



TESIS

Motor Home como modalidad de alojamiento alternativo en la Costa Norte del Perú

PRESENTA

Dayana Evelyn Chavez Camacho

DIRECTOR DE TESIS

Sebastián Avinó

HTL 00265

Córdoba Argentina 2018

Índice

Índice	2
Resumen Ejecutivo	1
Abstract	2
Justificación	3
Antecedentes generales	5
CAPITULO 1: Introducción	7
1.1 Marco Conceptual.....	7
1.1.1 Ámbitos de Estudio	7
1.2 Análisis del Macro Entorno.....	15
1.2.1 Entorno Político- Legal:	15
1.2.2 Entorno Económico.....	19
1.2.3 Entorno Socio-cultural	19
1.3 Objetivos.....	21
1.3.1 Objetivo General	21
1.3.2 Objetivos Específicos	21
1.4 Marco Teórico	22
CAPÍTULO 2: Metodología de la Investigación	27
2.1 Enfoque	27

	3
2.1.1 Enfoque Cualitativo.....	27
2.1.2 Enfoque Cuantitativo.....	27
2.2 Desarrollo e Instrumentos de la investigación.....	27
2.2.1 Ficha Metodológica.....	28
CAPÍTULO 3: Aspectos Del Mercado.....	29
3.1 Demanda y Oferta Presente.....	29
3.1.1 Índices de Turismo Extranjero en el Norte de Perú.....	29
3.1.2 Índices de Turismo Nacional en el Norte de Perú.....	44
CAPITULO 4: Información General del Proyecto.....	61
4.1 Datos de la empresa.....	61
4.2 Aspectos Técnicos Del Proyecto.....	66
4.2.1 Plano del proyecto.....	66
4.2.2 Tecnología para el proceso.....	69
4.2.3 Puestos de trabajo: Elección de personal y funciones.....	72
CAPÍTULO 5: Desarrollo del producto.....	75
5.1 Mezcla de Marketing.....	75
5.1.1 Producto.....	75
5.1.2 Plaza.....	78
5.1.3 Promoción.....	84
5.1.4 Precio.....	87

Conclusiones	91
Bibliografía	93

Resumen Ejecutivo

Palabras Clave: *Alojamiento Alternativo, tendencias turísticas, Motor Home.*

El presente trabajo examinó la posibilidad de implementar una propuesta de alojamiento alternativo en la Costa Norte del Perú llamada Motor Home, pretendiendo impulsar el turismo en el norte del país, para poder promover los recursos culturales, paisajísticos e históricos de las ciudades de La Libertad, Piura y Tumbes. El trabajo se basó en las nuevas tendencias de turismo a nivel mundial; investigó los índices de turismo nacional y extranjero, la viabilidad legal, social, económica y política, también se detallaron los pasos de producción y comercialización del producto. Esta investigación, si bien se desarrolló solo en la Costa Norte del Perú abarcando tres ciudades, puede servir de referencia para futuros estudios y su posterior implementación en otras ciudades del país que deseen implementar este servicio.

Abstract

Keywords: *Alternative Accommodation, tourist trends, Motor Home.*

The present work examined the possibility of implementing an alternative accommodation proposal on Peru's North Coast called Motor Home, aiming to boost tourism in the north of the country in order to promote the cultural, landscape and historical resources in the cities of La Libertad, Piura and Tumbes. The work was based on new tourism trends worldwide; it was investigated the indexes of national and foreign tourism, legal, social, economic and political viability, also the steps of production and commercialization of the product were detailed. This research, although carried out only in the North Coast of Peru covering three cities, can serve as a reference for future studies and its subsequent implementation in other cities of the country that wish to implement this service.

Justificación

La siguiente es una propuesta de aplicación profesional (PAP) que busca acentuar la importancia de la innovación en el sector hotelero y como éste configura hoy en día un papel importante en el desarrollo presente y futuro del sector; dada las nuevas tendencias que configuran los patrones de elección del turista, caracterizándose por ser en su mayoría aloéctrico y en búsqueda de nuevas experiencias. Por tal motivo es vital la tarea de implementar nuevas propuestas de alojamiento.

La innovación es una constante en el sector Hotelero, brindar nuevas experiencias acompañado del servicio adecuado para el desarrollo de la misma permite permanecer vigente en el mercado contribuyendo directamente con el sector turismo.

El proyecto se focaliza en la creación de una modalidad de alojamiento alternativa aprovechando las tendencias mundiales actuales de turismo, para generar un nuevo producto que podrá generar una diferenciación con los hospedajes que se encuentran en la Costa Norte de Perú, pudiendo darle incluso un impulso al turismo de la zona, diferenciándola del resto del país que ya cuenta con sector hotelero establecido.

La Costa Norte del Perú se caracteriza por ser un destino de playa y que actualmente se encuentra en constante crecimiento en el sector hotelero y turístico; permitiendo de esta forma crear nuevos servicios de alojamiento. La Costa Norte está comprendida por las ciudades de Tumbes, Piura, La Libertad y Lambayeque. Estas ciudades cuentan con un clima cálido tropical gran parte del año, todas ellas sedes de diversas culturas milenarias con gastronomía de excelencia y una población cálida y servicial. Los pisos ecológicos variados que presentan dichas

ciudades comprenden playa, desierto, selva y manglar. Lo cual vuelve a la zona en un atractivo destino turístico y centro de inversión.

Antecedentes generales

La innovación y la calidad son las bases del crecimiento del servicio hotelero. El hotel es hoy en día una excusa para compartir. Según el Manual de Oslo el concepto de innovación de servicios “la implantación de una nueva estructura en un mercado” (Schumpeter, 1996, pág. 120)

La aparición del turismo alternativo considerado como responsable, justo y solidario da pie al avance de la creación del alojamiento alternativo. “Se origina al manifestarse los primeros impactos negativos que ocasiona el turismo, principalmente en los países en vías de desarrollo” (Canoni y Schenkel, 2018)¹

Actualmente en el Perú se desarrollan nuevos servicios de alojamiento basados en la diferenciación creativa; tenemos por ejemplo el hotel Skylodge Adventure Suites que cuenta con módulos transparentes que están suspendidos a 400 metros de altura, fabricados en aluminio aeroespacial y policarbonato de alta resistencia totalmente acondicionado con todas las comodidades de una habitación normal; esta nueva alternativa de alojamiento tiene anualmente una ocupación del 100% según las fuentes estadísticas del hotel.²

Según las tendencias generales del sector turismo “La rentabilidad y supervivencia de la industria turística depende de la capacidad de adaptarse y anticiparse al nuevo contexto en el que se va encontrar este sector en el futuro próximo.” (COTEC, 2007, pág. 53)

Sumado a todo lo anterior, el sector hotelero y turístico en el Perú actualmente busca descentralizar la actividad turística que gira alrededor y se concentra en su mayoría en Machu Picchu; a lo que llaman “desmachupizar el turismo”. “Machu Picchu por sí sola atrae el 85% del turismo receptivo, pero también trae desventajas. Por un lado, el colapso del que ya hemos hablado, que pone en riesgo su sostenibilidad. Por otro, tanta dependencia es peligrosa. Como

¹ Extraído de <http://www.cecies.org/articulo.asp?id=373>, 2018

² Extraído de naturavive.com/web/ Septiembre, 2018

ejemplo, en 2010, inundaciones lo cerraron temporalmente y el sector turismo cayó 80% caída considerada peligrosa para el país en el sector turismo.”³

El hospedaje alternativo ofrece un abanico de múltiples posibilidades que gustan a los nuevos turistas. Un ejemplo de ellos es la plataforma virtual Wimdu que ofrece inclusive chalets, castillos, barcos, eco casas; entre otros, como servicio de alojamiento en las principales ciudades turísticas del mundo a nivel Mundial. La gama de alojamientos que ofrece es muy amplia y de excelente calidad. Incluso llega a contactar dueños de los inmuebles destinados a alojamiento con los clientes, permitiendo ver las evaluaciones del que ofrece el servicio con el método de pago del cliente, creando una transacción limpia y sin complicaciones.

³Extraído de www.peru21.com Septiembre,2018

CAPITULO 1: Introducción

1.1 Marco Conceptual

1.1.1 Ámbitos de Estudio

Las tres ciudades o departamentos elegidos para el trayecto turístico del Motor Home son: La Libertad, Piura y Tumbes. Dichas ciudades se caracterizan por poseer gran riqueza natural, cultural y gastronómica; por tal motivo ofrecen circuitos turísticos variados de gran interés nacional e internacional. Además cuentan con los medios necesarios para el fácil traslado de los autos que componen el servicio que se ofrece en este proyecto.

A. La Libertad

La Libertad es una ciudad ubicada al norte del Perú, la cual al encontrarse ubicada entre la Cordillera de los Andes y el Océano Pacífico presenta microclimas variados, siendo la parte oeste la zona más cálida y soleada; en la sierra sin embargo posee un clima seco y de altura con fuertes lluvias en invierno. La temperatura promedio es de 20 °C en los meses de Enero a Marzo supera los 30°C.



Figura1. Mapa de La Libertad. Romero (2011).

La ciudad también es conocida con el apelativo de “La ciudad de la eterna primavera” goza de recursos culturales que van desde antiguas civilizaciones como la cultura Chimú y la Mochica hasta ser la creadora a nivel mundial de los criaderos de Caballo de Paso Peruano, raza de caballo que da origen a la leyenda que inicia el baile nacional peruano llamado Marinera Norteña.

La representación cultural histórica más actual descubierta en el año 2017 es “La Dama de Cao” de quien se sugiere fue una sacerdotisa o gobernante, cambiando así la creencia de que solo hombres gobernaban en el Perú antiguo. Su descubrimiento se considera tan importante como la del Señor de Sipán el cual se encuentra también conformando parte de la historia de la ciudad. Se ha hecho inclusive por parte de la comunidad científica una representación holográfica en 3D pudiendo vislumbrar su rostro y los tatuajes en su cuerpo que hacen referencia que fue además una guerrera.

Dentro de los recorridos que se pueden realizar con el Motor Home en el departamento de La Libertad, se proponen los siguientes listados:

Listado de playas

Las playas del listado se caracterizan por su afluencia turística como balneario, naturaleza, historia y turismo de deportes extremos que se recomiendan en el recorrido turístico del proyecto son:

- Playa Huanchaco: Playas, surf, pesca y ruinas.
- Playa Pacasmayo: Playa, surf, kitesurf, windsurf, pesca, stand up, paddle, sup surf e historia. Es considerada “El Paraíso Del Surf” por tablistas de todo el mundo, por las olas de izquierda más largas del mundo.
- Puerto Malabrigo: Surf, playa y kitesurf.

- Salaverry: Playa y pesca.
- Puémape: Playa, pesca, surf e historia.
- Puerto Morín: playa y surf.
- Chicama: playa y surf se caracteriza por tener olas de gran tamaño.
- Victor Larco herrera: playa.
- Cherrepe: playa e historia
- Chao: playa, bosque y naturaleza.
- Paiján: fósil, playa y yacimiento arqueológico.
- Buenos Aires: playa.
- Pueblo Nuevo: playa.
- Playa Huanchaquito: playa.

