

386.242
FRE.



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS Y
RECURSOS NATURALES
LICENCIATURA EN TURISMO
**“IMPLEMENTACIÓN DE SERVICIOS DE TRANSPORTE PARA
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS TURÍSTICAS”**

PROYECTO MATERIA INTEGRADORA
PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN TURISMO

PRESENTADA POR:

JOSSELIN DAYAN FREYLE SALAZAR

LUIS JAVIER JAIME MENDOZA

GUAYAQUIL – ECUADOR

2015



A.F. 135847



ESCUELA SUPERIOR POLITÉCNICA DEL LITORAL
FACULTAD DE INGENIERÍA MARÍTIMA, CIENCIAS BIOLÓGICAS Y
RECURSOS NATURALES
LICENCIATURA EN TURISMO
**“IMPLEMENTACIÓN DE SERVICIOS DE TRANSPORTE PARA
ACTIVIDADES COMPLEMENTARIAS TURÍSTICAS”**

PROYECTO MATERIA INTEGRADORA
PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN TURISMO

PRESENTADA POR:
JOSSELIN DAYAN FREYLE SALAZAR
LUIS JAVIER JAIME MENDOZA

GUAYAQUIL – ECUADOR

2015

AGRADECIMIENTOS

Agradezco a Dios por haberme dado la oportunidad de seguir adelante en mi vida académica y lograr mis propósitos en la vida. Le doy gracias a los docentes que inculcaron conocimientos en mí, en especial MSc. Cinthy Veintimilla. También agradeciendo a mi compañero de siempre Luis Jaime.

Josselin Dayan Freyle Salazar

Agradezco al divino poder que permita seguir vivo y compartiendo con mis seres queridos, a mi familia que me ha inculcado la buena educación y a los docentes de la gran institución donde pertenezco que han transmitido sus buenos conocimientos a lo largo de esta carrera.

Luis Javier Jaime Mendoza

DEDICATORIAS

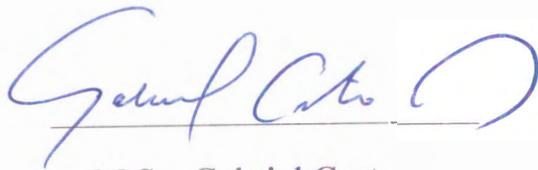
Lo que he logrado te lo debo a ti porque es para ti y por ti, Rebeca Freyle fuente de mi inspiración y motivo de vivir; desde el cielo siempre guías mis pasos y estás conmigo hermanita. Dedico también mis logros a mi hermosa madre Pilar Salazar, por su apoyo incondicional y por estar en los momentos más difíciles de mi vida por ser padre y madre para mí junto con mi adorable abuelita y tío Javier. También a mis amigos que han sido parte de mi familia desde que empezamos la carrera, en especial a mi mejor amigo Luis Jaime.

Josselin Dayan Freyle Salazar

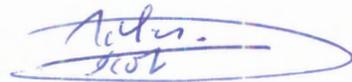
Dedico este trabajo a mi madre, y hermana que han sido pilar fundamental en mi vida; han velado por mi bienestar y porvenir.

Luis Javier Jaime Mendoza

TRIBUNAL DE GRADO

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Gabriel Castro', written over a horizontal line.

M.Sc. Gabriel Castro

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Mathias Pecot', written over a horizontal line.

M.Sc. Mathias Pecot

DECLARACIÓN EXPRESA

“La responsabilidad del contenido de esta Tesis de Grado, nos corresponde exclusivamente; y el patrimonio intelectual de la misma a La Escuela Superior Politécnica del Litoral”.



Josselin Dayan Freyle Salazar



Luis Javier Jaime Mendoza

RESUMEN EJECUTIVO

El propósito de nuestro proyecto es innovar y crear un nuevo modelo de transporte turístico en la ciudad de Guayaquil, con servicios complementarios e ideas modernas sin dejar lo tradicional.

Impulsar el talento ecuatoriano es parte fundamental, ya que mediante el Duty shop, en el interior del bus podrá difundirse sus productos netamente ecuatorianos; además los buses serán fabricados por personal ecuatoriano en cuestión de carrocería motivados por brindar un excelente servicio de transporte turístico homologado.

El reconocimiento de la Historia de Guayaquil es nuestra inspiración, de hacer vivir a los pasajeros las épocas de antaño y no solo mediante videos o fotos sino también hacer revivir escenas históricas del siglo XIX, dramatizados por el personal abordo.

Se verán requisitos, leyes y permisos que rigen a la transportación en Ecuador, y la implementación de un nuevo servicio turístico en la ciudad de Guayaquil con las respectivas proyecciones que podría tener como empresa consolidada.

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN EJECUTIVO.....	I
ABREVIATURAS.....	II
ÍNDICE GENERAL.....	III
ABREVIATURAS.....	IV
ÍNDICE DE TABLAS.....	V
ÍNDICE DE GRÁFICOS.....	VI
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES.....	VII
ÍNDICE DE ANEXOS.....	VIII
INTRODUCCIÓN.....	1
INTRODUCCIÓN	1
CAPÍTULO 1.....	2
1. INTRODUCCIÓN SOBRE TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA EN GUAYAQUIL.	2
1.1. Estudio del Entorno.....	2
1.1.1. Antecedentes del servicio de transporte turístico en Guayaquil.	2
1.1.2. Descripción de las empresas de transporte turístico más utilizadas en Guayaquil.	3
1.1.3. Análisis de la competencia.....	4
1.2. Bases técnicas y legales de transportes turísticos	5
1.2.1. Parámetros que se rigen a estos transportes turísticos.....	5
TABLA 1: Vehículos automotores para transporte de pasajeros.....	11
TABLA 2. Modalidad de Buses	14
1.2.2. Normas de calidad del servicio de transporte.	16
1.2.3. Requisitos de Seguridad.....	17
1.3. Estudio de buses temáticos a nivel internacional.	19
1.4. BENCHMARKING	20

TABLA 3. Comparación entre SETURNA Y Lujo Colonial	20
CAPÍTULO 2.....	23
2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO	23
2.1. Breve descripción de la propuesta de un modelo temático de transporte.	23
2.2. Metodología	24
2.3. Apertura del negocio.....	25
2.3.1. Misión y Visión.....	25
2.3.2. Objetivos generales y específicos.	25
2.4. Justificación del proyecto.....	26
2.5. Justificación de la Bibliografía.	26
CAPÍTULO 3.....	27
3. ANÁLISIS DEL PROYECTO.....	27
3.1. Estructura del plan de negocio.	27
3.1.1. DESCRIPCIÓN DE LOS BUSES.	27
3.1.2. ELECCIÓN DEL NOMBRE, MARCA Y ESLOGAN.	29
3.1.3. SERVICIOS.	30
3.2. Selección de Operadores.....	30
TABLA 4. Operadoras	31
3.3. Modelo de Entrevistas.....	32
3.4. Recopilación de Información.	33
3.5. Evaluación de los resultados.	40
3.6. Factibilidad de una nueva empresa de transporte turístico en Guayaquil.	42
CAPÍTULO 4.....	43
4. FINANCIAMIENTO Y ESTRUCTURA TÉCNICA.....	43
4.1. Cotización de los Buses	43
4.1.1. Asesoramiento previo a la obtención del vehículo.	43
4.1.2. Costo del diseño físico del vehículo.	44
4.1.3. Tabla de Amortización del bus por parte de la Corporación Financiera Nacional.	45
TABLA 5. Amortización	45
4.2. Cotización de la Marca.	47
TABLA 6. Trámite en el plan piloto.....	47

TABLA 7. Proceso para el nombre de la empresa	48
4.3. Costos de Promoción.	48
TABLA 8. Costos de Publicidad	49
4.4. Esquema Financiero del Negocio.	49
TABLA 9. Inversión del plan de negocio	49
.....	53
CAPÍTULO 5	53
5. Implementación y Promoción.	53
5.1. Descripción de actividades en el campo.	53
5.1.1. Funciones del servicio.....	53
5.2. Especificaciones del bus	56
5.3. FODA.....	60
5.4. Promoción.	61

ABREVIATURAS

- ADS= Sistema de datos astrofísicos
- ANT= Agencia Nacional de Tránsito
- A/C= Aire Acondicionado
- BBDD= Base de Datos
- CANT= Cantidad
- CFN= Corporación Financiera Nacional
- CQZ= Corporación Quezada Zamora
- FODA= Fortalezas, Oportunidades, Debilidades, Amenazas
- IEPI= Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual
- INEN= Instituto Ecuatoriano de Normalización
- ISO= Sistema de Normalización Internacional
- KG= Kilo gramos
- LTN= L' Alianza Tecno viajes
- LED= Diodo Emisor de Luz
- N/E= No Específica
- NTE= Norma Técnica
- PVC= Poli cloruro de Vinilo
- VIN= Número de Identificación del Vehículo
- WEB= Cyber Sitio
- WIFI= Fidelidad sin cables

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA I. Vehículos automotores para transporte de pasajeros.....	11
TABLA II. Modalidad de Buses.....	14
TABLA III. Comparación entre SETURNA y Lujo Colonial.....	20
TABLA IV. Operadoras.....	31
TABLA V. Amortización.....	45
TABLA VI. Trámite para el plan piloto.....	47
TABLA VII. Proceso para el nombre de la empresa.....	48
TABLA VIII. Costos de publicidad.....	49
TABLA IX. Inversión del Plan de Negocio.....	49
TABLA X. Egresos.....	50
TABLA XI. Depreciación.....	51
TABLA XII. Canales de Distribución.....	62

ÍNDICE DE GRÁFICOS

Gráficos 1. Experiencias de otros servicios.....	34
Gráfico 2. Empresas conocidas.....	34
Gráfico 3. Información del bus.....	35
Gráfico 4. Opiniones acerca del bus.....	36
Gráfico 5. Le agradaría el servicio.....	37
Gráfico 6. Opiniones acerca del servicio.....	37
Gráfico 7. Aceptación del Duty.....	38
Gráfico 8. Factores considerados para el valor del bus.....	39
Gráfico 9. Comentarios sobre el proyecto.....	39
Gráfico 10. Observación del transporte LUJO colonial.....	41

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1. Marca y Eslogan.....	29
ILUSTRACIÓN 2. Chasis.....	44
ILUSTRACIÓN 3. Cinturón de Seguridad.....	56
ILUSTRACIÓN 4. Ventana de emergencia y equipos audiovisuales.....	56
ILUSTRACIÓN 5. Luces y A/C.....	57
ILUSTRACIÓN 6. Portaequipaje de mano y Cabina del chofer.....	57
ILUSTRACIÓN 7. Baño y pantallas en la parte posterior del asiento.....	58
ILUSTRACIÓN 8. Escaleras y dispensador de agua con la bodega del Duty.....	58
ILUSTRACIÓN 9. Bus Completo.....	59
ILUSTRACIÓN 10. Bus parte externa.....	59

TABLA DE ANEXOS

ANEXO A. Cuadro de vida útil del vehículo.

ANEXO B. Normas y Reglamentos INEN.

ANEXO C. Clasificación y tipo de vehículos.

ANEXO D. Pronóstico de Inversión.

ANEXO E. Beneficios Sociales.

ANEXO F. Carta de ofrecimiento del servicio a operadoras.

ANEXO G. Política de reservación.

ANEXO H. Permiso de funcionamiento, Matriculación vehicular, y Seguro.

ANEXO I. Respuesta de entrevistados.

INTRODUCCIÓN

El transporte terrestre es un medio necesario para uso de las personas, ya que así podemos llegar a tiempo a nuestros destinos y movilizarnos desde distancias cortas a distancias largas. Nos ayuda a desplazarnos por un lugar, sea en el ámbito de comercio o de personas, su movilización puede ser nacional e internacional; desde tiempos atrás hasta la actualidad, ha tenido que desarrollarse con avances técnicos y de infraestructura por su incremento en el uso del mismo.

Para esto existen varios tipos de transporte como: terrestre, aéreo y acuático; en el caso de este proyecto solo se basa en transporte terrestre ya que utilizaremos buses turísticos.

Tiene varias sub categorías una de ellas explicadas en este proyecto es el transporte terrestre comercial que es la actividad de transportar a personas a cambio de un pago.

La transportación en Guayaquil ha sido variante y de poco alcance a lo largo de la implementación de este medio en el país.

Buses turísticos en Guayaquil, han complementado al sector turístico en la ciudad de Guayaquil con la creación de LUJO Colonial se implementará un valor agregado al servicio ya establecido en la ciudad y es la caracterización de personajes históricos del tiempo de la colonia, acompañado de recursos de ilustración.

CAPÍTULO 1

1. INTRODUCCIÓN SOBRE TRANSPORTACIÓN TURÍSTICA EN GUAYAQUIL.

1.1. Estudio del Entorno.

Se analiza la factibilidad de crear un nuevo modelo de bus turísticos por medio de un estudio sobre los buses turísticos que tenemos en la actualidad.

1.1.1. Antecedentes del servicio de transporte turístico en Guayaquil.

El transporte turístico se desarrolló debido a los constantes viajes o salidas de campo o recorridos, que realizaban los estudiantes de establecimientos educativos y de trabajos alejados del punto de encuentro principal. Para esto se utilizaron los buses de servicio escolar; se vio el apogeo e inmediatamente se dio paso al uso de servicio

por parte de los buses interprovinciales y que más tarde se personalizo al uso de buses exclusivamente para recorridos turísticos.

1.1.2. Descripción de las empresas de transporte turístico más utilizadas en Guayaquil.

Se realizó un seguimiento a las siguientes empresas de transporte establecidas en la ciudad de Guayaquil que brindan servicio de recorridos turísticos.

M&M

- Empresa establecida en el 2005.
- El motivo de su creación está vinculado a la necesidad de integrar al Ecuador y fomentar el desarrollo comercial, social y de turismo.
- Tuvo buena acogida que ampliaron oficinas y vehículos nuevos para así cubrir la demanda de transporte de los diferentes destinos en el Ecuador y países fronterizos.
- Principales clientes: Metropolitan touring, Condor travel, La Moneda, Hilton Colon Hotel Guayaquil, LAN Chile.

(Tomado de la página Web de la empresa).

SETURNA

- Empresa especializada en turismo y eventos empresariales a nivel nacional.
- Cuentan con una gran experiencia en turismo receptivo y atención a cruceros internacionales.

- Cuentan con permisos de operación otorgado por la ANT (AGENCIA NACIONAL DE TRÁNSITO) que permite el tránsito en territorio nacional.
- Cuentan con diferentes tipos de vehículos como: Buses, minibuses, vans, autos, 4x4.
- Incluyen en sus servicios WIFI (ONBOARD), Material promocional exterior o interior, box lunch.
- Servicios de carga y manipulación de equipaje.
- Servicio de guías.

(Tomado de la página Web de la empresa)

ECUADORIAN BUS CHARTER

- Tienen más de 20 años de experiencia en el negocio del turismo.
- Ofrecen servicio de transporte en la ciudad de Guayaquil y todo el Ecuador.
- Cuentan con una flota de modernos autobuses.

(Tomado de la página Web de la empresa)

1.1.3. Análisis de la competencia

Como se puede observar en los puntos anteriores, SETURNA, M&M, ECUADORIAN BUS CHARTER son las tres empresas de transporte turístico que se

ven recorriendo la ciudad de Guayaquil, utilizadas por las agencias de viajes y operadoras u otras entidades.

Ventajas de la competencia:

- Experiencia en el mercado turístico.
- Aceptación por parte de las diferentes entidades del sector turístico.

Desventajas de la competencia:

- Monopolizar el mercado de transporte turístico
- Bajo índice de promoción en el sector turístico.

1.2. Bases técnicas y legales de transportes turísticos

Aquí se detallarán las normativas y leyes que se deben tomar en cuenta para la circulación del vehículo en Ecuador.

1.2.1. Parámetros que se rigen a estos transportes turísticos.

La transportación en el Ecuador se encuentra regulada bajo diferentes entes que ponen a disposición leyes, normas, reglamentos para cumplimiento de estos y mejora en sus servicios.

Es por eso que se encontrará detallado los estatutos que una empresa debe regirse para ofrecer servicio de transporte, y algunos de estos hacen mención al transporte terrestre turístico.

Es importante resaltar que las entidades que regulan al transporte turístico son la Agencia Nacional de Tránsito, y Ministerio de Turismo que velan por la seguridad, calidad y servicio para los turistas.

