junio 2020. [Consulta: 1 octubre 2020]. Disponible en: <https://es.travel2latam.com/nota/60734-el-turismo-en-ecuador-tiene-una-salida>.

TROTTER'S RV, *Living The Life of A Luxurious Gypsy* - Trotter's RV Sales and Service. [en línea]. S.l.: [Consulta: 20 agosto 2021]. Disponible en: <https://www.trottersrv.com/2020/11/28/living-the-life-of-a-luxurious-gypsy/>.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, *Estudio Económico-Financiero III*. Estudio económico-financiero. . S.l.:

VENTURA VAN, *Diferencias Entre Casa Rodante, Remolque y Auto Caravana* | Ventura Van. [en línea]. [Consulta: 4 marzo 2022]. Disponible en: <https://www.venturavan.es/diferencias-entre-casa-rodante-remolque-y-auto-caravana/>.

VILLALVA MICHAEL, *Gastronomía* | Chimborazo | Guía Virtual de Turismo Accesible para personas con Discapacidad. [en línea]. [Consulta: 26 junio 2022]. Disponible en: <https://turismoaccesible.ec/site/information/region-sierra/chimborazo/gastronomia/>.

VIVANCO FRANCIS, *Turismo Gastronómico* - UIDE. [en línea]. [Consulta: 26 junio 2022]. Disponible en: <https://www.uide.edu.ec/turismo-gastronomico/>.


D.B.R.A.I.
Ing. Cristian Castillo



ANEXOS

ANEXO A: CUESTIONARIO

Escuela Superior Politécnica de Chimborazo
Facultad de Recursos Naturales
Escuela de Turismo

"Estudio de factibilidad para el alquiler de casas móviles con fines turísticos en la provincia de Chimborazo".

Estimado (a), la presente encuesta tiene como finalidad determinar la factibilidad del alquiler de casas móviles (autocaravana, motorhome, casa carro, casa rodante, etc.) así también, los gustos y necesidades en cuanto al servicio turístico. Le solicitamos que la información sea lo más veraz posible para obtener resultados efectivos. Agradecemos su colaboración.

1. Género

Masculino

Femenino

Otro

2. Edad

3. Ciudad de Procedencia

4. ¿A usted le gustaría alquilar casas móviles (autocaravana, motorhome, casa carro, casa rodante, etc.) para visitar lugares turísticos?

Si

No

5. ¿Para cuantas noches y cuantos días alquilaría usted las casas móviles (autocaravana, motorhome, casa carro, casa rodante, etc.)?

a. 1 día

b. 1 noche y 2 días

c. 2 noches y 3 días

6. ¿Qué días le gustaría viajar en las casas móviles (autocaravana, motorhome, casa carro, casa rodante, etc.)?

a. Viernes

b. sábado

c. Domingo

d. viernes y sábado

e. viernes, sábado y domingo

7. ¿Cuántas personas le gustaría que le acompañen en las casas móviles (autocaravana, motorhome, casa carro, casa rodante, etc.)?

- a. 1
- b. 2
- c. 3

8. ¿Cuántas veces al año estaría usted dispuesto a alquilar las casas móviles (autocaravana, motorhome, casa carro, casa rodante, etc.)?

- a. una vez al año
- b. dos veces al año
- c. tres veces al año
- d. más de 3 veces al año

9. ¿Cuánto paga usted DIARIAMENTE en "alimentación" en un viaje turístico?

- a. \$30 - \$50
- b. \$51 - \$80
- c. \$81 - \$100

10. ¿Cuánto paga usted DIARIAMENTE en "hospedaje" en un viaje turístico?

- a. \$30 - \$50
- b. \$51 - \$80
- c. \$81 - \$100

11. ¿Cuánto paga usted DIARIAMENTE en "transporte" en un viaje turístico?

- a. \$30 - \$50
- b. \$51 - \$80
- c. \$81 - \$100

12. ¿Por qué medios de comunicación generalmente usted se informa sobre servicios turísticos?

- a. Internet
- b. Radio
- c. Televisión

13. ¿Cuál es la forma de pago que usted generalmente utiliza para cancelar servicios turísticos?

- a. Efectivo
- b. Tarjeta
- c. Transferencia bancaria

Muchas Gracias por su colaboración.

ANEXO B: CÁLCULO DEL PRECIO DE ALQUILER EN BASE AL RODAJE EN KILÓMETROS RECORRIDOS

Tabla 61-4: Cálculo en base a las rutas fuera de la provincia de Chimborazo.

Región	Rutas fuera de la provincia de Chimborazo	Kilómetros recorridos	Litros consumidos de Diesel	Galones consumidos de Diesel	Valor en dólares	Ida/vuelta
Sierra	Riobamba-Quito	202 km	81	20	\$23,00	\$46,00
	Riobamba - Cuenca	260km	104	26	\$30,00	\$59,00
	Riobamba -Carchi	385 km	154	39	\$44,00	\$88,00
	Riobamba -Loja	470 km	188	47	\$54,00	\$107,00
Costa	Riobamba -Gye	229 km	92	23	\$26,00	\$52,00
	Riobamba -Manabí	347 km	139	35	\$40,00	\$79,00
	Riobamba -Esmeraldas	443 km	177	44	\$51,00	\$101,00
Oriente	Riobamba -Orellana	386 km	154	39	\$44,00	\$88,00
	Riobamba -Zamora Chinchipe	480 km	192	48	\$55,00	\$109,00

Realizado por: Cujilema, 2021.

Tabla 62-4: Cálculo en base a las rutas en la provincia de Chimborazo o cerca.

Rutas en la provincia de Chimborazo o cerca	Kilómetros recorridos	Litros consumidos de Diesel	Galones consumidos de Diesel	Valor en dólares	Ida/vuelta
Riobamba - Colta	23 km	9	2	\$3,00	\$5,00
Riobamba -Guano	19 km	8	2	\$2,00	\$4,00
Riobamba -Baños	77 km	31	8	\$9,00	\$18,00
Riobamba - Alausí	86 km	34	9	\$10,00	\$20,00
Riobamba - Pallatanga	89 km	36	9	\$10,00	\$20,00
Riobamba - Cumandá	128 km	51	13	\$15,00	\$29,00

Realizado por: Cujilema, 2021.



epoch

Dirección de Bibliotecas y
Recursos del Aprendizaje

UNIDAD DE PROCESOS TÉCNICOS Y ANÁLISIS BIBLIOGRÁFICO Y
DOCUMENTAL

REVISIÓN DE NORMAS TÉCNICAS, RESUMEN Y BIBLIOGRAFÍA

Fecha de entrega: 12 / 07 / 2022

INFORMACIÓN DEL AUTOR/A (S)
Nombres – Apellidos: Josselin Coraly Cujilema Zúñiga
INFORMACIÓN INSTITUCIONAL
Facultad: Recursos Naturales
Carrera: Turismo
Título a optar: Ingeniera en Ecoturismo
f. responsable: Ing. Cristhian Fernando Castillo Ruiz



DBRA

Ing. Cristhian Castillo



1411-DBRA-UTP-2022