Listado de museos y sitios arqueológicos

En el mismo recorrido con un desvío de las principales playas entre los 3 y 5 kilómetros se encuentran los museos más importantes de la ciudad, estos son:

- En el distrito de Magdalena de Cao: Complejo arqueológico el Brujo que alberga los restos de la “Dama de Cao”, Huaca Cao Viejo y Huaca prieta
- Huanchaco: Huaca del Dragón, Museo de sitio Chan Chan, Huaca Esmeralda, Jardín de los Sentidos.
- Pacasmayo: Casa Museo Antonio Raymondi, Pakatnamú, Cacique de Lloc.
- Guadalupe: Zona Arqueológica San José de Moró.
- Buenos Aires: La Huaca del Sol, La Huaca de La Luna.

- Trujillo ciudad Capital: Palacio Iturregui, Monasterio del Carmen, Plaza Mayor de Trujillo, Catedral de Trujillo, Casa del Mayorazgo Facalá, Parroquia Santuario Señor de Huamán, Museo de arqueología UNT, entre otros.

Listado de Bosques y Naturaleza

El siguiente listado está comprendido dentro de las zonas propuestas como parte del recorrido turístico que puede realizar el servicio Motor Home:

- Chao: Bosque de protección Puquio Santa Rosa
- Guadalupe: Cerro Chapén
- Laredo: Laguna Conache

B. Piura

La ciudad de Piura tiene frontera con el sur de Ecuador, goza de un clima tropical calurosa todo el año en la zona Yunga y de sabana tropical a nivel del mar. La temperatura máxima 39.9 °C y la temperatura mínima 18°C, siendo las más calurosas en los meses que van de Diciembre a Abril que es la temporada de vacaciones y verano sobre el territorio que corresponde a la Costa. Mientras que su Sierra el clima es húmedo subtropical templado con una temperatura promedio anual de 15°C.



Figura 2. Mapa de Piura. Romero (2011).

Conocida también como “La Ciudad del Eterno Sol” porque cuenta con días soleados todo el año y por su amabilidad como “Ciudad Hospitalaria”. Dentro de las culturas ancestrales más importantes con las que cuenta la ciudad se encuentran: La Cultura Ayahuaca. Huancabamba, Bracamoros, Talanes y Vicús.

Su exquisita gastronomía la sitúa como una ciudad cevichera por excelencia. Dada la confluencia de las diversas culturas que la conforman; entre estas, las culturas andinas, europeas que migraron y la cultura costeña de litoral, hacen de su gastronomía una de las valoradas del país. Sus playas son las más cotizadas por turistas nacionales quienes las prefieren con mucha demanda en la temporada de verano, temporada que es aprovechada por los turistas para comprar los finos trabajos de cerámica de Chulucanas que han conquistado los mercados nacionales y extranjeros; arte que tiene sus raíces en la cultura Vicús.

Dentro de los recorridos turísticos que se pueden realizar con el Motor Home en el departamento de Piura, se proponen los siguientes listados:

Listado de playas

Se propone en el siguiente listado las playas que se caracterizan por su afluencia turística como balneario, naturaleza, historia y turismo de deportes extremos que se recomiendan en el recorrido turístico del proyecto son:

- Máncora: Surf, playa, historia y kitesurf. Lugar Cosmopolita.
- Vichayito: Playa, pesca, surf y buceo.
- Órganos: Playa, kayak y windsurf. Avistaje de ballenas y nadar con testudines.
- Lobitos: Playa, surf y kitesurf. Historia.
- Cabo Blanco: Playa, pesca y surf.

- Ñuro: Playa y pesca. Nadar con testudines y chelonoideas.
- Paita: Playa e historia.
- Colán: Playa.
- Talara: Playa, pesca e historia.
- Yacila: Playa y pesca.
- Negritos: Playa, historia y restos fósiles.
- Catacaos: Artesanía, historia, arte y playa.
- Sechura: Desierto, playas, humedal e historia.

Listado de museos y sitios arqueológicos

En el mismo recorrido con un desvío de las principales playas entre 1 y 2 kilómetros se encuentran los museos más importantes de la ciudad, estos son:

- Sechura: Zona arqueológica de Chusis
- Negritos: Zona de fósiles, “Bosque Petrificado de Negritos”.
- Catacaos: Museo de sitio “Narihuala”.

Listado de sitios naturales

El siguiente listado está comprendido dentro de las zonas propuestas como parte del recorrido turístico que puede realizar el servicio Motor Home:

- Sechura: “Manglares de Vice”

C. Tumbes

Tumbes es una ciudad que limita con Ecuador, tiene un clima tropical con sol permanente todo el año, la temperatura máxima que se registra en temporada verano es de 37 °C, la temperatura media anual es de 29.7°C y la mínima es de 22.4°C. Cuenta con uno de los litorales

más hermosos del Perú compuesto por diversos ecosistemas como los esteros, manglares, bosques secos y tropicales, contribuyen a la proliferación de uno de los ingredientes más cotizados de la gastronomía peruana, las conchas negras. Ciudad de arena blanca y fina, playas de aguas cristalinas.



Figura 3. Mapa de Tumbes. Romero (2011).

La historia cultural de Tumbes data aproximadamente 10,000 años A.C, existe en la actualidad parte del Camino Inca, donde destaca el yacimiento arqueológico Cabeza de Vaca, patrimonio cultural de la nación.

Su gastronomía se destaca mayormente por ser hecha a base de frutos de mar, siendo el más conocido el afrodisiaco “ceviche de conchas negras”.

La ciudad ofrece un lugar único para los amantes de la naturaleza, ya que cuenta con tres ecosistemas únicos caracterizados por su diversidad biológica y alto grado de endemismo, siendo un gran lugar para observadores de aves.

Dentro de los recorridos turísticos que se pueden realizar con el Motor Home en el departamento de Tumbes, se proponen los siguientes listados:

Listado de Playas

- Punta Sal: Playa, buceo y surf. Avistaje de Cetáceos y delfines.
- Zorritos: Playa, surf, aguas termales.
- Cancas: Playa y artesanía.
- Puerto Pizarro: Playa, kayak y pesca.
- Bocapan: Playa y aguas termales.
- Caleta Cruz: Playa.
- Zarumilla: Playa.
- Canoas: Playa

Surf en Perú: Esparcimiento y Ocio

Perú es considerado uno de los mejores destinos del mundo para practicar Surf por sus largas olas tubulares que alcanzan los dos metros, olas entre grandes y pequeñas que son constantes todo el año. Inclusive existe la teoría que los verdaderos creadores del surf serían las Cultura Chimú y Mochica asentadas al norte de Perú

“Se han encontrado las primeras evidencias de hombres cabalgando sobre las olas sobre balsas de fibras de totora, como lo atestiguan los textiles y ceramios de varias culturas prehispánicas. Dicha práctica, con más de 2000 años de antigüedad, continúa siendo empleada por los pescadores de las caletas norteñas.”⁴

Las principales playas para practicar surf son:

- Los Órganos
- Máncora
- Cabo Blanco
- Lobitos

⁴ Extraído de www.perusurfguides.com Abril,2019

- La piscina
- El Hueco
- Baterías
- Panic Point

1.2 Análisis del Macro Entorno

1.2.1 Entorno Político- Legal:

Leyes y reglamentos vinculados al proyecto

- **Categorización del Alojamiento**

De conformidad con la **Ley N°27790**, Ley de Organización y Funciones del MINCETUR y la **Ley N°29408**, Ley General de Turismo. Decreta:

Los establecimientos y/o alojamientos se categorizan en la siguiente forma:

Tabla 1

Categorización de Alojamientos

Clase	Categoría
1. Hotel	1 a 5 estrellas
2. Apart – Hotel	3 a 5 estrellas
3. Hostal	1 a 3 estrellas
4. Albergue	.-.

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020)

El proyecto se categoriza como Albergue; cuenta con la siguiente definición:

- a. **Albergue definición:** establecimiento de hospedaje que presta servicio de alojamiento preferentemente en habitaciones comunes, a un determinado número de huéspedes que comparten uno o varios intereses y actividades afines. Su ubicación y/o los intereses y

actividades de sus huéspedes, determinarán la modalidad del mismo. (Turismo M. d., 2020)

b. Requisitos Mínimos de Equipamiento

Tabla 2

Equipamiento Obligatorio

Requisitos	
Generales	
Internet	Obligatorio

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020)

Se aclara lo siguiente:

- En el caso de internet de requisitos de internet u otros similares; se tendrá en cuenta la disponibilidad de la señal respectiva donde se ubique el Albergue.

c. Requisitos Mínimos Servicio

Tabla 3

Servicios Obligatorios

Requisitos Generales	
Limpieza diaria de las instalaciones	Obligatorio
Primeros Auxilios(1)	Botiquín
Cambio regular de sábanas y toallas(2)	Obligatorio

Fuente: Ministerio de Comercio Exterior y Turismo (2020).

- (1)Deberá contar con las especificaciones técnicas del ministerio de salud.

- (2)El huésped podrá solicitar que no se cambien regularmente de acuerdo a criterios ambientales u otros.

- **Transporte Turístico Terrestre**

Mediante Decreto Supremo N° 017 – 2009 – MTC, Reglamento Nacional de Transporte Turístico Terrestre, no existe a la fecha disposición alguna que faculte al MINCETUR a emitir una autorización sectorial para la prestación de servicios de transporte turístico terrestre. En ese sentido, cualquier consulta efectuarla directamente al Ministerio de Transporte y Comunicaciones.

Para tal motivo el organismo encargado de regular las normas viales de tránsito y de licencias de conducir en Perú es la SUTRAN (Superintendencia de Transporte de Personas, Carga y Mercancía).

- **Vehículos Autorizados**

El tipo de vehículos autorizados para el servicio de transporte regular de personas basado proyecto Motorhome, según el Reglamento Nacional de Vehículos (aprobado por D.S. N° 058-20303-MTC), es:

- En el ámbito regional y provincial CATEGORIA M2 – Microbus y Minibus.

- **Reglamentación Vehicular**

Según el Reglamento Nacional de Administración de Transporte **DECRETO SUPREMO N° 017-2009-MTC**, se aprueba:

- El Arrendamiento Operativo y Financiero del Vehículo para fines turísticos de transporte de personas, a su vez este deberá contar con el certificado de inspección técnica vehicular. Cumpliendo con las condiciones de seguridad, acceso y permanencia.
- El vehículo debe contar con un dispositivo registrador para controlar su ubicación y límite de velocidad.
- Licencia de Conducir Nacional vigente o Licencia de Conducir Extranjera vigente.
- Quedar establecidas las Escalas Comerciales.
- Licencia de conducir para ciudadanos peruanos b2.