Para aval de estos servicios, las empresas de transporte deben estar registradas en una comisión de transportistas, como es la Asociación de Transporte Turístico del Ecuador, que trabaja en conjunto con la Agencia Nacional de Tránsito y Ministerio de turismo.

LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE TRÁNSITO Y SEGURIDAD VIAL

Tiene el objetivo principal de dar a conocer las normas legales de transporte a sus lectores y quienes en su momento dispondrán de aquellos artículos de velar por la seguridad de las personas y bienes que circulan o se transportan dentro del perímetro Ecuatoriano.

Fue desarrollado por la Asamblea Nacional y Publicado en Diciembre del 2014. (Publicado en la Página Web de la Agencia Nacional De Transito ANT).

Art. 57. Se denomina servicio de transporte comercial el que se preste a terceras personas a cambio de una contraprestación económica, siempre no sea servicio de transporte colectivo o masivo. Para operar un servicio comercial de transporte se requerirá de un permiso de operación, en los términos establecidos en la presente ley y su reglamento.

Dentro de esta clasificación, entre otros, se encuentra el servicio de transporte escolar e institucional, taxis, tricimotos, carga pesada, carga liviana, mixto, turístico y los demás que se presenten en el reglamento, los cuales serán presentados únicamente por el operador de transporte autorizado para tal objeto y que cumplan con los requisitos y las características especiales de seguridad establecidas por la Agencia Nacional de Regulación y Control del Transporte Terrestre, Tránsito y Seguridad Vial El servicio de taxis se prestan exclusivamente en el área del territorio ecuatoriano, estableciendo en el permiso de operación respectivo; y, fletado ocasionalmente a cualquier parte del país, estando prohibida establecer rutas y frecuencias.

REGLAMENTO DE TRANSPORTE TERRESTRE TURÍSTICO

Este documento regula el servicio de transporte terrestre turístico a nivel nacional y especifica los ámbitos de competencia entre la Agencia Nacional de Transporte y la Agencia Nacional de Turismo.

Desarrollado por la Agencia Nacional de Tránsito, y puesto en vigencia a partir del mes de Septiembre de 2014.

“Art.4. Transporte Terrestre Turístico: Se considera como transporte terrestre turístico a la movilización de personas que tengan la condición de turista o excursionista en vehículos de compañías autorizadas a la prestación del servicio de transporte terrestre turístico debidamente

homologados y habilitados por la Agencia Nacional de Transporte, para dirigirse a establecimientos o sitios de interés turístico mediante el pago acordado libremente por las partes.”

LEY DE TURISMO

Este documento tiene el objeto de determinar el marco legal que se regirá a la promoción, desarrollo y regulación del sector turístico.

Su registro oficial se suplementó en el año 2002, su última modificación en el año 2014.

Art.5. Se considera actividad turística las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento**
- b. Servicio de Alimentos y Bebidas**
- c. Transporte**
- d. Operación**
- e. La intermediación.**

ASOCIACIÓN DE TRANSPORTE TURÍSTICO DEL ECUADOR

La aprobación oficial de sus estatutos en el año 2000 por el Ministerio de Turismo, publicado en el Reglamento de Transporte Turístico en el año 2008. Así se establece como una actividad legal en el Ecuador y representante de la actividad turística.

Tiene como objetivos:

1. Mejorar las condiciones de actuación de las empresas afiliadas para facilitarles la consecución de sus objetivos económicos y sociales en un ámbito de competencia leal tanto a nivel local como nacional.
2. Enaltecer la imagen del transporte comercial turístico y conseguir el reconocimiento que merece de las administraciones y de la sociedad como sector estratégico para la economía, el progreso, y el bienestar de todos los ecuatorianos.

1.2.1.1. HOMOLOGACIÓN VEHÍCULAR

Tomando asunto al siguiente artículo avalado por el Reglamento de Transporte Terrestre Turístico.

Art. 29. Homologación Vehicular: Todos los vehículos destinados a la prestación del servicio de transporte terrestre turístico deberán ser previamente homologados, encontrarse dentro de la vida útil definida técnicamente por la Agencia Nacional de Tránsito y cumplir con los

requisitos y condiciones determinados en la normativa que en materia de transporte terrestre se encuentran vigentes, los mismos que deberán encontrarse debidamente habilitados en el permiso de operación otorgado por la Agencia Nacional de Tránsito.

Únicamente los vehículos de alta gama, cuyo modelo y marca no mantenga representación dentro del territorio nacional y sean importados directamente por su titular para ser habilitados en el respectivo permiso de operación de transporte turístico, no serán sujetos del proceso de homologación vehicular, sin embargo, deberán someterse a un proceso de certificación ante la Agencia Nacional de Transporte con la finalidad de verificar su conformidad con las normas técnicas de seguridad y emisiones que le sean aplicables, previa a su habilitación en el respectivo permiso de operación y bajo cumplimiento de los requisitos y condiciones establecidos por el are competente.

Según el Reglamento General de Homologación para la Transportación Pública y Comercial, detalla los productos homologados tales como: marcas de vehículos, vehículos automotores para transporte de pasajeros, carrocería importada para transporte de pasajeros, vehículos automotores para transporte de carga, entre otros aspectos.

TABLA 1: Vehículos automotores para transporte de pasajeros

Subclase (categoría): M3 (PBV \geq 5000 kg) (capacidad de plazas \geq 18).	
Representante marca	Neo Hyundai
Marca	Hyundai
Modelo	Universe
Versión	Universe
Descripción de la versión	12300 cc diésel-TM 4x2

Clase	Bus
Capacidad de pasajeros	44
Aplicación	Turismo

Fuente: Productos Homologados

1.2.1.2. CUADRO DE VIDA ÚTIL PARA EL TRANSPORTE TERRESTRE PÚBLICO Y COMERCIAL

Muestra el período que puede ser usado un medio de transporte terrestre ya sea público o comercial a nivel nacional.

Publicado por la Agencia Nacional de Tránsito.

“Art.1. Aprobar el siguiente cuadro de vida útil para las unidades de transporte terrestre público o comercial que sirva de base para la aplicación en los procesos de concesión y renovación de permisos de operación, incrementos y cambio de unidades o socios”.

Cuadro de vida útil explicado en ANEXO A.

Art.6. Los vehículos que hayan sufrido un siniestro y sean declarados como pérdida total, deberá ser obligatoriamente sometidos al proceso de chatarrización, sin que esto amerite el recibir incentivo financiero alguno, y deberá realizarlo empresas autorizadas por el ministerio de industrias y productividad (MIPRO), bajo el procedimiento definido por la ANT.

Estos vehículos deberán ser deshabilitados y dado de baja automáticamente dentro del registro de la ANT, además de retirar sus placas y matrículas.

Art.7. Los vehículos que hayan sufrido algún tipo de siniestro y que como resultado haya sido afectado su configuración estructural de su carrocería o chasis, deberán ser sometidos a un peritaje técnico por parte de un técnico especializado, quien determinará si es procedente la reconstrucción de la misma.

En caso de ser procedente se deberá solicitar a la ANT su autorización y cumplir con el procedimiento y requisitos definidos en el Anexo 1: requerimientos de aplicación para la reconstrucción de carrocerías de vehículos siniestrados (adjunto) a la presente resolución; en caso de no ser procedente se deberá chatarrizar la carrocería e instalar una nueva que cumpla con las especificaciones definidas en las normas y reglamentos INEN vigentes.

“Art.9. Para cambio de modalidad se deberá aplicar el siguiente cuadro donde indica si es o no procedente habilitarse un vehículo de una a otra modalidad.”

TABLA 2. Modalidad de Buses

MODALIDAD	DESTINO	CAMBIO
TURISMO	INTERCANTONAL	SI
	INTRACANTONAL	SI
	INTRA. URBANO/RURAL	NO
	ESCOLAR E INSTITUCIONAL	SI
	TURISMO	SI

Fuente: Cuadro de vida útil de vehículos

DESTINO	MODALIDAD	CAMBIO
TURISMO	INTERCANTONAL	NO
	INTRACANTONAL	SI
	INTRA. URBANO/RURAL	NO
	ESCOLAR E INSTITUCIONAL	SI
	TURISMO	SI

Fuente: Cuadro de vida útil de vehículos

NOTA:

Sí, es procedente el cambio de modalidad.

No, es procedente el cambio de modalidad.

En el cuadro anterior no aplica para el caso de buses tipo costa, salvo que sean dentro de la misma modalidad.

Para cambio de modalidad dentro del transporte colectivo, los vehículos deben ser sometidos a un proceso de constatación por parte de la entidad designada por la ANT

para la verificación de la conformidad con respecto a la norma o reglamento INEN vigente según la modalidad a la que aplique, para esto deberá solicitar ante la dirección de regulación, cumplir con el procedimiento y requisitos definidos en el Anexo 2 (adjunto).

“Art. 11. La vida útil se toma en cuenta desde el año de fabricación, el mismo que estará determinado de conformidad a la norma técnica ecuatoriana NTE INEN-ISO 3779:2000 VEHÍCULOS AUTOMOTORES. NÚMERO DE IDENTIFICACIÓN DEL VEHÍCULO (VIN). CONTENIDO Y ESTRUCTURA.”

1.2.2. Normas de calidad del servicio de transporte.

Las normas de calidad del servicio de transporte son especificadas según las normas y reglamentos INEN.

Normas y reglamentos INEN explicado en ANEXO B.

1.2.3. Requisitos de Seguridad.

Este punto tiene relación con los requisitos que se debe cumplir cuando se debe homologar un automotor ante la Agencia Nacional de Tránsito.

Se tomó referencia el siguiente artículo del Reglamento de Transporte Terrestre Turístico.

Art. 31. CLASIFICACIÓN VEHICULAR: Los vehículos destinados a la prestación del servicio de transporte turístico, según su actividad, deberán cumplir con todos los requerimientos técnicos y operacionales establecidos por la Agencia Nacional de Tránsito, de tal forma que garantice la seguridad en la movilidad de los pasajeros y el debido confort a los usuarios.

Para efecto de homologación y al amparo de las disposiciones que en materia de transporte terrestre se encuentran vigentes a nivel nacional, los vehículos destinados a la prestación del servicio de transporte terrestre turístico deberán cumplir con el reglamento técnico que en elementos de seguridad se encuentra vigente y las normas de emisiones de gases que le sean aplicables, encajados conforme la siguiente clasificación.

Clasificación para tipo de vehículos en ANEXO C.

Disposiciones:

- Asientos reclinables
- Iluminación (luz de día, luz individual de lectura)
- Martillo de fragmentación
- Salidas de emergencia debidamente señalizadas
- Cortinas hechas de materiales no inflamables
- Cinturón de seguridad para cada pasajero.
- Cinturón de tres puntos para el asiento del chofer y asientos cercanos a las puertas y primera fila
- Equipo extintor, botiquín de primeros auxilios, triángulos de seguridad.
- Climatización interna.
- Equipos de perifoneo en los buses.
- Portaequipajes con la capacidad del total de los ocupantes.
- Sistema de audio
- Recipiente para depósito de desechos

Los vehículos podrán ser adecuados conforme las necesidades de la actividad turística a ser realizada sin que sus modificaciones afecten los elementos de seguridad del automotor.

Se exceptúa del cumplimiento de las disposiciones establecidas en el art. 31 literal.

a) A los vehículos especiales determinados en el presente reglamento.

1.3. Estudio de buses temáticos a nivel internacional.

Buses en el mundo tienen un sistema diferente con respecto al servicio, es por eso que también se encuentran en la categoría de buses temáticos los siguientes:

Teatro Bus (Madrid)

Es un servicio de teatro dentro de un Bus, se narran historias y trata de interactuar con los pasajeros. Dura alrededor de 50 minutos el show y varían de acuerdo al itinerario. Hay recorridos diferentes para cada tipo de clientes: Escuelas, Colegios, Grupos Turísticos, el autobús se desplaza al lugar indicado a el horario que elija al cliente. Y si es para particulares, el autobús sale todos los sábados a las 18:30.

Gourmet Bus (Barcelona)

Comprende un recorrido panorámico de la ciudad en el casco histórico mientras degustan de la alta gastronomía.

El paseo dura alrededor de tres horas y para el menú está a cargo el restaurador Carlos Gaig.

Eno Bus (Rioja Alavesa)

Permite a los pasajeros deleitarse con una copa de vino durante un recorrido panorámico en la ciudad y visita a las bodegas vinícolas. Laboran cada sábado desde Semana Santa hasta finales de diciembre.

Spa Bus (Londres)

Este bus ofrece tratamientos de belleza para la cara y cuerpo, masajes de mano, o del cuero cabelludo. El servicio está a cargo de una firma de cosméticos famosa en Gran Bretaña.

1.4. BENCHMARKING

En la ciudad de Guayaquil no existen buses temáticos que ofrecen servicios de turismo, únicamente existen buses que ofrecen servicio de transportación de puerta a puerta.

Se realizó un breve estudio sobre quien sería un competidor para el bus temático que queremos implementar y llegamos a la conclusión que SETURNA Transporte de turismo es quien ofrece servicios similares.

TABLA 3. Comparación entre SETURNA Y Lujo Colonial

	Servicio Turístico
	Recorridos dentro y fuera del país
	Recorridos en Ecuador, Colombia y Perú.

SETURNA TRANSPORTE TURISTICO	Empresarial
	Transportación para eventos empresariales.
	Ejecutivo
	Servicio de movilización a ejecutivos
	Servicios Adicionales
	WIFI
	Material de promoción turística
Servicio de box lunch	
Guías	

Fuente: Hecho por autores

LUJO COLONIAL SERVICIO DE TRANSPORTE TURISTICO	Servicio Turístico
	Recorridos dentro de la ciudad de Guayaquil
	Servicios Adicionales
	Tecnología a bordo
	Material de promoción turística
	Servicio de alimentación
	Entretenimiento cultural
	Compra de productos dentro del bus.

Fuente: Hecho por autores

Concluimos que SETURNA, ofrece buses con servicios similares como los turísticos y adicionales, pero tienen otros ingresos como alquiler vehículos con servicio privado para pequeños grupos de personas.

LUJO COLONIAL, por otro lado es un servicio adicional variado y único en la ciudad de Guayaquil, y solo cuenta con buses para la atención de turistas en sus recorridos turísticos.

CAPÍTULO 2

2. PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

2.1. Breve descripción de la propuesta de un modelo temático de transporte.

En Guayaquil existen algunas empresas de transporte reconocidas que ofrecen sus servicios a hoteles, operadoras para la movilización de sus turistas; de aquí nació nuestra idea de implementar un bus diferente con el mismo propósito, pero innovando en el servicio. Hemos trabajado y estudiado cada detalle a nivel de transporte turístico que sea novedoso y cultural.

Nuestros clientes directos serán los pasajeros que vivirán la experiencia de nuestro bus temático; se espera ser contratados por las operadoras, que promocionen este nuevo modelo de transporte. Cabe recalcar que la estructura de los buses no será el mismo, sino un bus turístico de un piso con ambiente colonial.

2.2. Metodología

La metodología será exploratoria descriptiva aplicada al proyecto en la que se segmenta en cinco fases:

Fase 1

- Sondeo de transportes turísticos que operan en Guayaquil
- Segmento de mercado al que nos dirigimos
- ¿Qué tipo de servicios brinda el bus turístico?
- Análisis de la competencia

Fase 2

- Desarrollo del Proyecto en curso

Fase 3

- Recopilación de datos
- Estructura del negocio
- Solución de problemas y manejo de estrategias
- Aceptación del proyecto por parte del mercado

Fase 4

- Cotizaciones
- Esquema Financiero

Fase 5

- Componentes de la empresa
- Análisis FODA

2.3. Apertura del negocio.

2.3.1. Misión y Visión

MISIÓN:

Somos una empresa de transporte con fines turísticos que cumple con la satisfacción del cliente; apoyando la cultura y reviviendo la historia de Guayaquil antiguo en la época de la colonia. Combinando los estilos modernos y tecnológicos de alta calidad para el confort que desee el cliente.

VISIÓN:

Ser reconocido a nivel nacional e internacional como la mejor empresa innovadora en dar servicio de movilización en la ciudad de Guayaquil.

2.3.2. Objetivos generales y específicos.

OBJETIVOS GENERALES:

- Cumplir con las expectativas del cliente y la fidelidad a largo plazo.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS:

- Brindar un novedoso servicio de excelencia
- Compromiso de seguridad

- Resaltar el potencial turístico
- Crear plazas de trabajo
- Incremento socioeconómico
- Participación de otras entidades

2.4. Justificación del proyecto.

La realización de este proyecto surge con la idea de implementar un concepto de movilización turística diferente en la ciudad de Guayaquil, que refleje su importancia histórica, comercialización directa de productos ecuatorianos, y un modelo de bus tecnológico que brinde las comodidades acorde a las actividades que realice el cliente.

2.5. Justificación de la Bibliografía.

Tesis: “Propuesta de normas técnicas para el uso de buses como medio de transporte en la actividad turística” (Andrés Arteaga y Lida Pineda)

Decreto ejecutivo 830 (15 de enero de 2008), “Reglamento de transporte terrestre turístico”.

CAPÍTULO 3

3. ANÁLISIS DEL PROYECTO

3.1. Estructura del plan de negocio.

Definir los servicios y el mercado al que se espera llegar. Crear la marca y eslogan para representarnos como imagen icono en el sector de la transportación turística.

3.1.1. DESCRIPCIÓN DE LOS BUSES.

Todos los buses deben estar adecuados para la comodidad del turista siendo un bus 99% moderno y tecnológico. Tendrá asientos reclinables y acolchonados con iluminación para cada asiento, ventanas amplias panorámicas, aire acondicionado,

suelo de PVC, entre otras especificaciones que las podrá observar en descripción del producto.

Con respecto a la temática, el bus será moderno con pantallas en la parte posterior de cada asiento en cual pasarán videos y fotos de la ciudad vieja y ciudad nueva con música de ambiente Guayaquileño. El diseño externo del bus será de la época del siglo XIX, ya que en esas fechas hubo hechos relevantes en la ciudad. Tendrá decoraciones elegantes resaltando el lujo y remontando a la época colonial; incluso los guías que serán contratados por la empresa que requiere nuestros servicios, podrán caracterizarse con atuendos de la época.

En el interior del bus tendremos localizado el Duty, Se prevé contar con la alianza de emprendedores ecuatorianos como Pacari, Ecu Andino, ChocoLove entre otros, que serán expuestos en el Duty, por si desea el turista hacer una compra de algún producto que haya visto en el catálogo estará disponible en cada asiento.



LICTUR - BIBLIOTECA

3.1.2. ELECCIÓN DEL NOMBRE, MARCA Y ESLOGAN.

El nombre del bus será “LUJO COLONIAL” por el realce que se le dará al servicio, ya que es tecnológico, histórico y elegante. Aparte de tomar en cuenta estos datos mencionados, utilizamos las primeras iniciales de nuestros nombres LU (LUIS) y JO (JOSSELIN) y COLONIAL que es la temática del bus al unirlo es Lujo Colonial.

MARCA Y ESLOGAN

Fue tomado a votación verbal por la comunidad politécnica específicamente estudiantes de Turismo y las operadoras también coincidieron en el color y diseño de la marca.

ILUSTRACIÓN 1: Marca y Eslogan



Fuente: Hecho por autores

3.1.3. SERVICIOS.

Movilización a los diferentes lugares según el itinerario del paquete turístico asignado por la operadora de turismo en la ciudad de Guayaquil.

- Larga vistas, folletos turísticos de Guayaquil.
- Disponibilidad de mini bar (Refrigerios).
- Accesorios adicionales que puedan caracterizar los personajes de la colonia, acompañado de una foto de recuerdo como obsequio de nuestro servicio.
- Dramatización a bordo con temática Colonial de la ciudad de Guayaquil.
- Pantallas LED, audífonos, reproducción de vídeos y música, micrófonos.
- Chofer capacitado
- Variedad de vestimenta de la época para los guías si son contratados “opcional”.
- Venta de productos ecuatorianos “Catálogos Duty”.
- Sanitarios

3.2. Selección de Operadores.

Hemos escogido nuestro segmento de mercado que son las operadoras consolidadas en el catastro 2013; para el estudio de factibilidad del negocio. Además incluimos opiniones de otras operadoras mencionadas en el cuadro.

TABLA 4. Operadoras

1	GYM TURS
2	América Tours
3	Coturcip S.A
4	Transfrosur
5	Galasam
6	Speedtravel
7	Jhoncars S.A
8	Pacific Expedition
9	Horizontes Andinos Turismo Cia. Ltda
10	Mashipura Viajes
11	Manglar Rojo
12	Turistica Estudiantil Cia
13	Mega Servcorp S.A.
14	Salinas Fantastic Tour S.A
15	Cetitur
16	Amazonas Aviam
17	Archipell
18	Carapacho tours
19	CQZ Viajes
20	Creter Tours
21	Ecuador Expedition
22	Fabul Tour Express
23	Galanet S.A
24	Galapagos Best
25	Guami Tours
26	Guayaquil Visión
27	Isai Tours
28	Mágico Mundo Travel
29	Mark Ecuador
30	Marcy Tours
31	Summer Vacations
32	LTN Tecno viajes
33	Tomas Tour
34	Travel Tips
35	Turismo y Negocios Internacional

Fuente: Hecho por autores

3.3. Modelo de Entrevistas.

Las entrevistas tienen como objetivo conocer los servicios de preferencia y aceptación del proyecto. Primero vamos a determinar el tamaño de la muestra para realizar las entrevistas:

$$n = \frac{57 (1.96)^2 (0.5)^2}{(57-1)(0.05)^2 + (1.96)^2 (0.5)^2}$$

$$n = \frac{57 (3.84)(0.25)}{(56)(0.025) + (3.84)(0.25)}$$

$$n = \frac{57 (0.96)}{0.14 + 0.96}$$

$$n = \frac{54.72}{1.1} = 49 \text{ Entrevistas.}$$

Nuestros resultados serán cualitativos, el modelo de entrevista está presentado en los anexos.

Nos dirigimos a las operadoras que constan en el catastro 2013 y detallaremos estos puntos:

- Conocer las empresas que son de su preferencia, estudiar sus iniciativas y formas de promoción.
- Examinar si brindan la información necesaria del vehículo antes de firmar el contrato en la que esté estipulado todos los detalles del bus.
- Opiniones basadas en la idea de un bus temático.
- Aceptación del servicio.
- Acuerdo con la alianza de otras empresas que se promocionan en el bus.

- Valores monetarios del servicio.
- Sugerencia o aportaciones al proyecto para mejorar.

Nuestro resultado dio 49 entrevistas de las 57 operadoras que están en el catastro 2013; Agregando otras operadores que dieron su opinión, ya que algunas de las operadoras del catastro; unas no se encontraban operativas y otras no nos permitieron la entrevista. En total hicimos 35 entrevistas, de las cuales sacamos mucha información valiosa.

3.4. Recopilación de Información.

Esta información está basada en los datos verídicos de las entrevistas que se hicieron a cada una de las operadoras ya mencionadas que se puede observar en los anexos.

Nos vamos a basar en el método o criterio de saturación, debido a que, avanzando con información importante de las entrevistas anteriores, nos dimos cuenta que se van repitiendo los resultados por ende, tomaremos las palabras claves, para recopilar datos que sean favorables para el proyecto.

1. ¿Qué empresa de transporte es de su preferencia y cuál es su experiencia con el servicio brindado?

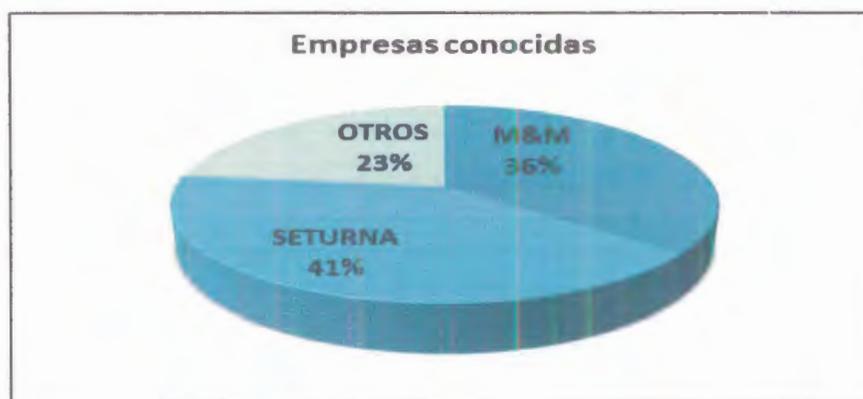
Gráfico 1: Experiencia



Fuente: Hecho por autores

2. ¿Que empresas de transporte es de su elección al momento de contratar un servicio?

Gráfico 2: Empresas conocidas

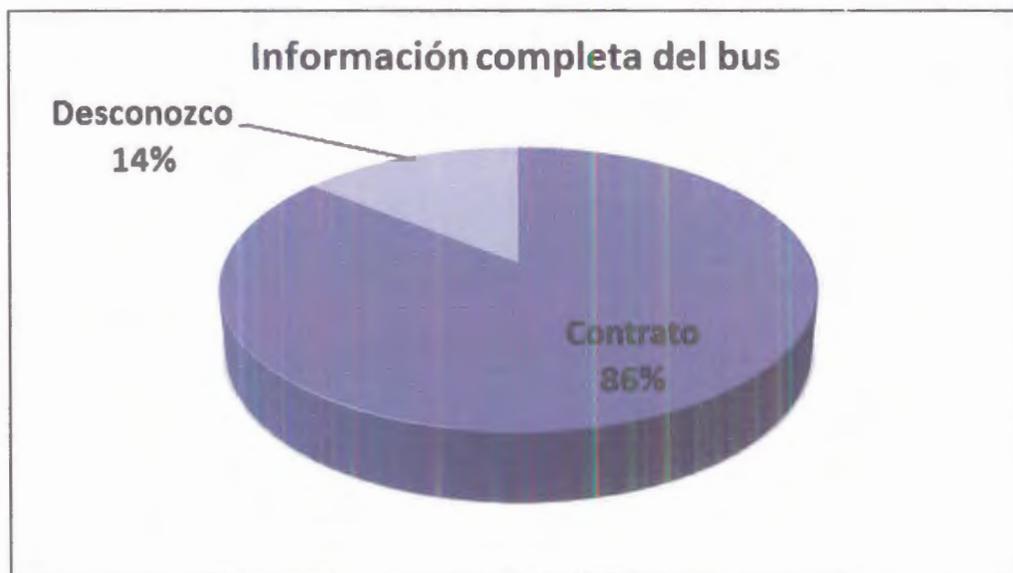


Fuente: Hecho por autores

La mayoría de las operadoras ha tenido buena experiencia con el préstamo de servicio de transporte y otros no utilizan estos servicios o son propios. Las empresas más utilizadas por el mercado son Seturna, luego M&M y otras que son renta de carros o mini buses.

3. Check List. ¿Al contratar este servicio, le brindan información sobre el bus?

Gráfico 3: Información del bus

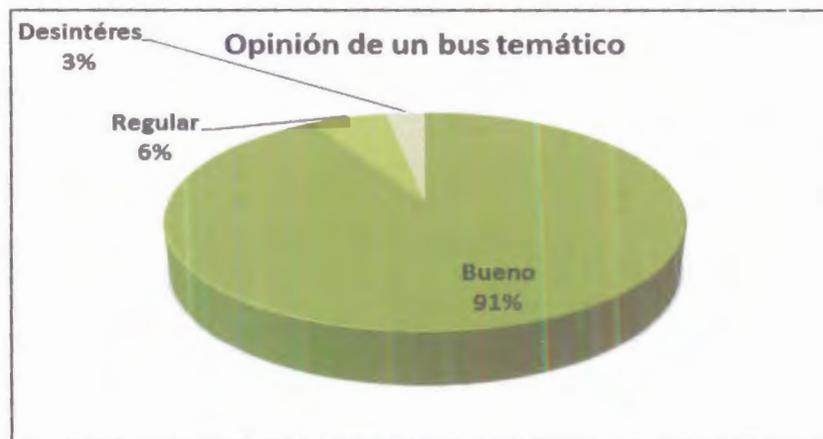


Fuente: Hecho por autores

Las operadoras son conscientes de que antes de contratar el servicio, detallan toda información necesaria por seguridad de sus turistas; mientras que otras operadoras desconocen sobre esta información porque no han contratado el servicio de transporte o tienen sus propios buses que cumplen con la información necesaria.

4. Según su experiencia en el sector turístico; ¿Qué opina usted, sobre un bus temático en la ciudad de Guayaquil?

Gráfico 4: Opiniones acerca del bus



Fuente: Hecho por autores

Un bus temático en la ciudad de Guayaquil es totalmente novedoso incluso para la mayoría de las operadoras que dieron comentarios positivos sobre esta pregunta, otros no tenían claro lo que era un bus temático pero validaron la idea en Guayaquil.

5. Después de una breve explicación del planteamiento de nuestro proyecto, ¿Le agradaría contratar este servicio? ¿Por qué?

Grafico 5: Le agrada el servicio



Fuente: Hecho por autores

Las Mayoría de las operadoras estuvieron muy emocionadas ante el proyecto e incluso aconsejaron en brindarle asesoramiento a los buses turísticos que se encuentran operando o asociarnos con ellos para desarrollar un mejor servicio de transporte turístico en Guayaquil.

Gráfico 6: Opiniones acerca del servicio



Fuente: Hecho por autores

La propuesta de negocio les pareció innovadora porque no se ha visto un bus temático en Guayaquil, una opción diferente para proponerle al turista porque no hay muchas más. Ya que Guayaquil Visión se trata de no recomendarla porque no creen que sea un buen servicio el que dan; este proyecto llama la atención de los turistas y desarrolla nuevas experiencias, marcando la historia antigua y viviendo el presente.

5. ¿Estaría de acuerdo con un servicio de ventas de productos ecuatorianos en el interior del bus? ¿Le parece innovador que opina?

Gráfico 7: Aceptación del Duty

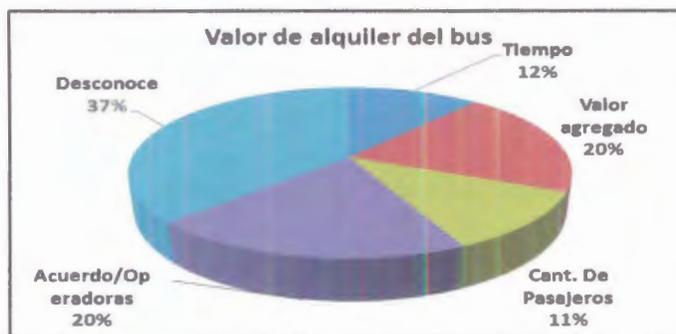


Fuente: Hecho por autores

A todas las operadoras les encantó la idea de un bus temático con un Duty en su interior, para que el turista pueda comprar un producto ecuatoriano mientras disfruta de un paseo por la ciudad; pero recalcaron que siempre y cuando no se le exija la compra de estos productos.

6. ¿Cuál sería el valor considerable que podría pagar la operadora por este servicio?

Gráfico 8: Factores considerado para el valor del bus



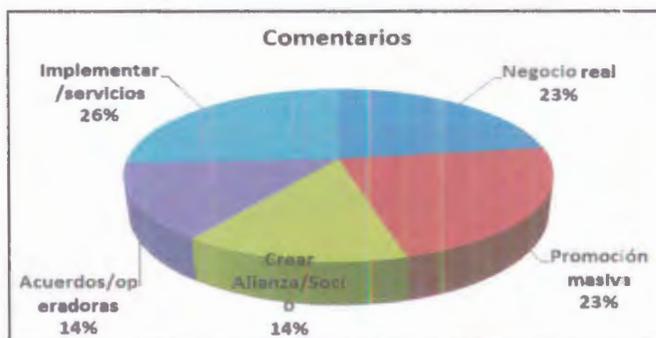
Fuente: Hecho por autores

Ellos contestaron que no sabían cuánto podrían pagar por el servicio de transporte, pero mencionaron varios factores que consideran al momento de cerrar el negocio por un buen precio tanto para la operadora como para la empresa de servicio de transporte, que se explica en el gráfico.

Adicional sugirieron varios precios como ejemplo: Entre \$50 hasta \$500 puede ser por horas o el día (full day).

7. ¿Tiene algún consejo o critica para mejorar en nuestro proyecto?