- **Reglamentación Laboral**

Según el **Régimen Laboral Especial de la Micro y Pequeña Empresa** y las modificaciones introducidas por la **Ley N° 30056** y la aprobación del T.U.O. de la **Ley MIPYME** mediante **Decreto Supremo N° 013-2013-PRODUCE**, se establece que:

- Jornada de trabajo: La ley N°2767 dicta que la jornada de trabajo consta de 48 horas semanales para hombres y mujeres mayores de edad.
- Sobretiempo: En caso de incurrir al sobretiempo, se deberá abonar el valor de la hora con un 25% adicional para las dos primeras horas de sobretiempo; y para las siguientes un 35% adicional.
- ESSALUD: Es de carácter obligatorio abonar el 9% para este beneficio social a los trabajadores en planilla.
- Gratificaciones y CTS: No es obligatorio incurrir en éste pago, debido a que la empresa corresponde a la categoría MYPE (micro y pequeña empresa), según la ley.

- Vacaciones: Se trata del descanso remunerado anualmente para los trabajadores de planilla, correspondiente a un mes.

1.2.2 Entorno Económico

Tabla 4

Desarrollo Económico Anual

Expresado en millones de dólares										
Perú										
Año	2015		2016		2017		2018		2019	
PBI	203,021		192,391		192,034		190,826		195,024	
Tasa de inflación	3.22%		4.40%		3.24%		2.48%		1.90%	
Tasa de interés	3.65%		3.72%		4.00%		2.50%		2.25%	
Tipo de cambio	S/.	2.99	S/.	3.41	S/.	3.35	S/.	3.40	S/.	3.31
Riesgo País	163		202		201		123		125	

Fuente: Banco Central de Reserva Del Perú (2020)

- El panorama económico es estable para inversión por la baja tasa de inflación e intereses presente a lo largo de los años, el valor de la moneda es sólido con ligeras fluctuaciones; dando como resultado un riesgo país bajo y un PBI nuevamente en crecimiento.

1.2.3 Entorno Socio-cultural

Existe una fuerte alianza entre turismo y cultura en el Perú, basados en modelos de colaboración entre turismo, cultura y comunidad que es el plano social donde se desarrolla la actividad turística y hotelera. La población entiende la importancia del turismo como sustento económico, viendo de esta forma con agrado la visita de turistas quienes además de dejar un importante valor económico en la sociedad, ayudan a reforzar el sentido de identidad peruana cada vez más enraizada en los ciudadanos.

Según el Informe de competitividad de viajes y turismo, “El Perú ha realizado una buena labor promocionando y preservando su patrimonio cultural, que se ha traducido en un

creciente número de visitantes a sus yacimientos mundialmente famosos. Sin embargo, puede que el país haya sido víctima de su propio éxito, al centrarse en exclusiva en unos pocos puntos de interés, en lugar de extender las iniciativas de desarrollo a zonas más amplias”⁵

Se puede vislumbrar la necesidad de hacer crecer otros destinos únicos milenarios tan ricos como los que posee la ciudad de Cusco. El entorno social se ve acompañado de una economía estable, que permite el desarrollo de nuevas alternativas de alojamiento y de productos turísticos.

⁵ Extraído de: http://www3.weforum.org/docs/WEF_GlobalCompetitivenessReport_2014-15.pdf, 2020.

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo General

- Diseñar una nueva propuesta de alojamiento alternativo, basado en el turismo actual alternativo y vivencial para mejorar el posicionamiento turístico de la Costa Norte del Perú.

1.3.2 Objetivos Específicos

a) *Objetivos de Indagación*

- Analizar la oferta existente en los servicios de alojamientos tradicionales y alternativos en las ciudades de Piura, La Libertad y Tumbes.
- Analizar la demanda de los turistas nacionales y extranjeros actuales y potenciales en lo referente a los alojamientos alternativos.
- Identificar las preferencias de los turistas nacionales y extranjeros que eligen destinos de playa.

b) *Objetivos de Aplicación*

- Establecer el diseño de infraestructura del Motor Home.
- Diseñar los servicios ofrecidos al huésped en su alojamiento.
- Definir acciones para la promoción y comercialización del producto.
- Desarrollar un plan de contingencia en caso se presente un imprevisto técnico.
- Definir el presupuesto de inversión del proyecto.

1.4 Marco Teórico

a) Oferta turística

Comprende el conjunto de bienes y servicios capaces de facilitar la comercialización del producto turístico a fin de satisfacer la demanda de los visitantes, en esta condición se entiende por cualquier establecimiento en donde el cliente y/o usuario son principalmente turista. (DATATUR Análisis Integral del Turismo, 2018)

b) Demanda turística

Es el conjunto de bienes y servicios que los turistas están dispuestos a adquirir en un determinado destino. En el enfoque de la demanda, el turismo estaría determinado por la cantidad y las características de los bienes y servicios consumidos por los visitantes. (DATATUR Análisis Integral del Turismo, 2018)

c) Servicio

Un Servicio representa un conjunto de acciones las cuales son realizadas para servir a alguien, algo o alguna causa. Los servicios son funciones ejercidas por las personas hacia otras personas con la finalidad de que estas cumplan con la satisfacción de recibirlos. (Venemedia Comunicaciones C.A, 2011-2018)

d) Servucción

Proceso de elaboración de un servicio, es decir, toda la organización de los elementos físicos y humanos en la relación cliente-empresa, necesaria para la realización de la prestación de un

servicio y cuyas características han sido determinadas desde la idea concebida, hasta la obtención del resultado como tal. (Salinas, 2000)

e) Calidad

Aquella cualidad de las cosas que son de excelente creación, fabricación o procedencia, Calidad describe lo que es bueno, por definición, todo lo que es de calidad supone un buen desempeño. Que ha pasado por una serie de pruebas o referencias las cuales dan la garantía de que es óptimo. (Venemedia Comunicacion C.A, 2011-2018)

f) Soporte Físico

Soporte material que es necesario para la producción del servicio y del que se servirán o bien el personal, o bien el cliente o ambos a la vez. (Eigler & Langead, 1989)

g) Instrumentos del soporte físico

Están constituidos por todos los objetos, muebles o maquinas puestas a disposición del personal en contacto y/o del cliente. Su utilización por uno u otro permitirá la utilización del servicio. (Eigler & Langead, 1989)

h) Personal en Contacto

Persona o personas empleadas por la empresa de servicio, y cuyo trabajo requiere el estar en contacto directo con el cliente. Debemos señalar que al contrario del cliente y el soporte físico; el

personal en contacto puede no existir en algunas servucciones, en tal caso son realizadas únicamente por el cliente. (Eigler & Langead, 1989)

i) Capacidad de carga

La capacidad de la servucción es como la de todo sistema productivo, la capacidad físicamente limitada, la dimensión del sistema de servucción constituye uno de los determinantes del nivel del servicio ofrecido. (Eigler & Langead, 1989, pág. 50)

j) Cliente

Consumidor implicado en la fabricación del servicio, es un elemento primordial y su presencia es absolutamente indispensable; sin este el servicio no puede existir. (Eigler & Langead, 1989, pág. 79)

k) Turista

Se denomina turista a la persona que se desplaza hacia otras regiones o países distintos del propio con la finalidad de pasar allí momentos de ocio, conocer otras culturas, visitar lugares específicos que están ausentes en la región de residencia habitual. El rol del turista es el del consumidor de servicios; es el destinatario de la actividad económica. (Definicion, 2018)

l) Pernoctación

Se refieren al número de días que permanecen los turistas en una localidad. El dato se registra en el lugar de alojamiento. (DATATUR Análisis Integral del Turismo, 2018)

m) Turismo

El turismo es el desplazamiento de las personas de manera temporal y voluntaria. Dentro de este concepto deben ser incluidos las relaciones humanas que conllevan y la prestación de servicios. Si bien los motivos del turismo son variados, suelen ser relacionados con el ocio. (Equipo de redacción de concepto, 2018)

n) Circuitos Turísticos

Se trata de un recorrido circular o semicircular que parte de un centro emisor o receptor y que cuenta con atractivos y facilidades a lo largo de su ruta. También se entiende por circuito turístico aquel recorrido turístico con regreso al mismo lugar, sin pasar dos veces por el mismo sitio. (Entorno Turístico, 2018)

o) Turismo Alternativo

Es una modalidad turística que incita al contacto directo, plantea una relación bastante estrecha con la naturaleza y las normas sociales del lugar donde se lleva a cabo la actividad turística. Esta se ha posicionado como una nueva forma de pasar el tiempo libre, disfrutando de la paz de la naturaleza y los paisajes.

En muchos casos se ha determinado que la finalidad del turismo alternativo es poner en contacto al turista con las diferentes actividades que se imparten en localidades donde la cultura es muy diferente a la que se acostumbra en la civilización. Otra de las características de esta modalidad turística tiene que ver con la conservación del ambiente. Con la cercanía a lugares, como comunidades indígenas, muchas veces se pretende crear conciencia ambiental como el cuidado a la flora o a la fauna. (AEROLITORAL, 2017)

p) Alojamiento Turístico

Se entiende por actividad turística de alojamiento la ejercida por las empresas que presten servicios de hospedaje al público mediante precio, de forma profesional, bien sea de modo permanente o temporal, con o sin prestación de servicios complementarios. (DATATUR Análisis Integral del Turismo, 2018)

q) Innovación

Innovación es una acción de cambio que supone una novedad. La innovación se acostumbra a asociar con la idea de progreso y búsqueda de nuevos métodos, partiendo de los conocimientos que le anteceden, a fin de mejorar algo que ya existe, dar solución a un problema o facilitar una actividad. (Significados, 2018)

r) Alojamiento Alternativo

No se ha encontrado definición técnica.

s) Motor Home

Es un vehículo clasificado por el código de circulación como un automóvil que incluye un mobiliario básico en su interior, a modo de casa u hogar, homologado para ser usado como vivienda durante los viajes. Sirve de medio de transporte y de alojamiento con fines de turismo. (Perez Estebanez, 2018)

CAPÍTULO 2: Metodología de la Investigación

2.1 Enfoque

El presente estudio se desarrolla bajo el enfoque mixto, comprendido por el enfoque cualitativo y el enfoque cuantitativo.

2.1.1 Enfoque Cualitativo

Este enfoque permite ver al escenario y a las personas como parte de un todo desde una perspectiva holística; en la que los escenarios, personas o grupos no son reducidos a variables, sino considerados como una totalidad.

Se afirma que esta clase de estudio “Proporciona profundidad a los datos, dispersión, riqueza interpretativa, contextualización del ambiente o entorno, detalles o experiencias únicas. También aporta un punto de vista fresco, natural y holístico de los fenómenos, así como de flexibilidad.” (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista, 2006, pág. 26)

2.1.2 Enfoque Cuantitativo

Este enfoque da la explicación del objeto de estudio desde una perspectiva externa y objetiva. “En una investigación cuantitativa se pretende generalizar los resultados encontrados en un grupo (muestra) a una colectividad mayor (población).” (Hernández Sampieri, Fernandez Collado, & Baptista, 2006, pág. 19)

2.2 Desarrollo e Instrumentos de la investigación

Cada *objetivo de indagación* citado tiene definido su tipo de investigación, metodología, técnica, población y criterio muestral.