Gráfico 9: Comentarios sobre el proyecto



Fuente: Hecho por autores

Varios consejos fueron puestos en las entrevistas, por ende como punto mayor indicaron que deberían implementar rutas establecidas para ayudar a las operadoras con los recorridos e incluir guías turísticos o recomendar a los turistas City Tours y manejar una agenda de contactos de guías. Otro punto que mencionaron es que les pareció un muy buen proyecto que deberían conseguir inversionistas y hacerlo real que no quede solo en proyecto. Adicional la promoción debe ser muy agresiva por cuestión de competencia y porque la inversión es muy fuerte y deben hacerse conocer. Un dato importante nos hicieron saber las operadoras, es de hacer acuerdos con ellos; es decir marcar políticas de pagos y promociones para establecer más unión con nuestra empresa de transporte.

3.5. Evaluación de los resultados.

Para analizar los resultados de las entrevistas. Escogimos el método Delphi; esto quiere decir que estructuramos entrevistas a expertos en el tema. Nuestro segmento de mercado al que nos dirigimos fueron operadoras.

Por ende cubrimos el caso con las necesidades o expectativas que espera el turista. Las operadoras contratan el tipo de bus que pide la demanda por eso manejan varias opciones. Para las operadoras resulta satisfactorio un bus temático.

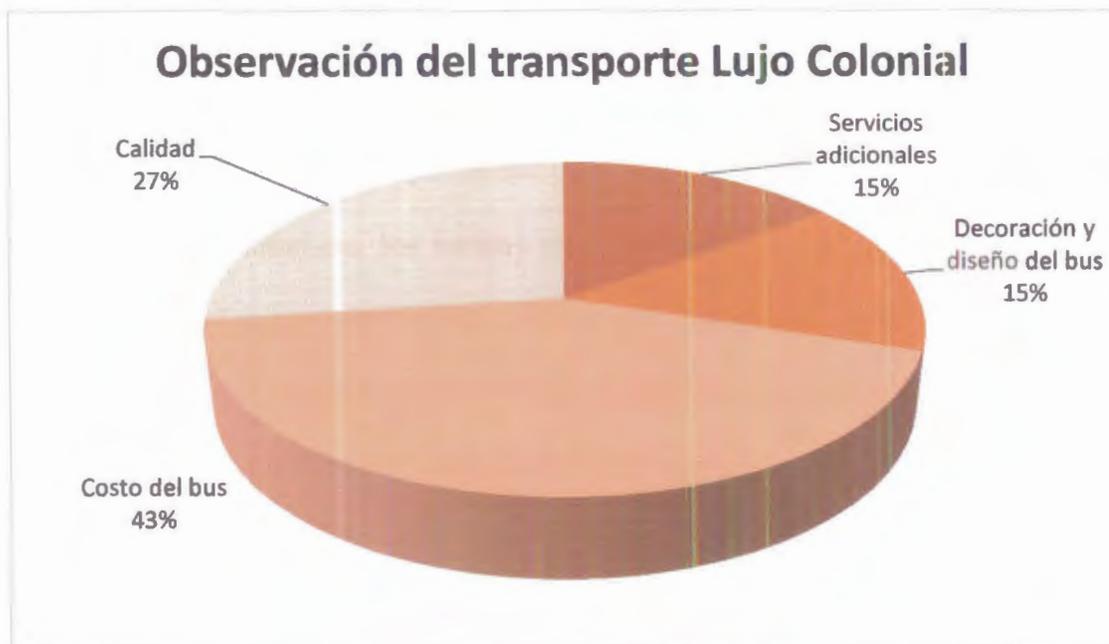
A nivel internacional existen varios transportes turísticos que se desplazan no sólo en misma ciudad sino también en varios sectores de la provincia, estado o departamento, incluso países.

En Ecuador tenemos el QUITO TOUR BUS o GUAYAQUIL VISIÓN que son algunas de las opciones para recorridos turísticos en ciudades.

En el caso de Lujo Colonial sería el primer bus temático para operar solo en la ciudad de Guayaquil.

¿Qué opinan las operadoras de un bus turístico temático con servicios complementarios?

GRAFICO 10: Observación del transporte LUJO Colonial



Fuente: Hecho por autores

Basado en:

- Conocimientos del tema
- Viabilidad de las empresas de transporte
- Negociación y políticas de contrato
- Innovación en el servicio
- Temática histórica, etnográfica vivencial

3.6. Factibilidad de una nueva empresa de transporte turístico en Guayaquil.

Existen varias opciones de movilización turística en Guayaquil que ofrecen sus vehículos con todas las comodidades y seguridad como: M&M y SETURNA que transportan a los turistas del hotel al aeropuerto o hacia algún sitio turístico, según el análisis de las entrevistas, los turistas suelen rentar carros a las compañías como AVIS o Budget entre otras. Para realizar sus paseos por la ciudad; pero si se incentiva una nueva opción con servicios complementarios diferentes a los habituales en Guayaquil, que no incluye recorridos o rutas establecidas sino que proyecta un escenario etnográfico, servicio de lujo, suvenires en el interior del vehículo, servicio de bar o camarera del bus; llamara la atención del turista por ende las operadoras contratarían a la empresa Lujo Colonial por horas, por día o por recorrido, incluso por la demanda de turistas.

CAPÍTULO 4

4. FINANCIAMIENTO Y ESTRUCTURA TÉCNICA

4.1. Cotización de los Buses

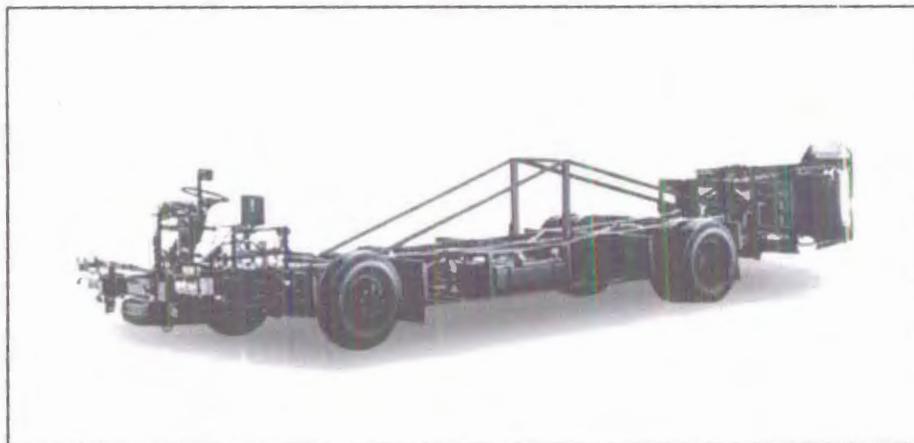
La cotización del bus depende de la empresa HYUNDAI que nos proveerá el chasis y la empresa ICEDCA que fabricará la carrocería del bus, las cuales estarán detalladas más adelante.

4.1.1. Asesoramiento previo a la obtención del vehículo.

Para el desarrollo de nuestro bus, hemos sido asesorados por la empresa Hyundai que ha brindado sus modelos a disposición, y nos han aconsejado a nivel de operación del bus en la urbe y la homologación.

Hyundai solo puede brindar el modelo de chasis, no cuenta con carrocería sin embargo dispone de proveedores de carrocería como ICEDCA.

ILUSTRACIÓN 2: CHASIS



Fuente: Página oficial de Hyundai, vista en Junio 09, 2015

4.1.2. Costo del diseño físico del vehículo.

El financiamiento de 4 vehículos en total, será de \$1,245.395.2 (chasis y carrocería) el valor de 1 unidad da un total de \$311.348.8. Este lo financiamos con ayuda de Corporación Nacional Financiera ya que aprueba los préstamos para proyectos turísticos en el área de transporte, incluso siendo un plan innovador y que aporte con la cultura tiene más facilidades de conseguir el préstamo por medio de solicitudes que están explicadas en los anexos.

Mostraremos un cuadro de amortización sobre el financiamiento del bus; la Corporación Financiera Nacional nos explicó que ellos ayudan con el 60% del costo de los buses porque es un proyecto nuevo y turístico lo cual apoya el estado, y el 40% restante debe ser aportado por los socios o propietarios del plan de negocio.

4.1.3. Tabla de Amortización del bus por parte de la Corporación Financiera Nacional.

TABLA 5. Amortización

TABLA DE AMORTIZACIÓN					31.586,44
BENEFICIARIO					
INSTIT. FINANCIERA (CFN)					
MONTO EN USD				\$ 1.245.395,20	
TASA DE INTERES		10,00%	T. EFECTIVA		10,4713%
PLAZO					5 años
GRACIA					1 año
FECHA DE INICIO					29.08.2015
MONEDA				DOLARES	
AMORTIZACION CADA					30 días
Número de períodos			48 para amortizar capital		
No.	VENCIMIENTO	SALDO	INTERÉS	PRINCIPAL	DIVIDENDO
0		1.245.395,20			
1	28-sep-2015	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
2	28-oct-2015	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
3	27-nov-2015	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
4	27-dic-2015	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
5	26-ene-2016	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
6	25-feb-2016	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
7	26-mar-2016	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
8	25-abr-2016	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
9	25-may-2016	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
10	24-jun-2016	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
11	24-jul-2016	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
12	23-ago-2016	1.245.395,20	10.378,29	10.378,29	
13	22-sep-2016	1.224.187,05	10.378,29	21.208,15	31.586,44
14	22-oct-2016	1.202.802,17	10.201,56	21.384,88	31.586,44
15	21-nov-2016	1.181.239,08	10.023,35	21.563,09	31.586,44
16	21-dic-2016	1.159.496,30	9.843,66	21.742,78	31.586,44
17	20-ene-2017	1.137.572,33	9.662,47	21.923,97	31.586,44
18	19-feb-2017	1.115.465,66	9.479,77	22.106,67	31.586,44
19	21-mar-2017	1.093.174,77	9.295,55	22.290,89	31.586,44
20	20-abr-2017	1.070.698,12	9.109,79	22.476,65	31.586,44

21	20-may-2017	1.048.034,17	8.922,48	22.663,96	31.586,44
22	19-jun-2017	1.025.181,34	8.733,62	22.852,82	31.586,44
23	19-jul-2017	1.002.138,08	8.543,18	23.043,26	31.586,44
24	18-ago-2017	978.902,79	8.351,15	23.235,29	31.586,44
25	17-sep-2017	955.473,88	8.157,52	23.428,92	31.586,44
26	17-oct-2017	931.849,72	7.962,28	23.624,16	31.586,44
27	16-nov-2017	908.028,69	7.765,41	23.821,03	31.586,44
28	16-dic-2017	884.009,16	7.566,91	24.019,53	31.586,44
29	15-ene-2018	859.789,46	7.366,74	24.219,70	31.586,44
30	14-feb-2018	835.367,94	7.164,91	24.421,53	31.586,44
31	16-mar-2018	810.742,90	6.961,40	24.625,04	31.586,44
32	15-abr-2018	785.912,65	6.756,19	24.830,25	31.586,44
33	15-may-2018	760.875,48	6.549,27	25.037,17	31.586,44
34	14-jun-2018	735.629,67	6.340,63	25.245,81	31.586,44
35	14-jul-2018	710.173,48	6.130,25	25.456,19	31.586,44
36	13-ago-2018	684.505,15	5.918,11	25.668,33	31.586,44
37	12-sep-2018	658.622,92	5.704,21	25.882,23	31.586,44
38	12-oct-2018	632.525,00	5.488,52	26.097,92	31.586,44
39	11-nov-2018	606.209,61	5.271,04	26.315,40	31.586,44
40	11-dic-2018	579.674,91	5.051,75	26.534,69	31.586,44
41	10-ene-2019	552.919,10	4.830,62	26.755,82	31.586,44
42	09-feb-2019	525.940,32	4.607,66	26.978,78	31.586,44
43	11-mar-2019	498.736,71	4.382,84	27.203,60	31.586,44
44	10-abr-2019	471.306,41	4.156,14	27.430,30	31.586,44
45	10-may-2019	443.647,53	3.927,55	27.658,89	31.586,44
46	09-jun-2019	415.758,15	3.697,06	27.889,38	31.586,44
47	09-jul-2019	387.636,36	3.464,65	28.121,79	31.586,44
48	08-ago-2019	359.280,22	3.230,30	28.356,14	31.586,44
49	07-sep-2019	330.687,79	2.994,00	28.592,44	31.586,44
50	07-oct-2019	301.857,08	2.755,73	28.830,71	31.586,44
51	06-nov-2019	272.786,11	2.515,48	29.070,96	31.586,44
52	06-dic-2019	243.472,89	2.273,22	29.313,22	31.586,44



LECTUR - BIBLIOTECA

53	05-ene-2020	213.915,39	2.028,94	29.557,50	31.586,44
54	04-feb-2020	184.111,58	1.782,63	29.803,81	31.586,44
55	05-mar-2020	154.059,41	1.534,26	30.052,18	31.586,44
56	04-abr-2020	123.756,79	1.283,83	30.302,61	31.586,44
57	04-may-2020	93.201,66	1.031,31	30.555,13	31.586,44
58	03-jun-2020	62.646,53	776,68	30.809,76	31.586,44
59	03-jul-2020	31.836,77	522,05	31.064,39	31.586,44
60	02-ago-2020	772,38	265,31	31.321,13	31.586,44
		395.299,81	1.245.388,82	1.640.688,62	

Fuente: Corporación Financiera Nacional

4.2. Cotización de la Marca.

Para definir el costo de la marca contamos con la participación del estudiante de diseño de ESPOL Gabriela Córdoba; tomando en cuenta las normas del IEPI, para que sea aprobado según la ley, ajustes de la tasa por derecho a la propiedad del autor y publicación de la marca.

Este cuadro muestra el costo piloto del nombre:

TABLA 6. Trámite en el plan piloto

Costo por trámite de propuesta	Precio
Informe de búsqueda general de signo distintivo	\$16
Diseñador de la marca	\$30
Total:	\$46

Fuente: Hecho por autores

Este cuadro indica las tasas por la privacidad de inscripción del nombre de la empresa, el proyecto aplicado al campo.

TABLA 7. Proceso para el nombre de la empresa

Procesos	Precio
Valor por búsqueda y diseño del nombre/marca	\$46
Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de marcas	\$208
Trámite de solicitudes de registro inscripción o concesión de derecho de Nombre	\$208
certificado de autorización de denominación de origen Ecuatoriano	\$32
Total:	\$494

Fuente: Hecho por autores

4.3. Costos de Promoción.

Para nuestra promoción utilizaremos el servicio de internet por medio de las plataformas de redes sociales y transmisiones, esta es una manera eficaz de llegar a los clientes y económico, también la utilización de recursos como página web de la empresa y medios físicos con enfoque a la promoción del servicio.

TABLA 8. Costos de Publicidad

Redes Sociales	\$100
Página Web	\$150
Medios Físicos	\$150
TOTAL DE VALORES	\$400

Fuente: Hecho por autores

4.4. Esquema Financiero del Negocio.

TABLA 9. Inversión del plan de negocio

TABLA DE INVERSIÓN				ESTRUCTURA DEL CAPITAL	
DETALLE	CANTIDAD	V/UNIARIO	V/TOTAL		
VEHÍCULO	4	\$311.348,80	\$1.245.395,20	PERSONAL	\$5.565,61
LOCAL	1	\$800,00	\$800,00	TERCEROS	\$1.245.395,20
COMPUTADORAS	1	\$528,12	\$528,12	TOTAL:	\$1.250.960,81
ESCRITORIOS	1	\$254,43	\$254,43		
MUEBLES	3	\$657,89	\$1.973,67		
CONSTITUCIÓN DE EMPRESA	1	\$300,00	\$300,00		
SUMISTROS OFICINA	1	\$141,60	\$141,60		
MESA	1	\$167,79	\$167,79		
VALOR OPERATIVO		\$1.000,00	\$1.000,00		
PROMOCIÓN		\$400,00	\$400,00		
TOTAL:			\$1.250.960,81		

Fuente: Hecho por autores

Pronóstico de inversión explicado en ANEXO D.

TABLA 10. Egresos

PRONOSTICO DE COSTO OPERACIONALES							
COSTOS FIJOS							
NOMINA DEL PERSONAL							
	#	Sueldo	Sueldo Mensual x cargo	Aporte Patronal 11.15%	B.Sociales Mensuales	Total Mensual	Total Anual
OPERACION							
Gerente Gen	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 89,20	\$ 196,17	\$ 1.085,37	\$ 13.024,40
Contador	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 55,75	\$ 133,67	\$ 689,42	\$ 8.273,00
Personal a bc	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 39,47	\$ 103,25	\$ 496,72	\$ 5.960,65
Choferes	4	\$ 450,00	\$ 1.800,00	\$ 200,70	\$ 493,00	\$ 2.493,70	\$ 29.924,40
Guardia	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 50,18	\$ 123,25	\$ 623,43	\$ 7.481,10
Jefe de Rese	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 44,60	\$ 112,83	\$ 557,43	\$ 6.689,20
TOTAL DENOMINA		\$ 2.954,00	\$ 4.304,00		\$ 1.162,17	\$ 5.946,06	\$ 71.352,75
GASTOS ADMINISTRATIVOS							
SERVICIOS BASICOS						Mensual	Anual
Agua					\$ 450,00	\$ 5.400,00	
Local / Parquedero					\$ 800,00	\$ 9.600,00	
Luz					\$ 100,00	\$ 1.200,00	
Telefono e Internet					\$ 50,00	\$ 600,00	
TOTAL DE SERVICIOS BASICOS					\$ 1.400,00	\$ 16.800,00	
TOTAL DE COSTOS FIJOS ANUAL						\$	88.152,75
COSTOS VARIABLE							
VEHICULO							
LIMPIEZA							
					Mensual	Anual	
Insumos de higiene (Baño)					\$ 150,00	\$ 1.800,00	
Utensilios de limpieza					\$ 400,00	\$ 4.800,00	
vestuarios/ souvenirs					\$ 350,00	\$ 4.200,00	
TOTAL DE LIMPIEZA DE HABITACION					\$ 550,00	\$ 10.800,00	
ALIMENTACION							
Servicio de catering						Anual	
TOTAL DE COSTO POR ALIMENTACION						\$ 570,00	
TOTAL DE COSTOS VARIABLES						\$	7.170,00
TOTAL DE COSTOS						\$	95.322,75

Fuente: Hecho por autores

Beneficios sociales explicados en ANEXO E

TABLA 11. Depreciación

LUJO COLONIAL				
Nombre del artículo:	VEHÍCULO		Tipo de depreciación:	Línea Recta
Vida útil	5 años			
Costo del Activo:	311348,8			
Nº DE PERIODOS	CONCEPTO	CUOTA DE DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA	REPORTE EN LIBROS
				311348,8
1	Depreciacion del activo año 1	62269,76	62269,76	\$ 249.079,04
2	Depreciacion del activo año 2	62269,76	124539,52	\$ 186.809,28
3	Depreciacion del activo año 3	62269,76	186809,28	\$ 124.539,52
4	Depreciacion del activo año 4	62269,76	249079,04	\$ 62.269,76
5	Depreciacion del activo año 5	62269,76	311348,8	\$ -
CALCULO:				
Depreciacion: $\frac{311348,8}{5}$				
Depreciacion: $\boxed{62269,76}$				

LUJO COLONIAL				
Nombre del artículo:	EQUIPOS DE COMPUTO		Tipo de depreciación:	Línea Recta
Vida útil	3 AÑOS			
Costo del Activo:	\$528,12			
Nº DE PERIODOS	CONCEPTO	CUOTA DE DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA	REPORTE EN LIBROS
				\$ 528,12
1	Depreciacion del activo año 1	176,04	176,04	\$ 352,08
2	Depreciacion del activo año 2	176,04	352,08	\$ 176,04
3	Depreciacion del activo año 3	176,04	528,12	\$ -
CALCULO:				
Depreciacion: $\frac{\$528,12}{3}$				
Depreciacion: $\boxed{\$ 176,04}$				

LUJO COLONIAL				
Nombre del artículo:	MUEBLES Y ENSERES		Tipo de depreciación:	Línea Recta
Vida útil	5 AÑOS			
Costo del Activo:	\$1.080,11			
Nº DE PERIODOS	CONCEPTO	CUOTA DE DEPRECIACION	DEPRECIACION ACUMULADA	REPORTE EN LIBROS
				\$ 1.080,11
1	Depreciacion del activo año 1	216,022	216,022	\$ 864,09
2	Depreciacion del activo año 2	216,022	432,044	\$ 648,07
3	Depreciacion del activo año 3	216,022	648,066	\$ 432,04
4	Depreciacion del activo año 4	216,022	864,088	\$ 216,02
5	Depreciacion del activo año 5	216,022	1080,11	\$ -
CALCULO:				
Depreciacion:	$\frac{\$1.080,11}{5}$			
Depreciacion:	\$ 216,02			

Fuente: Hecho por autores

CAPÍTULO 5

5. Implementación y Promoción.

5.1. Descripción de actividades en el campo.

Se describen actividades acordes a nuestro servicio de transporte turístico en la ciudad de Guayaquil.

5.1.1. Funciones del servicio.

A continuación se detallarán las funciones operativas del producto.

- Chofer Profesional, esta persona caracterizará personajes de la época colonial, deberá conocer en su totalidad las calles, vías, y avenidas de la ciudad de Guayaquil por motivos de congestión vehicular, facilitar el acceso, y amenizar el servicio a bordo.

- Asistente a bordo, esta persona caracterizará personajes de la época colonial, ayudará a las necesidades del usuario, informará de servicios disponibles y velará por la seguridad del cliente.
- Imágenes y Videos de la época colonial de Guayaquil, en la parte frontal de cada asiento dispondrá el usuario de una pantalla LED para que pueda autoguiarse de la historia de Guayaquil.
- Venta de Productos (Duty shop): En la parte frontal de los asientos, se encontrará una fila de catálogos de todas las empresas aliadas con sus respectivos productos 100% Ecuatorianos, tales como Choclove (empresa de venta de chocolates).
- Dramatización de Guayaquil colonial.
- Recuerdo para cada pasajero por parte de la compañía de transporte.
- WIFI a bordo.
- Servicio de alimentación.
- Acceso a carga de baterías de dispositivos portátiles.
- Almacenamiento de equipaje ligero en la parte superior de la cabina del Bus.
- Sanitarios.

No incluido en el contrato del bus

- Guías
- Recorridos o rutas establecidas

5.1.1.1. Operación del bus.

Acuerdo con operadoras: Contrato, Penalidades

Contenido explicado en ANEXO F.

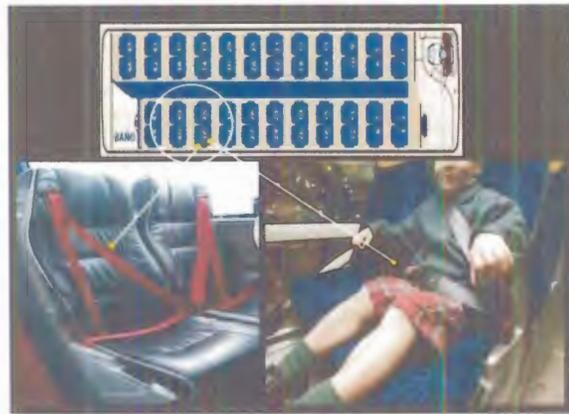
Horarios: Lunes a Sábados 09:30 a 17:00 (pagos y reservaciones).

Lunes a Domingos 09:00 a 20:00 (excursiones en los buses).

Formas de Pago: Efectivo, Crédito directo, o diferido, Cheques a la fecha

5.2. Especificaciones del bus

ILUSTRACIÓN 3: Cinturones de seguridad



Fuente: <http://www.blogdeltransportista.com/wp-content/uploads/2010/05/autobus-cir.turon1.jpg>
<http://vargaslawoffice.com/wp-content/uploads/2014/05/bus-safety2.jpg> Vista en Agosto 04, 2015

ILUSTRACIÓN 4: Ventana de emergencia y equipos audiovisuales

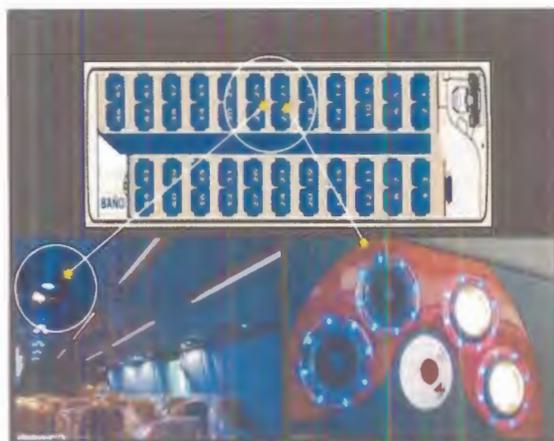


Fuente: https://farm1.staticflickr.com/542/20021961159_9ed409774c_z.jpg

<http://k19.kn3.net/taringa/3/8/8/2/3/2/raul144/028.jpg>

http://www.vovenbus.com/image/image_gallery?uuid=2ab9e7e5-f8c9-43c3-9dd1-fd9147475eb6&groupId=13358&t=1372085060070 Vista en Agosto 05, 2015

ILUSTRACIÓN 5: Luces y A/C



Fuente: <http://www.chinagtbus.es/1-luxury-coach/1-1-4b.jpg>
http://i01.i.aliimg.com/photo/v1/132933639/Luxury_Buses.jpg

Vista en Agosto 05, 2015

ILUSTRACIÓN 6: Portaequipaje de mano y cabina del chofer



Fuente: <http://s284.photobucket.com/user/artedeportivo/media/CamionVolvoInterior.jpg.html>

<http://1.bp.blogspot.com/-U45FccJ ITU/TPodrPrDaVI/AAAAAAAAAASo/7vB Sx5OBq8/s1600/10.jpg> Vista en Agosto 05, 2015

ILUSTRACIÓN 7: Baño y pantallas en la parte posterior del asiento



Fuente: http://img.radio.cz/pictures/doprava/student_agency_autobus.jpg

<https://www.google.com.ec/search?biw=1280&bih=923&q=AUTOBUSES%2520DE%2520LUJO%2520BA%25C3%2591O&tbn=isch&tbs=simg:CAQSJgm-nV5lrWWVERoSxCwJKclGgAMCxCORv4IGgAMIRB3qJmHHRf0&sa=X&ved=0CBgQwg4oAGoVChM12NzhzeDWxwIVBhkeCh2eQQw7#imgrc=vp1eZa1lIRHZjM%3A> Vista en Agosto 05, 2015

ILUSTRACIÓN 8: Escaleras, dispensador de agua y bodega del Duty



Fuente:

http://i00.i.aliimg.com/img/pb/261/775/486/486775261_619.jpg Vista en Agosto 05

ILUSTRACIÓN 9: Bus completo

Fuente: <http://es.yutong.com/products/ZK6122H9%28HN9%29-Asia.shtml#>

https://choocolove.files.wordpress.com/2012/11/564022_531402436875670_1064795859_n.jpg Vista en Agosto 05, 2015

ILUSTRACIÓN 10: Bus parte externa

Fuente: <http://es.yutong.com/products/ZK6122H9%28HN9%29-Asia.shtml#>

Visto en Agosto 05, 2015

5.3. FODA

Fortalezas

- Innovar en el servicio del transporte terrestre turístico de la ciudad de Guayaquil.
- Implementar servicio temático para la demanda turística de la ciudad Guayaquil.
- Hacer uso servicios tecnológicos y servicios turísticos en un mismo lugar.
- Brindar una nueva experiencia al turista que visita la ciudad.
- Dar al turista seguridad, calidad de servicios y comodidad en Lujo Buses.
- Armar una gran campaña publicitaria utilizando como herramienta las redes sociales y transmisiones para llegar a los operadores turísticos.

Oportunidades

- Ser cotizados en el sector turístico por los innovadores servicios ofrecidos.
- Abrir plazas de Trabajo al personal que solicite empleo en nuestra empresa de transporte.
- Dar a conocer al turista que visita Guayaquil la ciudad una nueva opción de transporte.
- Llegar al cliente (operadoras de turismo), con el uso de web 2.0 y 3.0 que no es tan implementado en el nicho de mercado del transporte.
- Facilidad de ventas, cierre de negocios En Línea.

Debilidades

- Ser poco contratados por ser nuevos en el mercado turístico.
- Alto precio de tarifa por valor agregado en comparación con las otras operadoras ya establecidas en la ciudad.
- Déficit Económico.
- Baja promoción del servicio de transporte.
- Bajo índice de inversionistas

Amenazas

- Baja demanda turística en la ciudad de Guayaquil.
- Bajo interés por medio de las operadoras turísticas.
- Baja competencia pero alto nivel de experiencia en el mercado turístico
- Alza de insumos para el uso de recursos en la empresa

5.4. Promoción.

Los canales de distribución que utilizaremos son:

Canales directos como: Las operadoras son fundamentales en nuestro negocio, ya que se debe crear una alianza porque es el mercado estrella al que le brindaremos este servicio de transporte para los turistas.

Canales indirectos como: la plataforma web 2.0 (Página Web, redes sociales, entre otras). Y Web 3.0 con transmisiones en línea desde el centro de servicio de la empresa.

TABLA 12. Canales de promoción.

Marketing en Redes Sociales	
TWITTER	
	Twitter Promoted Tweets
	Objetivo: Notoriedad y difusión del contenido.
Branding y difusión	Descripción: Promoción pagada de tweets de contenido al público deseado mediante segmentación.
	Beneficios: Se paga por interacción, da acceso al servicio de Tweet destacado.
	Twitter Promoted Trends
	Objetivo: Notoriedad y difusión del contenido.
	Descripción: Promoción pagada de una tendencia durante un día.
	Beneficios: Visibilidad e impacto asegurado.

		Twitter Promoted Accounts
		<p>Objetivo: Obtención de seguidores</p> <p>Descripción: Distribución de anuncios en los que se invita al público objetivo a hacerse seguidores desde el propio anuncio.</p> <p>Beneficios: Sistema eficiente para hacer crear la comunidad en twitter.</p>
		Twitter Cards Lead Generation
		Objetivo: Generación de Leads.
Registros y mejora de BBDD		<p>Descripción: Permite publicar tweets con una descripción de una promoción comercial o incentivo (imagen y texto) que permiten al usuario enviar sus datos al anunciante para poder disfrutar o apuntarse a esa promoción.</p> <p>Beneficio: Convierte los tweets en una oportunidad de captura de un contacto comercial directo. El usuario no tiene que completar un formulario ya que Twitter tiene sus datos.</p>
FACEBOOK		

Branding y difusión	Facebook Promoted posts and Content ADS
	Objetivo: Notoriedad y difusión del contenido. Descripción: Promoción pagada, dirigida al público deseado. Beneficio: Aumenta notoriamente el alcance de las publicaciones.
	Facebook Like ADS and Sponsored Stories
	Objetivo: Obtención de fans. Descripción: Distribución de anuncios en la que se invita al público objetivo a darle a Me gusta directamente a la página desde el propio anuncio. Distribución de historias patrocinadas en la que se informa directamente al público objetivo de cuántos seguidores tiene la página, quienes de sus amigos ya son seguidores de la página y se les invita a seguirlo también.

		Beneficio: Es el sistema de obtención de fans más eficiente.	
Vinculación		Facebook Event ADS	
		<p>Objetivo: Obtención de inscripciones.</p> <p>Descripción: Distribución de anuncios en los que se invita al público objetivo a participar en un determinado evento.</p> <p>Distribución de historias patrocinadas en los que se informa directamente al público objetivo, quién de sus amigos van a acudir a particular evento.</p> <p>Beneficio: Se da visibilidad a las inscripciones que se van produciendo.</p>	
Registros y mejora de BBDD		Facebook Registration Plugin	
		<p>Objetivo: Generación de Leads</p> <p>Descripción: Muestra en una landing externa o en una fanpage un formulario de registro en el que los campos están pre completados con los datos del usuario. Los datos del usuario son enviados al email que el anunciante quiera.</p> <p>Beneficio: El usuario no tiene que completar un formulario,</p>	

	ya que Facebook tiene sus datos.
--	----------------------------------

Metodología de la Gestión

Planificación	<p>Briefing: Estudiar necesidades a resolver para trabajar de forma alineada en medios propios o medios ganados.</p> <p>Enfoque: Estudiar necesidades similares ya resueltas en otros casos y se plantean las campañas.</p>
Ejecución	<p>Creación de campañas: Utilizar la tecnología específica para lograrlo.</p> <p>Evaluación de campañas:Cuál de estas está sirviendo para lograr el propósito esperado.</p>
Análisis de resultado	<p>Análisis: se analizan las campañas, de la situación previa y del nuevo escenario en la comunidad.</p> <p>Aprendizaje: Se comparte con los clientes los aprendizajes y sobre qué tipo de contenido ayuda de forma eficiente a lograr los objetivos en cada caso.</p>

--	--

Medición y Atribución

Dentro del Anuncio	-Click tags -View Tags
Fuera del Anuncio	-Pixel de conversión

Fuente: Guía de redes sociales

CONCLUSIONES

El transporte en Ecuador no está desarrollado bajo un esquema real, ya que el 100 % del transporte público está subsidiado, lo que hace entrar a la transportación comercial en clara desventaja con el sistema mencionado anteriormente. Esto hace que inevitablemente el usuario haga comparaciones entre un servicio y otro, teniendo que la transportación privada en muchas ocasiones trabajar con precios por debajo de su punto de equilibrio.