Estos se definen a continuación:

2.2.1 Ficha Metodológica

Tabla 5

Objetivo de Indagación N°1- N°2 y N°3

-
- Analizar la oferta existente en los servicios de alojamientos tradicionales y alternativos en la Costa Norte del Perú.
 - Analizar la demanda de los turistas actuales y potenciales en lo referente a los alojamientos alternativos.
 - Identificar las preferencias de los turistas que eligen destinos de playa.
-

Tipo de Investigación	Descriptiva
Metodología	Investigación Cuantitativa
Técnica	Análisis Documental
Instrumento	Cuadros de variables cruzadas
Población	Organismos de Turismo Peruanos
Criterio Muestral	No probabilísticos
Muestras	Documentos y análisis estadísticos

CAPÍTULO 3: Aspectos Del Mercado

3.1 Demanda y Oferta Presente

3.1.1 Índices de Turismo Extranjero en el Norte de Perú

Los índices que se muestran a continuación como parte del sustento del proyecto han sido obtenidos de la página oficial del Ministerio de Turismo del Perú y PromPerú.

3.1.1.1 Perfil del turista extranjero que visita La Libertad

Tabla 6 *Porcentaje de Países de Residencia de los Turistas Extranjeros en La Libertad*

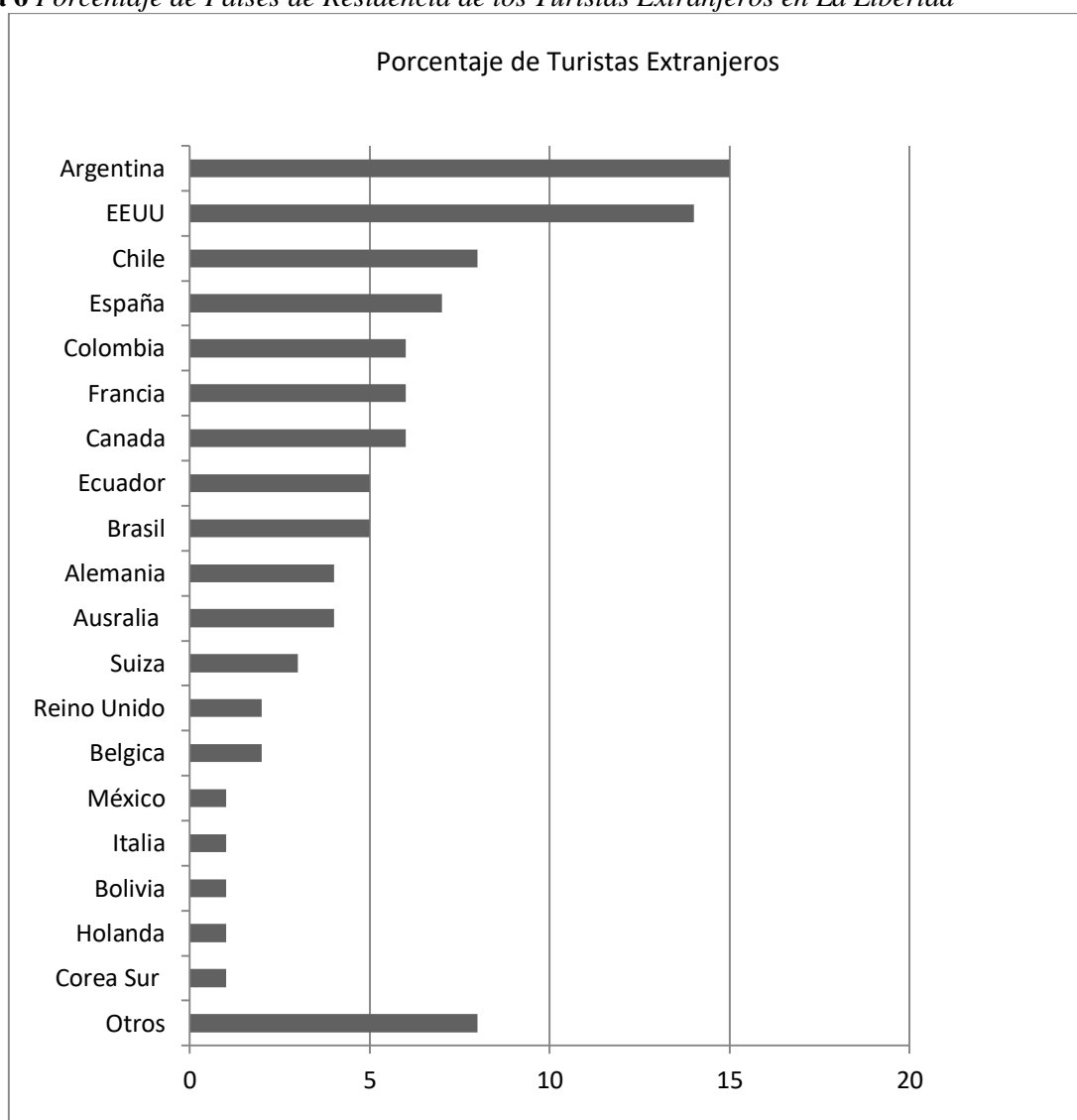


Tabla 7*Motivo de Visita a La Libertad*

Motivo de Visita	Total %
Vacaciones recreación u ocio	74
Visitar familiares o amigos	14
Negocios	9
Asistir seminarios, conferencias, convenciones	1
Educación	1
Misiones – voluntariado	1
Total 100%	

Tabla 8*Tipo de Alojamiento Utilizado en La Libertad*

Tipo de Alojamiento	Total %
Hotel 4 o 5 estrellas	8
Hotel/Hostal 3 estrellas	23
Hotel/Hostal 1 o 2 estrellas	39
Casa de familiares/amigos	13
Albergue/Hostel	6
Camping	3
Casa/Departamento rentado/Airbnb	2
Total multiple	

Tabla 9*Tiempo de Permanencia Promedio en La Libertad*

Permanencia	Días
Permanencia promedio en La Libertad	5
Permanencia mediana en La Libertad	3
Permanencia promedio en Perú	25
Permanencia mediana en Perú	20

Tabla 10*Gasto Promedio en La Libertad*

Gasto Promedio	Total %
Menos de US\$ 500	28
De US\$ 500 a US\$ 900	23
De US\$ 1000 a US\$ 1499	15
De US\$ 1500 a US\$ 1999	12
De US\$ 2000 a US\$ 2499	6
De US\$ 2500 a más	16
Gasto por turista promedio	US\$1426
Total 100%	

De los expuesto se puede observar lo siguiente:

- El principal motivador es el Ocio y la Recreación.
- El tipo de alojamiento preferido se encuentra principalmente dentro de la categoría 3 estrellas, camping y albergue, lo cual facilita la incursión de un alojamiento alternativo que esta contemplado dentro de esta categoría.
- El promedio de permanencia de 5 dias con un gasto promedio de US\$1426.

Actividades realizadas en La Libertad

Tabla 11

Listas de Actividades en La Libertad

Actividades	%
CULTURA	90
Pasear caminar por la ciudad	81
Visitar parques , plazuelas en la ciudad	64
Visitar sitios arqueológicos	38
Visitar museos	30
Visitar iglesias/catedrales/conventos	17
City Tour guiado	8
Visitar inmuebles históricos	7
SOL Y PLAYA	71
AVENTURA	16
Surf/ Tabla Hawaiana	13
Camping	2
Paseo moto/moto acuática/cuatrimoto/motocross	1
NATURALEZA	10
Visitar áreas y/o reservas naturales	7
Observación aves	4
Total múltiplo	

Tabla 12*Realizaron Compras en La Libertad*

Compras	%
Sí	85
No	15
Total 100%	

Tabla 13*Realizaron Actividades de Diversión y Entretenimiento en La Libertad*

Actividades	%
SÍ	20
Ir a discotecas/pubs/bar	12
Ir a centros comerciales	8
Ir a cines	1
Restaurantes con shows folklóricos (andinos, criollos)	1
Ir a casinos, bingos, tragamonedas	1
NO	80
Total 100%	

Según las estadísticas se observa lo siguiente:

- Las actividades principales realizadas por los turistas extranjeros son culturales, turismo de sol y playa.
- La actividad vivencial cultural y de recreación al aire libre tienen mayor importancia al momento de elegir el destino.
- Las reuniones en lugares cerrados no gozan de popularidad.

3.1.1.2 Perfil del turista Extranjero que visita Piura

Tabla 14

Porcentaje de Países de Residencia de Los Turistas Extranjeros en Piura

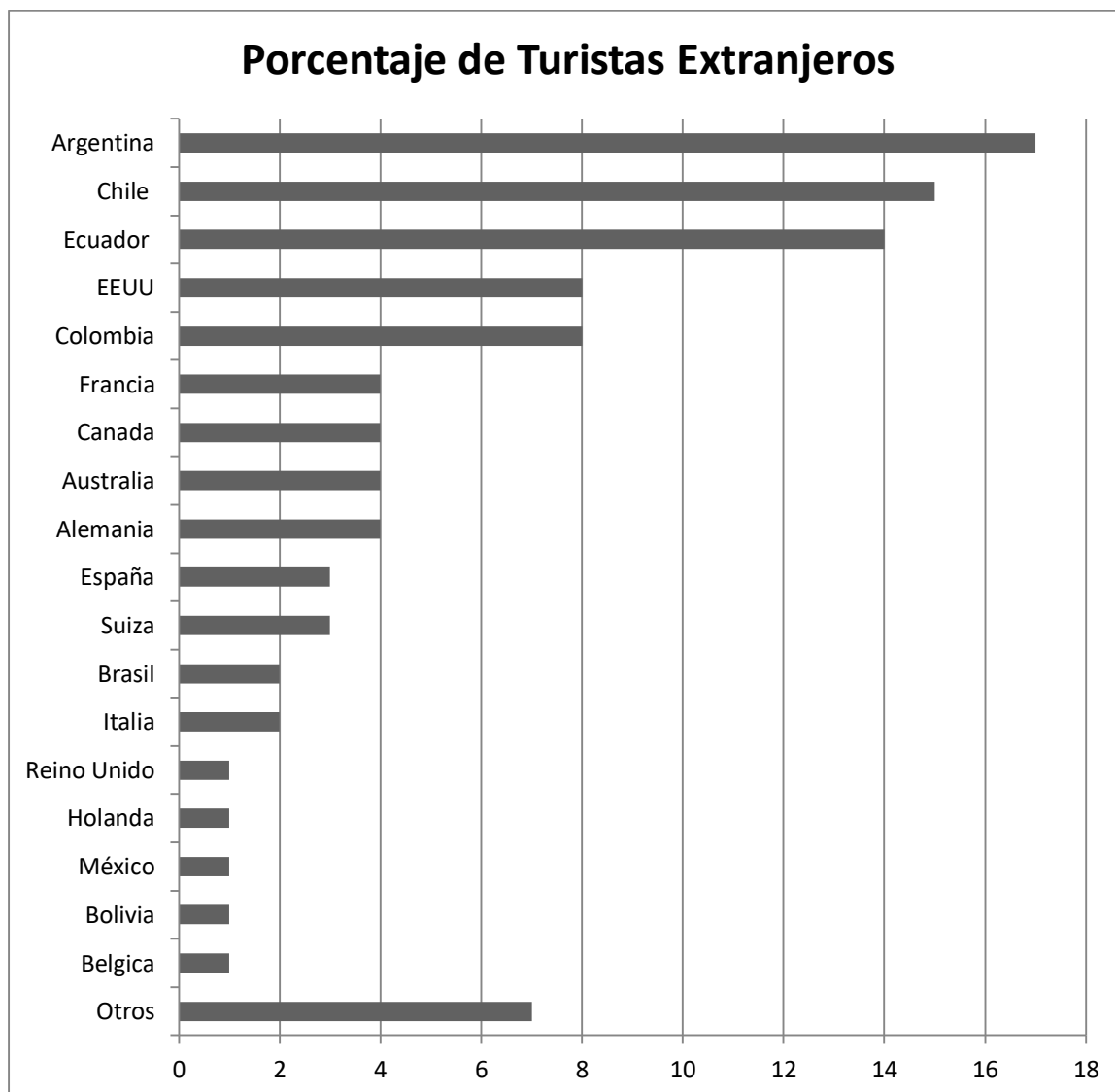


Tabla 15*Motivo de Visita a Piura*

Motivos Principales	%
Vacaciones recreación u ocio	84
Visitar familiares o amigos	12
Negocios	3
Asistir seminarios, conferencias, convenciones	-
Educación	-
Misiones – voluntariado	1
Total 100%	