A demás de eso las unidades de transporte público, brindan el servicio de transportación privada, lo cual es una clara desventaja, convirtiendo a la transportación turística en un mercado con trabas

El transporte comercial tiene altas y bajas, y este proyecto ayudara a implementar mejoras para el sistema de transporte turístico.

Lujo Colonial podrá llegar a ampliar esquemas con respecto a la transportación convencional.

Actualmente no existe una compañía que ofrezca valor agregado en el servicio de la transportación, además de que todas sus unidades si bien es cierto son de primer nivel pero no llegan a ser de lujo. Sumado a esto sus conductores tienen un nivel de capacitación medio con una notoria deficiencia en la práctica de idiomas esto es muy importante ya que por si alguna razón no contemplada llegase a fallar el guía el conductor es quien tiene que tomar su responsabilidad.

El perfil de turistas que está viniendo al Ecuador cada vez requiere más un servicio de primera y vanguardistas que esté acorde a los cuales están acostumbrados, pero sin perder la experiencia vivencial del lugar a visitar.

RECOMENDACIONES

- Considerarse en adquirir nuevos buses para satisfacer a la demanda que pueda generarse.
- Fortalecer las alianzas entre inversiones nacionales e internacionales que apoyen al proyecto de buses turísticos por concepto innovador.
- Al llegar al punto de equilibrio reinvertir con nuevas unidades y un local propio.
- La promoción de la empresa de buses debe incrementar sus canales de publicidad no solo por redes sociales, sino también con operadora de Quito que promocionen a Guayaquil y se puedan hacer acuerdos de tours usando nuestros servicios.
- La empresa de transporte debe tomar estrictas regulaciones acerca de un modelo tecnológico pero que a su vez sea éticamente ambiental, que conste con un sistema para minimizar impactos.

ANEXOS

ANEXO A. CUADRO DE VIDA ÚTIL DEL VEHÍCULO

Vida útil del transporte						
Modalidad de transporte	Clase de vehículo	Tipo de vehículo	CPO	Incrementos y cambios	Vida útil total (Años)	
TURISMO	AUTOMOVIL O CAMIONETA	VEHÍCULO TODO TERRENO	5	5	10	
	FURGONETA	FURGONETA DE PASAJEROS	5	5	10	
	AUTOBÚS	MICROBÚS		5	5	10
		MINIBÚS		5	5	10
		BUS		5	5	10

Fuente: Cuadro de vida útil del vehículo

ANEXO B. NORMAS Y REGLAMENTOS INEN.

Normas y Reglamentos INEN aplicados al Transporte, Tránsito, y Seguridad Vial.					
Relación de la Norma	Identificación	Denominación	Objeto	Número de Registro Oficial	Fecha de Vigencia
Emisión Contaminante y Ruido.	Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 202:2000	Gestión ambiental. Aire. Vehículos automotores. Determinación de la opacidad de emisiones de escape de motores de diesel mediante la	Emisiones de escapes de las Fuentes móviles con motor de diésel mediante el método de aceleración libre.	Registro Oficial N. 115 DE 2000-07-07	Vigente

		prueba estática, método de aceleración libre.			
Norma Técnica Ecuatori ana NTE INEN 2 203:200 0	Gestión ambiental. Aire. Vehículos automotores. Determinaci ón de concentració n de escape en condiciones de marcha mínima o “Ralenti” prueba estática.	Establece el modo de ensayo para determinar la concentración de las emisiones procedentes del sistema de escape de vehículos equipados con motor de encendido por chispa en condiciones de marcha	Registro Oficial N. 115 de 2000- 07-07	Vigente	

Seguridad			mínima o "Ralenti".		
	Norma Técnica Ecuatori ana NTE INEN 2 204:200 0	Gestión ambiental. Aire. Vehículos automotores. Límites permitidos de emisiones producidas por Fuentes móviles terrestres de gasolina	Esta norma establece los límites permitidos de emisiones de contaminante s producidos por Fuentes móviles terrestres (vehículos automotores) de gasolina.	Registro Oficial N. 673 de 2002- 09-30	Vigente
Norma Técnica Ecuatori ana NTE INEN 2 207:200	Gestión ambiental. Aire. Vehículos automotores. Límites	Esta norma establece los límites permitidos de emisiones de contaminante	Registro Oficial N. 673 de 2002- 09-30	Vigente	

	2	permitidos de emisión producido por Fuentes móviles terrestres de diésel.	s producidas por Fuentes móviles terrestres (vehículos automotores) de diésel.		
	Libro 6- Anexo 5. Límites permisibles de ruidos de niveles de ruidos.	Límites permisibles de niveles de ruido al medio ambiente para Fuentes fijas y Fuentes móviles y para Vibraciones.	Establecer los niveles permisibles de ruido.	Decreto N. 3.516 Se publicó en la Edición Especial N. 2 del Registro Oficial con fecha 31 de Marzo del 2003	Vigente
	Norma	Vehículos	Establece los	Registro	Vigente



LECTUR - BIBLIOTECA

	Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1 323:2009	automotores. Carrocerías de buses. Requisitos.	requisitos generales para el diseño, fabricación y montaje de carrocerías de buses para todas sus modalidades.	Oficial N. 519 de 2009-02-02	
	Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1 155:2009	Vehículos automotores. Dispositivos para mantener o mejorar la visibilidad.	Establecer los dispositivos mínimos de alumbrado, espejos, retrovisores, y señalización que deben tener incorporados los vehículos automotores para	Registro Oficial N. 647 de 2009-08-03	Vigente

			garantizar la visibilidad al conductor.		
	Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 1 669:2011	Vidrios de seguridad para automotores. Requisitos.	Establecer los requisitos para los vidrios de seguridad, parabrisas y lunetas	N/E	Vigente
Identificación	Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 2 096:1996	Neumáticos. Definición. Clasificación	Establecer las diferencias y la clasificación de neumáticos.	Registro Oficial N. 61 de 1996-11-05	Vigente
	Norma Técnica Ecuatoriana NTE	Vehículos automotores. Número de identificación	Específica el contenido y estructura de identificación	Registro Oficial N. 117 de 2000-	Vigente

	INEN ISO 3 779:200 0	n del vehículo (VIN). Contenido y Estructura.	de un vehículo (VIN) con el fin de establecer sobre una base mundial un sistema de numeración alfanumérica para vehículos automotores.	07- 11	
Regulación	Norma Técnica Ecuatori ana NTE INEN 2 291:201 0	Accesibilida d de las personas con discapacidad y movilidad al medio físico. Tránsito y	Establece los requisitos que deben tener los espacios físicos en áreas públicas y privada, en zonas urbanas	Registro Oficial N. 107 de 2010- 01-13	Vigente

		Señalización	y rurales, que permitan la accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida.		
Norma Técnica Ecuatoriana NTE INEN 292:2010	Accesibilidad de las personas con discapacidad y movilidad reducida al medio físico y transporte.	Establece los requisitos generales que deben cumplir los accesos a los diferentes tipos de transporte.	Registro Oficial N. 107 de 2010:01-13	Vigente	
Norma Técnica Ecuatoriana NTE	Turismo. Conductor de transporte terrestre,	Establece los requisitos mínimos de competencia	Registro Oficial N. 489 del 2008-12-	Vigente	

	INEN 2 463:2008	Requisito de competencia laboral.	laboral y los resultados esperados que debe cumplir el conductor de transporte terrestre turístico	16	
	Norma Técnica Ecuatoria na NTE INEN 2 349:2003	Revisión Técnica Vehicular. Procedimiento s.	Establece los procedimientos que se debe seguir para la RTV, obligatorio.	Registro Oficial N. 745 de 2003-01- 15	Vigente

Fuente: Normas y Reglamentos INEN

ANEXO C. CLASIFICACIÓN Y TIPO DE VEHÍCULO

Tipo de Vehículo	Vehículo todo Terreno	Distancia Mínima entre Asientos	Número de Asientos
Minibús	No	Asientos en sentido de la marcha 750 mm	Desde 27 a 35
Bus	No	Asientos en sentido de la marcha 750 mm	Mayor de 36

Fuente: Productos Homologados . ANT

ANEXO D. Pronóstico de inversión.

TOUR FULL DAY	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	AÑO 6	AÑO 7	AÑO 8	AÑO 9	AÑO 10
		\$292.000,00	\$337.260,00	\$389.535,30	\$449.913,27	\$519.649,83	\$600.195,55	\$693.225,86	\$800.675,87	\$862.988,47

Fuente: Hecho por autores

AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4		AÑO 5		AÑO 6		AÑO 7		AÑO 8		AÑO 9		AÑO 10	
CANTIDAD	PRECIO																		
730	\$400,00	803	\$420,00	883	\$441,00	972	\$463,05	1069	\$486,20	1176	\$510,51	1293	\$536,04	1423	\$562,84	1460	\$590,98	1460	\$620,53

Fuente: Hecho por autores

Análisis: Para el pronóstico de los ingresos se tomó en cuenta una venta diaria de 2 tours y al noveno año alcanzamos nuestra máxima capacidad de ventas, ya que nos mantenemos con los 4 buses por ende al año 10 se mantiene constante. Hicimos un incremento de las ventas del 10% y una inflación de precios del 5%.

ANEXO E. BENEFICIOS SOCIALES

NOMINA DEL PERSONAL

\$ 15,000

BENEFICIOS MENSUALES

CARGO	#DE PLAZAS	SUELDO	SUELDO X CARGO MENSUALES	SUELDO ANUAL	Aport Personal 9,45%	Aport Patronal 11,15%	13	14	Vacaciones	Fondo de Reserva 2año	Total Beneficios Mensuales	Total Beneficios Anual	TOTAL EGRESO
Gerente General	1	\$ 800,00	\$ 800,00	\$ 9.600,00	\$ 907,20	\$ 1.070,40	\$ 66,67	\$ 29,50	\$ 33,33	\$ 66,67	\$ 196,17	\$ 2.354,00	\$ 13.024,40
Contador	1	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 6.000,00	\$ 567,00	\$ 669,00	\$ 41,67	\$ 29,50	\$ 20,83	\$ 41,67	\$ 133,67	\$ 1.604,00	\$ 8.273,00
Personal a bordo	1	\$ 354,00	\$ 354,00	\$ 4.248,00	\$ 401,44	\$ 473,65	\$ 29,50	\$ 29,50	\$ 14,75	\$ 29,50	\$ 103,25	\$ 1.239,00	\$ 5.960,65
Choferes	4	\$ 450,00	\$ 1.800,00	\$ 21.600,00	\$ 2.041,20	\$ 2.408,40	\$ 150,00	\$ 118,00	\$ 75,00	\$ 150,00	\$ 493,00	\$ 5.916,00	\$ 29.924,40
Guardia	1	\$ 450,00	\$ 450,00	\$ 5.400,00	\$ 510,30	\$ 602,10	\$ 37,50	\$ 29,50	\$ 18,75	\$ 37,50	\$ 123,25	\$ 1.479,00	\$ 7.481,10
Jefe de Reserva	1	\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 453,60	\$ 535,20	\$ 33,33	\$ 29,50	\$ 16,67	\$ 33,33	\$ 112,83	\$ 1.354,00	\$ 6.689,20

TOTAL		\$ 2.954,00		\$ 51.648,00		\$ 5.758,75				\$ 358,67	\$ 1.162,17	\$ 13.946,00	\$ 71.352,75
--------------	--	-------------	--	--------------	--	-------------	--	--	--	-----------	-------------	--------------	--------------

Fuente: Hecho por autores

ANEXO F. CARTA DE OFRECIMIENTO DEL SERVICIO A OPERADORES

LUJO COLONIAL Servicio de Transporte Turístico

Sres.

MAROTURSA S.A. MANGLAR ROJO TURISMO RECEPTIVO

Reciba un cordial saludo de todos quienes formamos LUJO COLONIAL. Nos es de mucho agrado informarles las tarifas que nuestra empresa pone a disposición a MAROTURSA S.A. MANGLAR ROJO TURISMO RECEPTIVO las mismas que estarán vigente durante el año actual y descripción de los servicios. Adjunto encontrará nuestra carta de convenio con tarifas.

Nuestra empresa cuenta con buses nuevos y 99 % tecnológicos, contamos con un servicio seguro, de alta calidad y personalizado para los turistas.

Ofrecemos servicio de transporte turístico dentro de la ciudad de Guayaquil en la que los pasajeros podrán sentirse cómodos viajando con nosotros, y hacer uso de los diferentes servicios tales como acceso a WIFI a bordo, y compras de productos ecuatorianos a bordo, entre otros.

Estaremos gustosos de atender a cualquier inquietud, agradecemos su preferencia por elegir a LUJO COLONIAL.

Cordiales Saludos,

Josselin Freyle

LUJO COLONIAL

CONTACTO:

DIRECCIÓN: Los ríos 818 y hurtado, Guayaquil, Ecuador

TELEFONO: 042379005

RUC

FECHA DE VALIDEZ: -
CUADRO DE TARIFAS

ANEXO G. POLITICAS DE RESERVACIONES

Reservaciones: las reservaciones podrán realizarse llamando a nuestra centro de servicio, vía video conferencia, o vía e-mail.

Garantía: Toda reservación deberá ser garantizada con una carta de pago o email de MAROTURSA S.A. MANGLAR ROJO TURISMO RECEPTIVO en la cual se debe especificar los gastos que cubre la misma.

Cancelación: En caso de cancelación favor hacerlo 48 horas antes de la fecha del servicio, o se procederá a cobrar el valor correspondiente al 50 % del valor total de la tarifa acordada.

POLITICA DE PAGO:

Tarjeta de crédito (signature on file)

Nombre:

AMEX VISA MASTERCARD DINERS No.

Exp. DATE.

RESPONSABILIDADES DEL OPERADOR:

- a. Será responsabilidad del operador adherirse a los términos de este Contrato.

ACEPTACIÓN

FECHA:

POR:

LUJO COLONIAL
RECEPTIVO

POR:

MAROTURSA S.A. MANGLAR ROJO TURISMO

Josselin Freyle

ANEXO H. Permisos de Funcionamiento, Matriculación Vehicular, y Seguro contra accidentes

Concesión del permiso de Operación de Transporte en Ecuador

Este es un documento mediante el cual se faculta la operación a una organización de transporte.

- Presentar la resolución constitucional de la compañía emitida por la Superintendencia de Compañía e Inscrita en el Registro Mercantil o Propiedad para compañías, o Acuerdo Ministerial emitido por la Dirección Nacional de Cooperativas e inscrita en la misma y resolución de la constitución jurídica emitida por la Agencia Nacional de Tránsito.
- Copias legibles de documentos personales: Cédula de ciudadanía, papeleta de votación actualizada, licencia de los socios o accionistas.
- Copias legibles del RUC de la operadora.
- Nómina Original y actualizada de los accionistas.
- Copia del nombramiento y cédula de identidad del representante legal (legible y a color).
- Declaración juramentada de los socios o accionistas de no ser miembro activo de la fuerza pública, tampoco vigente, autoridad o empleado civil que trabaje en los organismos relacionados con el tránsito y transporte terrestre o ha dejado de serlo hace dos años atrás.

Se ingresa la solicitud y requisitos en Atención al Cliente de la Agencia Nacional de Tránsito.

Tiene un costo de USD 27 y tiene un tiempo de recepción de documentos por parte de la ANT de 4 semanas.

Las oficinas a acercarse son en la matriz de la ciudad de Quito.

Matriculación del Automotor:

- Aprobación de la Revisión Vehicular
- Registro de improntas de motor y chasis
- Original de factura comercial
- Pago de matrícula RUC actualizado
- Nombramiento del Representante Legal vigente, copia de cédula de ciudadanía del representante legal y certificado de votación.

Costo del trámite USD\$ 71,50

Costo de la revisión del vehículo USD\$29

Seguro contra accidentes de tránsito

El Sistema Público para Pago de Accidente de Tránsito SPPAT, sustituyó al SOAT que entró en vigencia desde el 31 de diciembre del 2014. Garantiza la cobertura a ecuatorianos y extranjeros que se movilizan dentro del país beneficios después de un accidente de tránsito.