Tabla 16*Tipo de Alojamiento Utilizado en Piura*

Tipo de Alojamiento	%
Hotel 4 o 5 estrellas	6
3Hotel/Hostal 3 estrellas	19
Hotel/Hostal 1 o 2 estrellas	58
Casa de familiares/amigos	7
Albergue/Hostel	5
Camping	5
Casa/Departamento rentado/Airbnb	5
Total multiple	

Tabla 17*Tiempo de Permanencia Promedio en Piura*

Permanencia	Días
Permanencia promedio en Piura	5
Permanencia mediana en Piura	4
Permanencia promedio en Perú	19
Permanencia mediana en Perú	15

Tabla 18*Gasto Promedio en Piura*

Gasto Promedio	%
Menos de US\$ 500	39
De US\$ 500 a US\$ 900	21
De US\$ 1000 a US\$ 1499	16
De US\$ 1500 a US\$ 1999	10
De US\$ 2000 a US\$ 2499	4
De US\$ 2500 a más	10
Gasto por turista promedio	US\$1137
Total 100%	

De acuerdo a las estadísticas se puede deducir lo siguiente:

- Se observa que el motivo principal de la visita es de ocio y esparcimiento.
- Preferencia de alojamiento en hoteles inferiores a 3 estrellas y hostales.
- El tiempo de estadía 5 días en promedio, permitiría disfrutar y desarrollar actividades relacionadas al turismo cultural y de sol y playa.
- El gasto promedio es de 1137 dólares.

Actividades realizadas en Piura

Tabla 19

Lista de Actividades Realizadas en Piura

Actividades	%
CULTURA	94
Pasear caminar por la ciudad	81
Visitar parques , plazuelas en la ciudad	28
City Tour guiado	2
Visitar iglesias/catedrales/conventos	2
SOL Y PLAYA	89
NATURALEZA	27
Paseo en bote/lancha/crucero/kayak	14
Surf/ Tabla Hawaiana	10
Paseo moto/moto acuática/cuatrimoto/motocross	3
Camping	3
AVENTURA	12
Observación de aves/animales	8
Visitar áreas y/o reservas naturales	4
Observación de mamíferos	3
Observación de flora	2
Pasear por ríos, lagos, lagunas/cascadas/cataratas	1
Total múltiplo	

Tabla 20*Realizaron Compras en Piura*

Compras	%
Sí	88
No	12
Total 100%	

Tabla 21*Realizaron Actividades de Diversión y Entretenimiento en Piura*

Actividades	%
SÍ	20
Ir a discotecas/pubs/bar	12
Ir a centros comerciales	8
Ir a cines	1
Restaurantes con shows folklóricos (andinos, criollos)	1
Ir a casinos, bingos, tragamonedas	1
NO	80
Total 100%	

Los informes muestran que:

- La tendencia de actividades turísticas abarca motivos culturales sumados al turismo de sol, playa y naturaleza. Con un porcentaje menor se encuentra el turismo de aventura.
- Marcada preferencia por turismo al aire libre, el turismo o visita a lugares cerrados cuenta con una aprobación menor.

3.1.1.3 Perfil del turista extranjero que visita Tumbes

Tabla 22

Porcentaje de Turistas Extranjeros que Visitan Tumbes

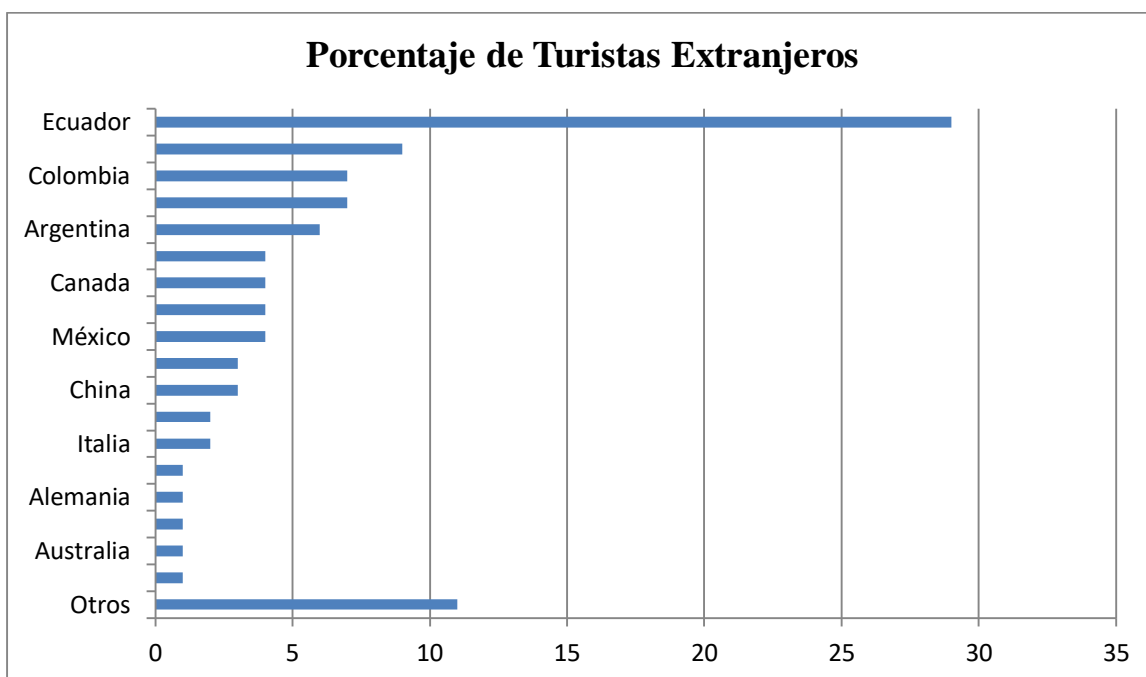


Tabla 23

Motivo de Visita a Tumbes

Motivos Principales	%
Vacaciones recreación u ocio y compras	84
Visitar familiares o amigos	14
Negocios	1
Asistir seminarios, conferencias, convenciones	-
Educación	1
Misiones – voluntariado	-
Total 100%	

Tabla 24*Tipo de Alojamiento Utilizado en Tumbes*

Tipo de Alojamiento	%
Hotel 4 o 5 estrellas	8
Hotel/Hostal 3 estrellas	11
Hotel/Hostal 1 o 2 estrellas	17
Casa de familiares/amigos	6
Total multiple	

Tabla 25*Tiempo de Permanencia Promedio en Tumbes*

Permanencia	Días
Permanencia promedio en Tumbes	2
Permanencia mediana en Tumbes	0
Permanencia promedio en Perú	16
Permanencia mediana en Perú	13

Tabla 26*Gasto Promedio en Tumbes*

Gasto Promedio	%
Menos de US\$ 500	41
De US\$ 500 a US\$ 900	22
De US\$ 1000 a US\$ 1499	14
De US\$ 1500 a US\$ 1999	9
De US\$ 2000 a US\$ 2499	5
De US\$ 2500 a más	9
Gasto por turista promedio	US\$1041
Total 100%	

Con base en los informes se puede observar que:

- A diferencia de las ciudades de La Libertad y Piura, se observa que uno de los motivos principales es la de compras junto a recreación y ocio.
- El alojamiento preferido en la ciudad está dentro de la categoría Hostal a Hotel de 3 estrellas.
- La permanencia promedio es de 2 días.
- El gasto promedio por turista de 1041 dólares.

Actividades realizadas en Tumbes

Tabla 27

Lista de Actividades Realizadas en Tumbes

Actividades	%
CULTURA	70
Pasear caminar por la ciudad	68
Visitar parques , plazuelas en la ciudad	52
Visitar iglesias/catedrales/conventos	2
City Tour guiado	1
AVENTURA	19
Paseo en bote/lancha/crucero/kayak	12
Surf/ Tabla Hawaiana	5
Paseo moto/moto acuática/cuatrimoto/motocross	2
NATURALEZA	11
Observación de aves	10
Visitar áreas y/o reservas naturales	7
Observación de flora	4
Pasear por ríos, lagos, lagunas/cascadas/cataratas	3
Observación de mamíferos	3
SOL Y PLAYA	65
Total múltiplo	

Tabla 28*Realizaron Compras en Tumbes*

Compras	%
Sí	90
No	10
Total 100%	

Tabla 29*Realizaron Actividades de Diversión y Entretenimiento en Tumbes*

Actividades	%
SÍ	9
Ir a discotecas/pubs/bar	5
Ir a centros comerciales	3
Ir a cines	1
NO	91
Total 100%	

Se puede observar el siguiente comportamiento:

- Las actividades turísticas que se desarrollan son principalmente son culturales, de sol y playa realizadas en espacios abiertos.
- Las compras en el caso de la ciudad de Tumbes tienen una mayor preferencia con respecto a las ciudades de Piura y La Libertad, por ser un zona ciudad limítrofe con Ecuador que cuenta con muy precios bajos de artículos electrodomésticos y ropa.

3.1.2 Índices de Turismo Nacional en el Norte de Perú

3.1.2.1 Perfil del vacacionista nacional que visita La Libertad

Tabla 30

Motivador de Viaje a La Libertad

Motivos	%
Descansar/Relajarse	29
Salir con la familia	23
Conocer nuevos lugares	23
Diversión	10
Salir de la rutina	8
Conocer atractivos turísticos	7
Total 100%	

Tabla 31

Noches de Permanencia en el Lugar Visitado

Promedio de Noches	%
De 1 a 3 noches	52
De 4 a 7 noches	37
De 8 a 14 noches	7
De 15 a más	4
Total 100%	5

Tabla 32*Tenencia de Auto Propio*

Respuesta	%
Sí	2
No	98
Total 100%	

Tabla 33*Tipo de Alojamiento Utilizado*

Tipos	%
Alojamiento pagado	61
Hotel	38
Hostal/Casa de hospedaje pagada	22
Bungaló/Albergues	1
Casa de familiares, amigos	36
Otros	3
Casa propia	3
Total 100%	

Tabla 34*Grupo de Viaje*

Grupo de viaje	Total %
Con amigos o familiares, sin niños	32
Solo (sin compañía)	23
En grupo familiar directo (padres e hijos)	22
Con mi pareja	18
Con amigos o familiares con niños	5
Total 100%	

Tabla 35*Forma de Organizar el Viaje*

Organización del viaje	Total %
Viajé totalmente por cuenta propia (sin utilizar los servicios de una agencia de viaje)	95
Compré un paquete turístico a una agencia de viajes	5
Total 100%	

Tabla 36*Gasto Promedio*

Gasto por persona durante el viaje	Total %
Menos de 100 soles	3
De 100 a 199 soles	9
De 200 a 299 soles	16
De 300 a 399 soles	13
De 400 a 499 soles	20
De 500 a 599 soles	11
De 600 a más	28
Promedio en soles	457
Total 100%	

Tabla 37*Gasto Diario por Persona*

Gasto diario por persona	Total
Promedio en soles	99
Total 100%	

Se observa que:

- El motivo principal de viaje del turista nacional es la recreación y descanso.
- La estadía promedio es de 1 a 7 días.
- Solo el 2% de los turistas cuentan con auto propio.
- El tipo de alojamiento preferido son hostales u albergues.
- El turista viaja preferentemente acompañado por amigos o familiares.
- Recorre la ciudad por cuenta propia no contrata servicio de agencia de viajes.
- El gasto promedio del viaje es de 457 soles, dando una suma de 139 dólares.

Actividades realizadas durante la visita turística en La Libertad

Tabla 38

Actividades Realizadas Durante la Visita

Actividades Realizadas	Total 100%
Turismo Urbano	89
Pasear por parques/ plazas	74
Visitar iglesias, catedrales, conventos	54
Ir a centros comerciales	15
Visitar mercados de la localidad	14
Visitar inmuebles históricos y monumentos	5
Turismo de sol y playa	67
Ir a la playa a pasar el día	67
Acampar en la playa	2
Turismo cultural	58
Visitar sitios arqueológicos	49
Visitar museos	17
Compras	39
Artesanías	24
Artículos de vestir	11
Dulces típicos	9
Productos comestibles no dulces	4
Turismo diversión y entretenimiento	25
Ir a discotecas/pubs	16
Ir a restaurant campestre/ recreos	6
Visitar coliseos	3
Montar a caballo	2
Turismo de naturaleza	15

Pasear por lagos, lagunas y ríos	5
Visitar aguas termales/piscinas medicinales	3
Visitar mirador	2
Pasear al campo por zonas naturales	2
Visitar las dunas	2
Visitar puertos/muelles/caletas	2
Total múltiple	

Se puede destacar lo siguiente:

- Las actividades principales son Turismo de sol y playa, urbano y cultural; los turistas nacionales a diferencia de los turistas extranjeros tienen mayor preferencia por realizar actividades en lugares cerrados.

3.1.2.2 Perfil del vacacionista nacional que visita Piura

Tabla 39

Motivador de Viaje A Piura

Motivos	%
Descansar/Relajarse	46
Salir con la familia	16
Conocer nuevos lugares	15
Diversión	11
Salir de la rutina	7
Conocer atractivos turísticos	5
Conocer otras costumbres	3
Total 100%	

Tabla 40

Noches de Permanencia en el Lugar Visitado

Promedio de Noches	%
De 1 a 3 noches	32
De 4 a 7 noches	42
De 8 a 14 noches	16
De 15 a más	10
Promedio noches	7
Total 100%	

Tabla 41*Tenencia de Auto Propio*

Respuesta	%
Sí	18
No	82
Total 100%	

Tabla 42*Tipo de Alojamiento Utilizado*

Tipos	%
Alojamiento pagado	54
Hotel 5 a 3 estrellas	35
Hostal/Casa de hospedaje pagada	19
Bungaló/Albergues	43
Casa de familiares, amigos	3
Otros	2
Casa propia	1
Total 100%	

Tabla 43*Grupo de Personas con la que Viaja*

Grupo de viaje	Total %
Con amigos o familiares, sin niños	28
Solo (sin compañía)	24
En grupo familiar directo (padres e hijos)	22
Con mi pareja	18
Con amigos o familiares con niños	8
Total 100%	

Tabla 44*Forma de Organizar el Viaje*

Organización del viaje	Total %
Viajé totalmente por cuenta propia (sin utilizar los servicios de una agencia de viaje)	94
Compré un paquete turístico en una agencia de viajes en el lugar en que vivo	5
Compré un paquete turístico en una agencia de viajes en el lugar visitado	1
Total 100%	

Tabla 45*Gasto Promedio por Persona*

Gasto por persona durante el viaje	Total %
Menos de 100 soles	2
De 100 a 199 soles	7
De 200 a 299 soles	17
De 300 a 399 soles	14
De 400 a 499 soles	8
De 500 a 599 soles	14
De 600 a más	38
Promedio en soles	580
Total 100%	

Tabla 46*Promedio de Gasto*

Gasto diario por persona	Total
Promedio en soles	87
Total 100%	

Se puede destacar que:

- El motivo principal de visita es la recreación y descanso.
- La categoría de alojamientos que cuentan con mayor preferencia son los Albergues y Hoteles de 5 a 3 estrellas.
- La visita a la ciudad en su gran mayoría se da en grupo de amigos y familiares o en pareja.
- La mayoría no viaja en auto particular.
- El promedio de estadía es de 1 a 7 días.

- El gasto promedio de gasto durante la estadía son de 580 soles, 176 dólares.

Actividades realizadas por turistas nacionales en Piura

Tabla 47

Actividades Realizadas en Piura

Actividades Realizadas	Total 100%
Turismo Urbano	74
Pasear por parques/ plazas	65
Visitar iglesias, catedrales, conventos	41
Ir a centros comerciales	16
Visitar mercados de la localidad	11
Visitar inmuebles históricos y monumentos	6
Turismo de sol y playa	64
Ir a la playa a pasar el día	64
Acampar en la playa	3
Turismo cultural	15
Visitar sitios arqueológicos	8
Visitar museos	6
Visitar comunidades nativas/andinas/campesinas	1
Compras	39
Artesanías	28
Artículos de vestir	4
Dulces típicos	5
Productos comestibles no dulces	6
Turismo diversión y entretenimiento	34
Ir a discotecas/pubs/bar/karaokes	25
Ir a restaurant campestre/ recreos	4

Visitar coliseos	3
Visitar piscinas	2
Turismo de naturaleza	28
Pasear por lagos, lagunas y ríos	12
Visitar mirador	4
Visitar cataratas	4
Visitar puertos/muelles/caletas	3
Total múltiple	

Se observa que:

- Las actividades principales son de turismo urbano, cultural y de sol y playa.
- A diferencia de los turistas extranjeros, las actividades en lugares cerrados como discotecas y bar tiene mayor aceptación, siendo parte de su itinerario turístico.
- Se observa también una marcada tendencia por comprar artículos artesanales.

3.1.2.3 Perfil del vacacionista nacional que visita Tumbes

Tabla 48

Motivos de Visita a Piura

Motivos	%
Descansar/Relajarse	35
Salir con la familia	15
Conocer nuevos lugares	17
Diversión	15
Salir de la rutina	9
Conocer atractivos turísticos	9
Total 100%	

Tabla 49

Noches de Permanencia en el Lugar Visitado

Promedio de Noches	%
De 1 a 3 noches	52
De 4 a 7 noches	35
De 8 a 14 noches	12
De 15 a más	1
Promedio noches	5
Total 100%	

Tabla 50*Tenencia de Auto Propio*

Respuesta	%
Sí	35
No	65
Total 100%	

Tabla 51*Tipo de Alojamiento Utilizado*

Tipos	%
Alojamiento pagado	89
Hotel/Hostal/ Bungaló/Albergues	77
Casa de hospedaje pagada	12
Casa de familiares, amigos	11
Otros	
Casa propia	-
Total 100%	

Tabla 52*Grupo de Personas con las que Viaja*

Grupo de viaje	Total %
Con amigos o familiares, sin niños	14
Solo (sin compañía)	9
En grupo familiar directo (padres e hijos)	23
Con mi pareja	40
Con amigos o familiares con niños	14
Total 100%	

Tabla 53*Forma de Organizar el Viaje*

Organización del viaje	Total %
Viajé totalmente por cuenta propia (sin utilizar los servicios de una agencia de viaje)	72
Compré un paquete turístico en una agencia de viajes en el lugar en que vivo	28
Compré un paquete turístico en una agencia de viajes en el lugar visitado	-
Total 100%	

Tabla 54*Gasto por Persona*

Gasto por persona durante el viaje	Total %
De 100 a 199 soles	2
De 200 a 299 soles	5
De 300 a 399 soles	5
De 400 a 499 soles	17
De 500 a 599 soles	13
De 600 a más	58
Promedio en soles	776
Total 100%	

Tabla 55*Gasto Promedio por Persona*

Gasto diario por persona	Total
Promedio en soles	170
Total 100%	

Actividades realizadas por turistas nacionales en Tumbes**Tabla 56***Actividades Realizadas en Tumbes*

Actividades Realizadas	Total 100%
Turismo Urbano	56
Pasear por parques/ plazas	45
Visitar iglesias, catedrales, conventos	31
Visitar mercados de la localidad	4
Turismo de sol y playa	91
Ir a la playa a pasar el día	45
Acampar en la playa	58
Turismo cultural	25
Visitar santuarios	21
Visitar museos	3
Visitar comunidades nativas/andinas/campesinas	4
Compras	16
Artesanías	7
Dulces típicos	2
Productos comestibles no dulces	8
Turismo diversión y entretenimiento	34
Ir a discotecas/pubs/bar/karaokes	17

Ir a restaurant campestre/ recreos	3
Turismo de naturaleza	44
Pasear por lagos, lagunas y ríos	2
Visitar reservas naturales	25
Visitar islas	15
Visitar puertos/muelles/caletas	22
Visitar aguas termales, piscinas medicinales, aguas sulfurosas, aguas medicinales	5
Turismo de aventura	1
Surf /Tabla Hawaiana	1
Otros	12
Visitar criaderos	11
Balnearios	1
Total múltiple	

Se puede observar en los turistas nacionales que visitan Tumbes lo siguiente:

- Los motivos principales del viaje son disfrutar y relajarse.
- El gasto promedio por persona para 4 días son 776 soles.
- El 69% no tiene auto propio.
- El turista planifica personalmente su viaje, con una muy baja tasa de uso de agencias de viaje.
- El turismo de sol y playa junto con el turismo urbano son las principales actividades desarrolladas.

CAPITULO 4: Información General del Proyecto

4.1 Datos de la empresa

4.1.1 Razón Social:

- Albergue Móvil (S.A.C), según la Sección Séptima de la Ley General de Sociedades N° 26887.

4.1.2 Nombre Comercial:

- Asiri Motor Home

4.1.3 Accionistas:

- La participación de los accionistas es igualitaria entre los integrantes.

4.1.4 Horizonte de evaluación

- Se plantea un horizonte temporal de 5 años.