Se paga esta tasa en el momento que se paga sobre valores de matrícula vehicular.

ANEXO I. Respuestas de Entrevistados

Entrevistado 1: Andrea Arrobo (Agente de Counter de Gym Turs)

👉 Pregunta 1.

Respuesta-. “Nosotros no contratamos buses, solo vendemos boletos o tours, nuestros clientes rara vez nos piden un vehículo para transportarse por Guayaquil y la única que conocemos es M&M porque creo que el servicio es muy bueno y lo tenemos como opción. Pero como le digo no nos encargamos tanto de eso porque creo que el mismo hotel donde se hospedan les da ese servicio, nosotros solo le damos el tour de Guayaquil a otros lados del Ecuador”.

👉 Pregunta 2.

Respuesta-. “No hemos contratado uno por el momento, pero en el caso de contratar un bus debemos cerciorarnos de que cumpla con todas las normas que se estipularon en el contrato”.

👉 Pregunta 3.

Respuesta-. “He escuchado de buses temáticos como: bus discoteca, museo móvil, hasta bus cine y un bus temático en Guayaquil no es mala idea”.

👉 Pregunta 4.

Respuesta-. “Es una nueva alternativa, buena idea como te había dicho. No había escuchado de un bus colonial pero sería otra iniciativa para el turista venir a Guayaquil y transportarse en un bus de la época colonial”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, es algo que no había escuchado de un Duty en un bus. Al turista le encantaría porque a ellos les gusta comprar recuerdos y más aún si son productos ecuatorianos”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “No sabría decirte un valor exacto porque no se mucho de precios en cuestión de buses, pero hay calcular el valor del bus por horas y el valor agregado porque no es cualquier bus. Por ejemplo podría ser \$50 a los nacionales por 2 horas y “100 a los internacionales por las 2 horas; es mi opinión”

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “Me parece muy bueno su proyecto sigan adelante y que esto no se quede solo en idea como muchas tesis”

Entrevistado 2: Henry Álvarez (Agente de Ventas de American Tours)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “Ofrecemos Budget rental car porque los turistas nos piden más carros familiares para pasear por Guayaquil y bueno también depende del cliente. Es la única opción que tenemos porque es bueno”.

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “Claro nosotros para contratar un servicio de transporte debemos fijarnos en toda esa información del bus, para estar seguros del servicio que le vamos a dar a nuestro cliente porque nosotros somos la imagen de seguridad para ellos”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “Sí, es buena opción; se ofrecería al cliente para que escoja, porque hay todo tipo de turistas que les agradaría esta alternativa”:

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, por supuesto es innovador”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, un servicio adicional muy bueno incluso sería novedoso para los turistas”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “No sé cómo sería en el caso de un bus temático porque me imagino que debe tener un costo mayor a los buses normales, pero en nuestro caso, pagamos una van \$70 el día”.

🚩 Pregunta 7.

Respuesta-. “Sí el proyecto lo van hacer real, debe promocionarse bastante para que los turistas internacionales sepan de esta nueva opción en Guayaquil. A nivel nacional también con volantes, folletos, mensajes masivos porque necesitaran mucha demanda para que sea rentable; su bus tendrá un costo alto que no les dará ganancias tan rápido ya que tienen que recuperar la inversión”.

Entrevistado 3: Darío López (Agente de Counter de COTURCIP S.A)

 Pregunta 1.

Respuesta-. “Nosotros tenemos nuestros propios buses hacia Machala, pero no hemos requerido de buses en Guayaquil”.

 Pregunta 2.

Respuesta-. “Con los buses que tenemos todos están en orden”.

 Pregunta 3.

Respuesta-. “Sería interesante visitar los atractivos en un bus temático lo digo porque yo como operador, me llama la atención y quisiera saber qué es lo voy a promocionar a mis clientes”.

 Pregunta 4.

Respuesta-. “Es muy novedoso, incrementaría el turismo en Guayaquil, porque no tenemos más opciones para que el turista disfrute de recorridos por la ciudad; creo que por eso el turista prefiere ir a pie, como vulgarmente se dice. Que escoger la única alternativa que es Guayaquil Visión, porque no les llama la atención”.

 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí estaríamos de acuerdo con la idea, ese es un plus muy interesante donde el turista puede aprovechar para hacer compra de productos ecuatorianos y más que todo apoyaría el desarrollo económico y cultural en Guayaquil”.

👉 Pregunta 6.

Respuesta-. “Creo que el precio debe manejarse diferente para los nacionales como para los internacionales, yo tendría que considerar cuantos turistas tengo para contratar el bus y no solo eso, también tomar en cuenta el servicio, el valor agregado del bus y el tiempo. Entonces contraria un bus por una hora y media en \$300, porque también como operadora debo ganar una utilidad y eso lo financio con lo que cobrare por boleto”.

👉 Pregunta 7.

Respuesta-. “Su proyecto es fantástico, ya me dieron ganas de conocer como seria porque suena interesante, pero hay que reconocer la realidad, si el bus no tiene una promoción masiva o incentivo a las agencias de viaje u operadoras en recomendar esta alternativa, el proyecto no podrá ser factible; creen una alianza de vehículos con Guayaquil Visión, porque la inversión es fuerte. Lo bueno es que no tienen competencia porque ninguna empresa de transporte turístico se asemeja a este proyecto, porque podrán ser de uso turístico pero no llenan las expectativas del turista”.

Entrevistado 4: Nelson Vergara (Agente de Counter de TRANSFROSUR CIA LTDA)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “Nosotros tenemos nuestros propios buses de Guayaquil a otros lados del Ecuador incluso organizamos viajes a Perú, utilizamos furgonetas H1, los cuales tenemos problemas por nuevas órdenes y reglamentos sobre el uso del transporte como turístico, que no se puede operar en furgonetas sino en un bus turístico. En el caso de Guayaquil no nos hemos enfocado aquí en un Citytour para los turistas, pero si el cliente pide servicio de transporte, alquilamos nuestras furgonetas”.

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “El equipamiento del vehículo es completo y la parte operativo y seguridad es confiable, pero como le dije tenemos inconveniente con respecto al modelo de mini buses turísticos que brindamos que ya no son permitidos según la nueva ley”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “No sé mucho de buses temáticos, creo que el único similar sería Guayaquil visión que da Citytour por la ciudad y creo que es bueno”.

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sería bueno ver un bus temático así, a mí me llama la atención y a los turistas también. Creo que sería otra forma de disfrutar un paseo por la ciudad”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, me parece innovador, sería más fácil para el turista llevarse un recuerdo de Guayaquil”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “Nosotros alquilamos las furgonetas en \$500 las 2 horas y me imagino que si yo los contrato para un Citytour debe ser alrededor de 3 o 4 horas porque debemos contar con los atractivos que se van visitar y el tráfico que tiene Guayaquil”.

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “Deben pulir el proyecto; podrían crear estaciones estratégicas para ayudar a las operadoras con los sitios turísticos cercanos por cuestión del tráfico de Guayaquil. Aparte para una operadora es complicado tener un grupo grande de aproximadamente 45 pasajeros, en mi opinión creo que deberían disminuir los asientos”.

Entrevistado 5: Karina Duque (Agente de Counter de GALASAM)

🚩 Pregunta 1.

Respuesta-. “No, todo lo manejamos vía internet, solo nos encargamos de la emisión de boletos”.

🚩 Pregunta 2.

Respuesta-. “No, porque no usamos ese tipo de servicio”.

🚩 Pregunta 3.

Respuesta-. “Sí, sería bueno”.

🚩 Pregunta 4.

Respuesta-. “Es una buena propuesta, si diéramos ese tipo servicio a nuestros clientes, claro que sería de nuestro interés, para promocionarlo a los turistas que esperan cosas nuevas pero tradicionales”.

🚩 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, siempre y cuando no se obligue al turista a la compra de los productos”.

🚩 Pregunta 6.

Respuesta-. “No tengo idea, tampoco puedo darte un valor porque no sé”.

🚩 Pregunta 7.

Respuesta-. “Es muy bueno el proyecto, sigan adelante para lo hagan real”.

Entrevistado 6: Anita Santacruz (Agente de Counter de SpeedTravel)

👉 Pregunta 1.

Respuesta-. “Avis porque es buen servicio y no tenemos quejas de su alquiler de autos y buses”.

👉 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, todo está en el contrato”.

👉 Pregunta 3.

Respuesta-. “No hay muchos buses turísticos en Guayaquil para recomendar. No he visto uno que pueda estar a la altura de los internacionales o llame la atención, por eso el turista prefiere contratar un auto y pasear por sus propios medios por la ciudad”.

👉 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, es innovador, una nueva alternativa para los turistas”.

👉 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, claro”.

👉 Pregunta 6.

Respuesta-. “No sé de valores o negociación porque su bus lo complementan otros elementos de valoración; pero por ejemplo nosotros contratamos un bus de \$75 el día para un turista”.

🚩 Pregunta 7.

Respuesta-. “Es una buena idea, deberían hacer Citytours que no sea solo el transporte, incrementar un box lunch y que sea algo parecido a Guayaquil Visión pero mejor gestionado”.

Entrevistado 7: María José Macías (Agente de Counter de Jhoncars S.A)

👉 Pregunta 1.

Respuesta-. “Nosotros tenemos una compañía de carros socios que se llama Ruta del Sol, y el servicio es bueno”.

👉 Pregunta 2.

Respuesta-. “No, pero eso debe constatar en el contrato”.

👉 Pregunta 3.

Respuesta-. “Una opción diferente de pasear por los sectores turísticos de Guayaquil”.

👉 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, es novedoso, algo diferente para los turistas como Guayaquil Visión. Sería la evolución del servicio de transporte turístico en Guayaquil”.

👉 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, por supuesto me parece fantástica la idea”.

👉 Pregunta 6.

Respuesta-. “Depende de muchos factores como movilización, conductor, servicios adicionales; pero en nuestro caso contratamos un bus en \$450 el día”.

👉 Pregunta 7.

Respuesta-. “No ninguno, me parece todo muy bien, que sigan con el proyecto”.

Entrevistado 8: Ivette Pérez (Agente de Counter de Pacific Expedition)

 Pregunta 1.

Respuesta-. “Marcelo Albuja es muy bueno su servicio”.

 Pregunta 2.

Respuesta-. “Todo esos puntos son dialogados en el contrato.

 Pregunta 3.

Respuesta-. “Muy bueno porque es temático, es otra idea de buses turísticos”.

 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí porque tenemos muchos turistas internacionales que esperan más de un tour por Guayaquil, Nos agrada recomendar Guayaquil Visión pero no llena las expectativas del cliente porque el turista es muy espectador, todo quiere ver, tocar y tomarle foto”.

 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, siempre y cuando no se las obligue a comprar; aunque al final, las personas terminan comprando souvenirs”.

 Pregunta 6.

Respuesta-. “No sé el precio fijo que se puede pagar por un servicio como este, pero puede ser \$200 por hora”.

 Pregunta 7.

Respuesta-. “Es muy buen proyecto, pero si quieren que nosotros los contratemos deben definirnos que nos van a vender, tiempo máximo del alquiler, disponibilidad de horarios del vehículo, que servicios van a dar”.

Entrevistado 9: Lorena Arguello (Administradora de Horizontes Andinos Turismo Cia. Ltda.)

 Pregunta 1.

Respuesta-. “Buses de Seturna y M&M, porque son las conocidas que tenemos y dan buen servicio para Transfer y Citytour”.

 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, todo eso está en el contrato”.

 Pregunta 3.

Respuesta-. “No he visto buses temático, solo conozco Guayaquil Visión que realiza recorridos por la ciudad”.

 Pregunta 4.

Respuesta-. “Es muy buena la idea, podría ser factible. Nosotros podríamos contratar su servicio, sí el turista lo acepta y yo creo que sí porque es muy novedoso, pero no se sabe si en el campo sea aceptable”.

 Pregunta 5.

Respuesta-. “No había problema, es una alternativa diferente”.

 Pregunta 6.

Respuesta-. “Nosotros contratamos un bus en \$110 o \$120 un Citytour de 3 horas en el caso de su bus seria ese costo más un valor adicional por la temática”.

 Pregunta 7.

Respuesta-. “Deberían hacer un FanTrip para los operadores, un recorrido para promocionar esa experiencias al cliente, invitar a otras entidades a disfrutar de una nueva opción de pasear por la ciudad, también fijarse en la puntualidad, los turistas son muy exigente con el servicio y la puntualidad”.

Entrevistado 10: Mariela Vera (Agente de Counter de Mashipura Viajes)

👉 Pregunta 1.

Respuesta-. “No damos ese tipo de servicio”.

👉 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, contratamos un servicio debe brindar toda la información necesaria”.

👉 Pregunta 3.

Respuesta-. “Sería muy entretenido para el turista”.

👉 Pregunta 4.

Respuesta-. “En nuestro caso sería una buena forma de captar a los turistas porque es algo innovador en Guayaquil para realizar tours”.

👉 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, es una idea muy buena”.

👉 Pregunta 6.

Respuesta-. “No, sabría un valor considerable”.

👉 Pregunta 7.

Respuesta-. “Sigán adelante, es muy bueno el proyecto”.

Entrevistado 11: Diana Zambrano (Agente de Counter de Manglar Rojo)

 Pregunta 1.

Respuesta-. “M&M, porque son grandes, cómodos, espaciosos y en buen estado, perfecto para grupos”.

 Pregunta 2.

Respuesta-. “Todo debe estar en el acuerdo, los detalles del bus, normas de seguridad, entre otras”.

 Pregunta 3.

Respuesta-. “Por ejemplo, Guayaquil Visión es muy informal, debería ser más personalizado e innovador con algo extra, para que llame la atención del turista”.

 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, porque el Duty que es una opción muy buena de compra en un bus y el toque cultural por la temática colonial”.

 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí por supuesto es innovador”.

 Pregunta 6.

Respuesta-. “Todo depende de muchos factores como: la cantidad de pasajeros, precios acorde a la competencia, por ejemplo la empresa de transporte que contratamos, un valor estimado de un City Tour es de \$120”.

 Pregunta 7.

Respuesta-. “Incentivar a las operadoras, negociar precios y establecer acuerdos”.

Entrevistado 12: Katty León (Secretaria Agencia Turística Estudiantil Cía.)

👉 Pregunta 1.

Respuesta-. “No, solo ofrecemos tours”.

👉 Pregunta 2.

Respuesta-. “En un contrato debe estar todo”.

👉 Pregunta 3.

Respuesta-. “Es una buena opción para turistas nacionales e internacionales”.

👉 Pregunta 4.

Respuesta-. “Me parece una excelente idea, no hay algo parecido en Guayaquil, aparte de Guayaquil Visión, deberían hacer una alianza y mejorar la imagen de estos buses turísticos”.

👉 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, sería fantástico”.

👉 Pregunta 6.

Respuesta-. “No sé de un valor exacto, pero valoraría el tiempo de recorrido y valor agregado por ser un bus temático”.

👉 Pregunta 7.

Respuesta-. “Está muy bien, a ponerlo en práctica”.

Entrevistado 13: Geomayra Ganchozo (Contadora de MegaServicorp S.A)

 Pregunta 1.

Respuesta-. “Sí, nosotros contratamos vehículos particulares para los turistas dentro y fuera de Guayaquil”.

 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, por eso elegimos a los de siempre que ya conocemos sus políticas y sistemas de seguridad”.

 Pregunta 3.

Respuesta-. “Un bus temático llama mucho la atención, conozco de algunos muy buenos en otros países, es una idea muy buena que se realice algo parecido en Guayaquil”.

 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, me gusta mucho la idea, creo que si se le propone esta opción al turista con buena difusión de lo que habrá en su servicio, aceptará de inmediato porque llama la atención”.

 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, mientras este no se exija”.

 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

 Pregunta 7.

Respuesta-. “Está muy bien, inviten a las operadoras a un tour para que relaten sus experiencias al turista, es una buena promoción”.

Entrevistado 14: Ing. Eduardo Coello (Propietario de Salinas Fantastic Tours S.A)

🚩 Pregunta 1.

Respuesta-. “No tenemos”.

🚩 Pregunta 2.

Respuesta-. “N/E”.

🚩 Pregunta 3.

Respuesta-. “Sí, una opción más entretenida para el turista”.

🚩 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, nos agradaría la idea; con un acuerdo entre la operadora y su empresa para manifestarle a los turistas de una opción innovadora con precios cómodos para todos”.