4.1.5 Actividad económica, código CIIU y partida arancelaria.

- “Asiri Motor Home” tendrá como actividad económica principal el alquiler de hospedaje móvil a familias, o grupos de personas interesados en el negocio; por periodos temporales que van de 6 a 9 días que están incluidos en el paquete *Motor Home Base 1*, o el paquete *Motor Home Experiencia Total* de 10 a 15 días. Los ingresos de manera complementaria se darán por el consumo souvenirs de la marca respectivamente.

- Código CIIU según la Superintendencia nacional De Administración Tributaria:

- SUNAT: 6311 Procesamiento De Datos, Hospedaje Y Actividades

4.1.6 Definición del Negocio

“Asiri Motor Home” es el nombre del alojamiento, es un albergue móvil que tiene a disposición 13 unidades móviles, con ubicación inicial en la ciudad de La libertad, pudiendo estos desplazarse por las otras ciudades elegidas del recorrido turístico que son Piura y Tumbes.

Está dirigido a turistas de clase media y alta, entre las edades de 21 y 60 años, que se interesen por el turismo vivencial, cultural y alternativo. Al ser un alojamiento alternativo brinda la posibilidad de contar con un espacio único en su categoría y novedoso, que le permite estar en contacto directo con gente de las zonas elegidas que representan la cultura viva del país; así como también gozar de un viaje en su alojamiento personal con su familia, parejas o amigos viviendo una experiencia única, viendo de primera mano hermosos paisajes; logrando un importante diferenciador de otras clases de alojamientos. “*Asiri*” nombre en idioma Runa Simi, que significa “*Sonrisa, sonriente o la que trae sonrisas*” fue elegido por representar lo que el proyecto desea transmitir, la felicidad de contar con un buen recuerdo.

4.1.7 Definición del producto o servicio

Cada móvil está categorizado según corresponda su tamaño, número de camas y tiempo del servicio prestado. Se incluye un frigo bar, hornalla eléctrica, pava eléctrica, utensilios de cocina básicos, vajilla, toallas de baño, mantas, cubrecamas, almohadas, servicio higiénico. Las paradas obligatorias para la limpieza general, cambio de linen, y desagote de aguas negras; así como las duchas necesarias para el cliente están dispuestas en las terminales de buses de cada ciudad correspondientemente. Se brinda además un dispositivo móvil de internet wifi por unidad.

Podrán detenerse a descansar con el automóvil en los complejos de campings destinados al servicio.

4.1.8 Seguro contra accidentes

Dentro de la gama de empresas prestadoras de servicios vehiculares contra accidentes y servicio de salud, se eligió a la empresa RIMAC SEGUROS; ya que, cuenta con servicios integrales en todo el territorio nacional. De esta forma se facilita la solución de cualquier inconveniente técnico vehicular o de salud que se pudiera presentar,

4.1.10 Oportunidad de Negocio

Asiri MotorHome es una propuesta nueva que no cuenta con competencia en el mercado peruano y latinoamericano; por tal motivo se analizó la oferta y demanda existente en hoteles que se asemejen y/o estén dentro de la categoría albergue y datos estadísticos brindados por los organismos institucionales peruanos: PromPerú y el MINCETUR. Por estos motivos es una oportunidad de negocio única y nueva en el mercado.

- **Por el lado de la oferta**

La Libertad

- ATMA Hostel y Yoga
 - ✓ Alojamiento de estilo familiar habitaciones simples y compartidas. Baño privado y compartido.
- Frogs Chillhouse Hostel Huanchaco
 - ✓ Estilo aventurero, habitaciones y baño compartido.
- Hotel Los Faroles (3 estrellas)
 - ✓ Habitaciones individuales, dobles y cuádruples, de ambientes sencillos, cumple con los requisitos básicos de su categoría.
- Wachaque Surf (2 estrellas)
 - ✓ Habitaciones individuales, dobles y cuádruples, de ambientes sencillos. Buena ubicación
- Moksha Yoga and Surf Hostel
 - ✓ Orientado a los surfistas. Buena ubicación frente al mar.

Piura

- President Hotel (2 estrellas)
 - ✓ Habitaciones individuales, dobles y cuádruples. Cuenta con alquiler de autos.
- The Airport House (albergue)
 - ✓ Todas las habitaciones cuentan con TV de pantalla plana, baño privado.

- ✓ Cocina totalmente equipada compartida.
- Hospedaje Miraflores (2 estrellas)
 - ✓ Habitaciones individuales, dobles y cuádruples con baño privado.

Tumbes

- Hotel Tumpis (3 estrellas)
 - ✓ Habitaciones individuales, dobles y cuádruples. Cuenta con el servicio de bar
- Hospedaje Gran Imperial (2 estrellas)
 - ✓ Habitaciones individuales, dobles y cuádruples todas las habitaciones con baño privado.

- **Por el lado de la demanda**

La gran mayoría de turistas nacionales y extranjeros que eligen como destino la Costa Norte del Perú prefieren hoteles en las categorías de 1 a 3 estrellas, albergues u hostales. La gran demanda de alojamientos alternativos se ve reflejada en la ciudad de Cusco, donde para conseguir alojamiento en una de las cápsulas de cristal del alojamiento alternativo Skylodge, tienes que realizar una reserva con un año de anticipación, evidenciando de esta forma las nuevas tendencias de vivir experiencias culturales y naturales nuevas relacionadas con el servicio de alojamiento. Otro ejemplo de este nuevo nicho de demanda en alojamiento y circuitos turísticos son las “acampadas” que se dan en la ciudad de Cusco, como en el caso de la caminata al Apu Sallkantay, los turistas parten en modalidad trekking hasta llegar al destino donde se encuentra el centro turístico que se desea visitar; consta de acampar al aire libre durante todo el recorrido, contando con los servicios de un cocinero y guía de turismo, los que a su vez van explicando los distintos escenarios y paisajes del circuito, brindando así una experiencia nueva y enriquecedora a todo nivel.

4.1.9 Análisis FODA

<p>Oportunidades</p> <p>O1. Tendencia de los turistas a buscar nuevas formas de alojamiento.</p> <p>O2. Tendencia de los turistas por tener experiencias culturales nuevas y dinamizantes.</p> <p>O3. Aumento de Turistas internacionales y nacionales.</p> <p>O4. Estabilidad económica y social en el país.</p>	<p>Amenazas</p> <p>A1. Incremento de hostales en la ciudades elegidas.</p> <p>A2. Precios competitivos en el mercado.</p> <p>A3. Inseguridad ciudadana.</p>
<p>Fortalezas</p> <p>F1. Nueva alternativa de alojamiento.</p> <p>F2. Alojamiento pensado en las nuevas necesidades turísticas.</p> <p>F3. Experiencias y vivencias en grupo, familiar o pareja de esparcimiento de contacto con la naturaleza y las personas.</p> <p>F4. Facilidad de movimiento.</p> <p>F5. Precios económicos frente a la competencia.</p>	<p>Debilidades</p> <p>D1. Marca nueva en el mercado.</p> <p>D2. Conductores con mal comportamiento.</p> <p>D3. Desperfectos técnicos.</p>

4.2 Aspectos Técnicos Del Proyecto

4.2.1 Plano del proyecto

Para la creación de los planos del presente proyecto se utilizó el programa Room Planner.

Se propone la siguiente distribución de áreas dentro del Motorhome:

- Planos de distribución de las áreas dentro del Motorhome

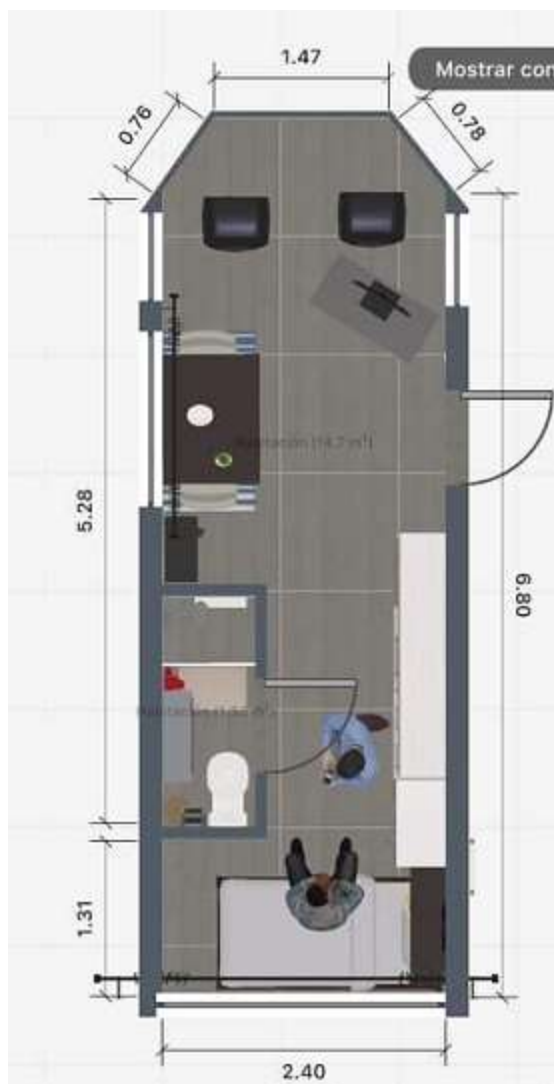


Figura 4. Distribución de Espacios. Elaboración Propia.

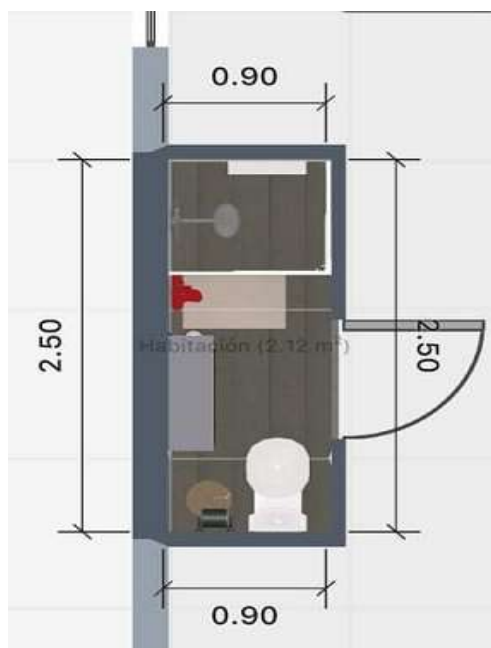


Figura 5. Medidas del Área del Baño. Fuente: Elaboración Propia.

- Los muebles de la zona del comedor se adaptan para convertirse en otra cama de ser necesario.

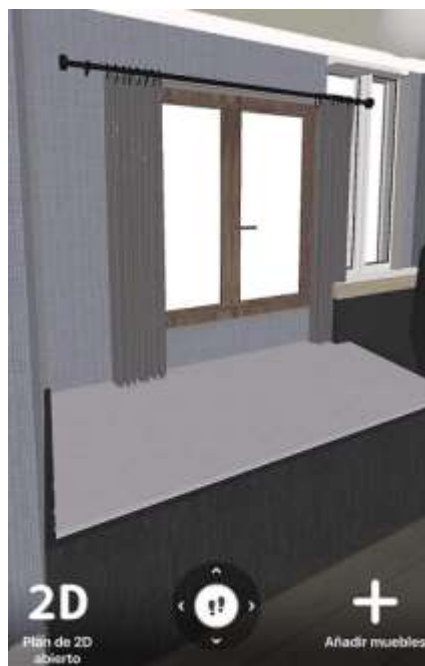


Figura 6. Área Comedor Convertida en Cama. Fuente: Elaboración Propia.