🚩 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, es una excelente idea”.

🚩 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

🚩 Pregunta 7.

Respuesta-. “Facilidades de ofertas en los tours para las operadoras”.

Entrevistado 15: Pamela Marín (Counter/cuentas corporativas de Cetitur)

 Pregunta 1.

Respuesta-. “M&M, porque es la única que se promociona en todas las operadoras”.

 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, todo estas bases las envían por correo antes de cerrar contrato”.

 Pregunta 3.

Respuesta-. “Excelente opción”.

 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, nuestro departamento de Marketing, apoya y busca un servicio temático, porque capta mucho mercado”.

 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí”.

 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

 Pregunta 7.

Respuesta-. “Ofrecer opciones o una guía de recorridos y referencia de guías para el bus como servicio adicional para ayudar a las operadoras”.

Entrevistado 16: Karym Cabanilla (Amazonas Aviam)

Pregunta 1.

Respuesta-. “Pensamos que M&M, y SETURNA, dan el mejor servicio ya que tienen más de 10 años de experiencia en el mercado, son cumplidos con el trabajo”.

Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, y deben cumplirlo acorde a las leyes de tránsito”.

Pregunta 3.

Respuesta-. “Estupendo sin duda es un proyecto nuevo para la sociedad”.

Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, por la nueva oferta de servicio”.

Pregunta 5.

Respuesta-. “Las compras son entretenidas seguramente para los turistas les llamara la atención”.

Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

Pregunta 7.

Respuesta-. “Deben averiguar bien los permisos legales para poder dar el servicio de transporte si se animan en un futuro hacerlo realidad”.

Entrevistado 17: Gehomara Ortega (Archipell)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “Hemos tenido más experiencia con SETURNA, ya que ofrece una mejor tarifa que las demás empresas de transporte”.

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, es muy importante verificarlo antes de un contrato”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “Personal mente visite España donde hay un bus temático y la experiencia fue única, muy bueno que se dé aquí en Guayaquil”.

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, es innovador”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, Parecido a los lugares de viaje como un aeropuerto podrían comprar en su bus”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “Hagan un esquema visual para poder apreciar cómo será los buses temáticos”.

Entrevistado 18: Jeniffer Delgado (Carapacho Tours)

✚ Pregunta 1.

Respuesta-. “Elegimos entre SETURNA y M&M por su prestigio y puntualidad”.

✚ Pregunta 2.

Respuesta-. “Todas las empresas de transporte lo muestran”.

✚ Pregunta 3.

Respuesta-. “Tendría otra alternativa el turista de conocer en la ciudad”.

✚ Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, podríamos incrementar ganancias”.

✚ Pregunta 5.

Respuesta-. “En los aviones también tiene esta opción y pienso les ira bien en su implementación”.

✚ Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

✚ Pregunta 7.

Respuesta-. “Es una buena idea pero pienso deberían complementarlo con la operación turística”.

Entrevistado 19: Marco Quezada (CQZ Viajes)

✚ Pregunta 1.

Respuesta-. “A la hora de elegir nos fijamos en calidad y precio, ambas lo brindan M&M y SETURNA, nos da confianza”.

✚ Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, y si un caso no lo muestran nosotros lo pedimos”.

✚ Pregunta 3.

Respuesta-. “Interesante para conocerlo y ofrecerlo en las agencias para nuestros turistas”.

✚ Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, ya que es una nueva propuesta para el cliente”.

✚ Pregunta 5.

Respuesta-. “Deben tener productos netamente Ecuatorianos”.

✚ Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

✚ Pregunta 7.

Respuesta-. “Busquen una buena promoción para poder captar la atención masiva”.

Entrevistado 20: Hans Creter (Creter Tours)

🌟 Pregunta 1.

Respuesta-. “Sin duda SETURNA, son muy puntuales”.

🌟 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, y sería una complicación si se hace contrato sin estas especificaciones”.

🌟 Pregunta 3.

Respuesta-. “Cambiaría la imagen de Guayaquil, y se verá competitiva a nivel mundial con similares servicios”.

🌟 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, muchas personas quisiera subirse a un bus temático”.

🌟 Pregunta 5.

Respuesta-. “Buena idea, todos los turistas quieren algo representativo del lugar que visitan”.

🌟 Pregunta 6.

Respuesta-. “El transporte en Guayaquil es caro y depende de las ofertas y pax”.

🌟 Pregunta 7.

Respuesta-. “Pueden no solo venderse con operadoras sino otras empresas en el medio turístico”.

Entrevistado 21: Freddy Espinel (Ecuador Expedition)

🚩 Pregunta 1.

Respuesta-. “Desde siempre ofrecemos un buen servicio al turista y lo complementamos con M&M”.

🚩 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, es indispensable”.

🚩 Pregunta 3.

Respuesta-. “Puedo visionar que será una novedad verlos en las calles por parte de los peatones”.

🚩 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, daría otro enfoque a la transportación en Guayaquil”.

🚩 Pregunta 5.

Respuesta-. “Innovador, y evitara a que los turistas hagan paradas por compras”.

🚩 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

🚩 Pregunta 7.

Respuesta-. “Todo me parece bueno, éxito chicos”.

Entrevistado 22: Ana Dávila (Fabul Tours Express)

👉 Pregunta 1.

Respuesta-. “Hasta el momento no tenemos alguna queja con “SETURNA”.

👉 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, requisito para operar en el transporte”.

👉 Pregunta 3.

Respuesta-. “Es innovador y podría tener mucha acogida por parte de las operadoras”.

👉 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, y dependería de los servicios y tarifas”.

👉 Pregunta 5.

Respuesta-. “Oportuno para poder enganchar al cliente”.

👉 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

👉 Pregunta 7.

Respuesta-. “Pueden aliarse con empresas de turismo para la promoción mutua y darse a conocer”.

Entrevistado 23: Alicia Paltan (Galanet S.A.)

✚ Pregunta 1.

Respuesta-. “Contratamos a M&M y SETURNA por ser líderes en el mercado”.

✚ Pregunta 2.

Respuesta-. “Si, solo una vez no lo especificaron pero inmediatamente enviaron tarifario con características del bus”.

✚ Pregunta 3.

Respuesta-. “El turista busca algo que se identifique a la ciudad y tener una experiencia que contar”.

✚ Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, será de apoyo turístico para la ciudad”.

✚ Pregunta 5.

Respuesta-. “Interesante no se había escuchado esto en otro medio de transporte terrestre en GYE”.

✚ Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

✚ Pregunta 7.

Respuesta-. “El factor principal es el financiamiento de su proyecto, consigan inversionistas emprendedores”.

Entrevistado 24: Fausto Rodriguez (Galapagos Best)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “Depende del grupo que tengamos y nos agrada más SETURNA

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “Si”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “Yo apoyo a lo diferente y única de algo, sin duda un bus temático tendría mucha acogida”.

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “Si, implementa al servicio turístico de la ciudad”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “La publicidad por parte de los que ofrecen sus productor debe ser grande ya que no tendrá su personal para vender”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “Sería un ingreso adicional si ofrecieran servicio de guías bilingües separado de la tarifa de transporte”.



LECTUR - BIBLIOTECA

Entrevistado 25: Cindy Romero (Guani Tours)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “Tenemos muchos tiempo trabajando con M&M, son una empresa muy responsable”.

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, deben cumplir con todas las leyes y especificar las características de sus buses”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “La experiencia que se llevaría el que pueda entrar al bus será única”.

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, está en conjunto con el turismo cultural”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “Seguramente es un ingreso inteligente por parte de Uds. con esta implementación”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “Si Uds. manejan una buena promoción y cumplen con lo que ofrecen tendrán éxito”.

Entrevistado 26: Alfredo Franco (Guayaquil Visión)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “Nosotros proveemos nuestro transporte, y tenemos buena acogida con los turistas”.

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “N/E”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “Es innovador y motivaría a otras empresas a ofrecer algo similar”.

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “No estamos en el mismo target”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, llama la atención del turista por estar dentro del bus”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “La tarifa que ofrezcan a la operadora debe ser competitivo a los demás buses”.

Entrevistado 27: Mónica Isaías (IsaiTours)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “SETURNA, hasta el momento contamos con ellos y nos dan buenas tarifas”.

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, junto al tarifario”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “Las ciudades pequeñas, sí sería bueno contar con un bus temático dentro”.

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “Si, es nuevo, fresco, y característico de la ciudad”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “La idea es buena, así cómodamente desde sus asientos pueden comprar”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “Las tarifas varían y ciertamente comparamos precios bajos”.

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “No dejen su proyecto en ideas, es bueno y potencial”

Entrevistado 28: Jorge Baque (Mágico Mundo Travel)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “El transporte es muy costoso dentro de la ciudad, pero M&M tiene un mejor tarifario”.

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “Debería tener una estructura muy llamativa y caracterizar a los iconos de Guayaquil”.

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, da entretenimiento y da a conocer la ciudad”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “Sí, Les sería muy útil tener una gama de varios productos para agrado del cliente”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “Consideren siempre que el mercado turístico es cambiante, autoevaluar su producto o servicio y mejorar si se requiere”.

Entrevistado 29: Karla Villamar (MakEcuador)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “SETURNA Los escogemos porque son puntuales y tienen el personal altamente capacitado”.

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, no podemos contratar si no sabemos si tienen los documentos en regla”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “Se captaría turistas que tengan afinidad con buses temáticos”.

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, deberían mostrar una gran campaña publicitaria para ver el potencial”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “Las ventas siempre son buenas, y el DUTY con productos Ecuatorianos si dará buenos resultados”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “Busquen apoyo del exterior o inversionistas potenciales en el país”

Entrevistado 30: Yuly Sandoval (Marcy Tours)

✚ Pregunta 1.

Respuesta-. “La tarifa tiene mucho que ver y elegimos a M&M o SETURNA, ambas cuentan con experiencia en el mercado”.

✚ Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí”.

✚ Pregunta 3.

Respuesta-. “Es una buena alternativa para disfrutar la ciudad”.

✚ Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, por ser muestra de una idea emprendedora y de mucho potencial”.

✚ Pregunta 5.

Respuesta-. “Si bien es cierto en aviones también lo hacen, sería buena opción, Uds. lo implementen en su bus temático”.

✚ Pregunta 6.

Respuesta-. “Las tarifas varían dependiendo de los pax, los días que se requiera el servicio”.

✚ Pregunta 7.

Respuesta-. “Si son un bus temático, den entretenimiento al turista ya que ellos son los que darán su voz y voto en el extranjero”

Entrevistado 31: Dyanne Infante (Summer Vacations)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “La experiencia y buenas referencias de SETURNA, nos da mucha confianza”.

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “N/E”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “Novedoso y el turista podría conocer la ciudad y de manera amena”.

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “Si, porque los buses temáticos son interesantes para todo tipo de cliente”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “Pienso que así tendrían buenas alianzas con emprendedores Ecuatorianos y podrían apuntar a ser más que un bus temático en la ciudad”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “Analicen a los buses temático y vean si son rentables en esos países”.

Entrevistado 32: Gema Castro (LTN Tecnoviajes)

👉 Pregunta 1.

Respuesta-. “SETURNA, contamos con ellos, nos da confianza desde el personal hasta el servicio ofrecido”.

👉 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, sin esas especificaciones correríamos riesgos”.

👉 Pregunta 3.

Respuesta-. “Experiencia divertida y nueva propuesta para los turistas”.

👉 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, tendríamos una opción más para el turista”.

👉 Pregunta 5.

Respuesta-. “Lo ideal sería que tengan trato con emprendedores pequeños para que puedan vender su producto a precio justo”.

👉 Pregunta 6.

Respuesta-. “Depende de los pax y ofertas”.

👉 Pregunta 7.

Respuesta-. “Tienen que ser audaces y entrar con fuerza en el mercado ya que si no hay buses temáticos en la ciudad, hay buses turísticos ya conocidos por los clientes”.

Entrevistado 33: Tomas Acuna (TomasTur)

👉 Pregunta 1.

Respuesta-. “Hemos contado con M&M y SETURNA, tarifas, confianza, experiencias”.

👉 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí”.

👉 Pregunta 3.

Respuesta-. “Fantástico, nuevo, llamativo para los pasajeros”.

👉 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, sería un cambio y mejora para la ciudad”.

👉 Pregunta 5.

Respuesta-. “Complementa a la idea de su proyecto que es ser temático”.

👉 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

👉 Pregunta 7.

Respuesta-. “Sugiero una buena oferta para operadoras para así asegurarnos y afianzarnos a que darán un buen servicio a los clientes”

Entrevistado 34: Ericka Parrales (Travel Tips)

👉 Pregunta 1.

Respuesta-. “El transporte debe ser de calidad y cómodo para nuestros turistas. M&M nuestra elección”.

👉 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, las empresas de transporte son serias y especifican estas características”.

👉 Pregunta 3.

Respuesta-. “Confortable, amigable para el viajero”.

👉 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, deberían tener buenos precios y acordes con el mercado”.

👉 Pregunta 5.

Respuesta-. “Los turistas tendrían una actividad adicional a realizar en el bus, fantástico”.

👉 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

👉 Pregunta 7.

Respuesta-. “La tarifa y calidad es lo que las operadoras vemos, pero el turista ve servicio y experiencia”.

Entrevistado 35: Janeth Valverde (Turismo y Negocios Internacionales)

📌 Pregunta 1.

Respuesta-. “Contamos con M&M o SETURNA depende de las promociones o descuentos elegimos a uno de las dos”.

📌 Pregunta 2.

Respuesta-. “Sí, es importante”.

📌 Pregunta 3.

Respuesta-. “Potencial e innovador para los turistas”.

📌 Pregunta 4.

Respuesta-. “Sí, porque nosotros contratamos entretenimiento para nuestros clientes y sería una buena alternativa”.

📌 Pregunta 5.

Respuesta-. “Los productos Ecuatorianos son muy cotizados en el extranjero será una gran oportunidad”.

📌 Pregunta 6.

Respuesta-. “N/E”.

📌 Pregunta 7.

Respuesta-. “Manejen una carta amplia de clientes, u alianzas y convenios para su posición en el mercado”.

BIBLIOGRAFÍA

1. Agencia Nacional de Tránsito. (2014). *CUADRO DE VIDA ÚTIL PARA VEHICULOS DE TRANSPORTE TERRESTRE PÚBLICO Y COMERCIAL*. Obtenido de <http://www.ant.gob.ec/index.php/transito-7/resoluciones-2014/file/2652-resolucion-no-111-dir-2014-ant-cuadro-de-vida-util-para-vehiculos-de-transporte-terrestre-publico-y-comercial>
2. Agencia Nacional de Tránsito. (2014). *LEY ORGÁNICA REFORMATORIA A LA LEY ORGÁNICA DE TRANSPORTE TERRESTRE, TRANSITO Y SEGURIDAD VIAL*. Obtenido de <http://www.ant.gob.ec/index.php/ant/base-legal/ley-organica-reformatoria-a-la-ley-organica-de-transporte-terrestre-transito-y-seguridad-vial>
3. Agencia Nacional de Tránsito. (2014). *Reglamento de Transporte Terrestre Turístico*. Obtenido de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2014/09/Resolucin-no.-108-dir-2014-ant.pdf>
4. Agencia Nacional de Tránsito. (2015). *Normas y Reglamentos INEN aplicados al Transporte*. Obtenido de <http://www.ant.gob.ec/old/index.php/normas-y-reglamentos-inen-aplicados-al-transporte>
5. Agencia Nacional de Tránsito. (01 de Julio de 2015). *Tramites Ciudadanos*. Obtenido de <http://tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=3657>
6. Alameda, M. (11 de Abril de 2013). *ELLE.es*. Obtenido de <http://www.elle.es/viajes/flechazos-news/autobuses-tematicos>
7. Arteaga, A., & Pineda, L. (2007). *Dspace en ESPOL*. Obtenido de REPOSITORIO ESPOL: <http://www.dspace.espol.edu.ec/handle/123456789/5325>
8. Comisión de Transito del Ecuador. (16 de Octubre de 2014). *Trámites del Departamento de Matriculación*. Obtenido de <http://www.comisiontransito.gob.ec/tramites-del-departamento-de-matriculacion/>
9. FONSAT. (2015). *FONSAT*. Obtenido de <http://www.fonsat.gob.ec/index.php/sppat>
10. LEXIS.SA. (29 de Diciembre de 2014). *Sistema Integrado de la Legislación Ecuatoriana*. Obtenido de LEY DE TURISMO: <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>