- Vista previa del interior del Motorhome.



Figura 7. Área Baño. Fuente: Elaboración Propia.



Figura 8. Área Dormitorio. Fuente: Elaboración Propia.

4.2.2 Tecnología para el proceso

- El tipo de auto elegido es un furgón Mercedes Benz Sprinter 413 Largo, utilizado normalmente como transporte de carga, por lo que el segundo compartimiento viene vacío y sin la división de la cabina con la zona de carga.



Figura 9. Vehículo Motor Home. Autos Mitula (2016).

4.2.2.1 Datos técnicos del automóvil:

- Dimensiones:

Tipo	Metros
Largo	7.4
Ancho	2.4
Alto	2.7
Distancia entre ejes	4.3
Longitud de carga	4.8
Altura de carga	1.8
Anchura de carga	1.8

- Peso y capacidad:

Tipo	Kg / m ³
Peso máximo autorizado (kg)	4600
Peso en vacío(kg)	2595
Carga útil (kg)	2005
Volumen de carga (m ³)	15.5

4.2.2.2 Lista de instrumentos necesarios para el funcionamiento del automóvil

Se dividió en cuatro grupos el listado de instrumentos necesarios:

- Electricidad

Instrumentos
Baterías
Inversor de corriente
Tablero
Llaves de corte y disyuntor
Conexión a alternador
Enchufes
Luces
Audio
Tomas de 12 voltios

- Agua

Instrumentos
Tanque de Agua potable
Tanque de aguas grises
Bomba de Agua
Inodoro portátil
Ducha
Calefón
Ducha externa
Pileta cocina y baño
Entrada de agua tanque
Vaciado de tanque
Grifería para baño y cocina

Caños de termo fusión
Caños de desagüe
Llaves de corte
Medidor de tanques
Piso de ducha

- Gas

Instrumentos
Garrafa o cilindro de gas
Regulador
Mangueras
Caños termo fusión
Calefactor
Anafe
Llaves de corte

- Varios

Instrumentos
Detector de humo, gas y co2
Extractor
Ventanas
Audio
Tv
Heladera
Porta equipaje
Base de mesa
Butacas
Cosas para puertas, trabas, bisagras, manijas, etc.
Cinturones de seguridad
Cortinas
Colchones y fundas
Escalera trasera
Maderas

Ventiladores
Salidas para extractor, calefón y aire.
Claraboya con mosquitero.
Material para aislación.
Piso de Melamine
Vinílico para el piso
Mesada
Accesorios para el baño

4.2.3 Puestos de trabajo: Elección de personal y funciones

Recepcionista

Requisitos necesarios:

- Perfil: Egresado en turismo, título a nombre de la Nación.
- Sexo: Indiferente.
- Edad: 24 – 45 años.
- Idiomas: Inglés
- Características: habilidades interpersonales, buena presencia, habilidades de comunicación y descriptivas, dicción clara, capacidad de planificación y organización.

Funciones:

- Formalizar las entradas y salidas de clientes, aportándoles la información necesaria para la óptima prestación del servicio.
- Gestionar eficazmente las reservas con el fin de obtener el mayor índice de ocupación a la vez que se satisfaga las expectativas de los clientes.
- Formalizar la documentación y gestionar la información de los clientes para guardarlas en el archivo histórico del sistema de la empresa.

- Gestionar los cobros necesarios.
- Ser los mediadores entre las comunicaciones de los clientes y la administración que la emitan y reciban, a fin de que se efectúen las mismas con fiabilidad, prontitud y discreción.
- Solucionar con prontitud cualquier desperfecto de los automóviles, gestionando el inconveniente directamente con la empresa de seguros.

Administración

Cabe resaltar que este puesto queda a cargo de los socios, por lo que no es necesario especificar los requisitos necesarios para su contratación, pero si las pautas a cumplir en el ámbito de las funciones.

Funciones:

- Es el que realiza las negociaciones y representa los intereses de la organización ante los proveedores, clientes, grupos de presión, organismos gubernamentales y no gubernamentales.
- Toma decisiones y dirige el rumbo de la empresa hacia sus objetivos, para lo cual efectúa análisis de la situación y evalúa y sopesa las acciones por adoptar y elige las más convenientes, estas generalmente son en condiciones de incertidumbre.
- Controla el desempeño de las personas, verifica los logros de la organización, evalúa la producción y la productividad, mide las ventas, la rentabilidad y las utilidades alcanzadas y establece las medidas correctivas en caso de que no se estén alcanzando dichas metas.

CAPÍTULO 5: Desarrollo del producto

5.1 Mezcla de Marketing

5.1.1 Producto

- **Producto Principal:** “Asiri MotorHome” es una experiencia de alojamiento única en su tipo, es un albergue móvil en autos estilo caravana diseñados específicamente para la comodidad del cliente, que puede ser considerado a su vez como una experiencia histórica y sociocultural; ya que, se desarrolla continuamente en espacios de contacto con pobladores, movilizándose a lo largo del trayecto estipulado, conociendo culturas ancestrales y disfrutando paisajes.
- **Productos Auxiliares:** Internet Móvil, frigo bar, hornalla eléctrica, pava eléctrica, utensilios de cocina básicos, vajilla, toallas de baño, mantas, cubrecamas, almohadas, servicio higiénico, cambio de linen, y desagote de aguas negras. Servicio de aseo personal en cada terminal terrestre, amenities. Campings destinados al descanso y pernoctación. Servicio de mecánico y grúa.
 - ***Nota Importante:***
 - ✓ A cada huésped se le brindará dos pares de toallas, para facilitar su aseo personal en caso no hayan logrado llevar su ropa a la lavandería de su elección, al igual que el linen.
 - ✓ En cada terminal de acuerdo al contrato de alquiler con estas, el personal de trabajo de cada una de ellas se encargara del vaciado de aguas negras.

- **Productos de Apoyo:** Los restaurantes, lugares de esparcimiento y ocio elegidos por el huésped.
- **Producto Aumentado:**
- *Accesibilidad:* Los lugares o puntos turísticos se encuentran próximos a una distancia y tiempos de traslado moderados. Son de fácil acceso. Las carreteras y calles por las que se desplazaran los vehículos están asfaltadas y en óptimas condiciones. Autoservicios por todo el recorrido en caso de presentarse alguna emergencia.
- *Ambiente Físico:*
 - Visual: Arquitectura, historia y paisajes alrededor de cada lugar elegido.
 - Gustativa: Restaurantes que ofrecen sabores y contrastes únicos encontrados en cada plato y bebida.
 - Olfativo: Deliciosos olores de viandas y manjares únicos en su tipo.
 - Auditiva: Música propia folklórica propia del lugar.
- *Servicio simultáneo y de constante retroalimentación:* Interacción del cliente con el medio que lo rodea.

5.1.1.1 Detalles del Producto

Motor Home Experiencia Total

- Recorrido de 10 a 15 días por: La Libertad, Piura y Tumbes.
- Tipo de móvil:
 - Motor Home: Con ducha incluida
- Incluye GPS satelital con todos los mapas y lugares permitidos dentro del recorrido.
- Folletos con información turística de los principales sitios arqueológicos, playas, museos, restaurantes, mercados, lavanderías, centros de ocio y recreación.

- Centros de atención al cliente: Mecánico y grúa.
- Tabla de surf
- Mínimo y máximo de ocupantes: 1 a 5 personas.

Motor Home Base 1

- Recorrido de 6 a 9 días por: La Libertad, Piura y Tumbes.
- Tipo de móvil:
 - MotorHome: Con ducha incluida
- Incluye GPS satelital con todos los mapas permitidos dentro del recorrido.
- Folletos con información turística de los principales sitios arqueológicos, playas, museos, restaurantes, mercados, lavanderías, centros de ocio y recreación.
- Centros de atención al cliente: Mecánico y grúa.
- Tabla de surf
- Mínimo y máximo de ocupantes: 1 a 5 personas.

Distancia de los recorridos por carretera

- De La Libertad a Piura: 542 kilómetros, 7 horas 26 minutos.
- De Piura a Tumbes: 287 km, 4 horas 9 minutos.
- El recorrido empieza desde la ciudad de Tumbes por ser más concurrida turísticamente hacia la Libertad; regresando el Motor Home a su punto inicial. Pudiendo empezar su recorrido yendo inicialmente hacia La libertad y de ese punto partir hacia Tumbes, según sea la preferencia del cliente.

5.1.2 Plaza

Para establecer los parámetros de distribución a seguir, se tomó en cuenta los siguientes datos estadísticos brindados por PromPerú:

5.1.2.1 Canales de distribución elegidos por los turistas extranjeros que visitan

La Libertad, Piura y Tumbes

a- La Libertad

Tabla 57

Medios de Comunicación

Medios que más influyen en la elección de un destino	Total 100%
Internet (en general)/Redes sociales (Facebook/Instagram)	76
Recomendación de amigos	38
Documentales	12
Guías Turísticas	10
Recomendación de familiares	26
Revistas	5
Blog de viajes	5
Libros	6
Publicidad	5

Tabla 58*Páginas de Internet más Utilizadas*

Páginas para reservar / pagar alojamiento que ha usado	Total 100%
Booking	48
Airbnb	28
Tripadvisor	23
Expedia	17
Trivago	18
Despegar	11
Skyscanner	9
Hostelworld	11
Hoteles.com	12
LonelyPlanet	6
Kayak	9
Ninguno	24

b- Piura**Tabla 59***Medios de Comunicación*

Medios que más influyen en la elección de un destino	Total 100%
Internet (en general)/Redes sociales (Facebook/Instagram)	78
Recomendación de amigos	49
Recomendación de familiares	27
Guías Turísticas	17
Documentales	13
Revistas	12
Publicidad	11
Agencia de viajes	7
Blog de viajes	5

Tabla 60*Páginas de Internet más Utilizadas*

Páginas para reservar / pagar alojamiento que ha usado	Total 100%
Booking	61
Airbnb	36
Tripadvisor	26
Despegar	25
Ninguno	20
Trivago	16
Hostelworld	13
Skyscanner	13
Expedia	11
Kayak	10
Couchsurfing	8
Hoteles.com	8
LonelyPlanet	7

c- Tumbes**Tabla 61***Medios de Comunicación*

Medios que más influyen en la elección de un destino	Total 100%
Internet (en general)/Redes sociales (Facebook/Instagram)	81
Recomendación de amigos	47
Recomendación de familiares	30
Guías Turísticas	16
Documentales	16
Revistas	11
Publicidad	7
Libros	6
Agencias de viajes	5

Tabla 62*Páginas de Internet más Utilizadas*

Páginas para reservar / pagar alojamiento que ha usado	Total 100%
Booking	53
Airbnb	34
Tripadvisor	19
Despegar	18
Trivago	16
Hostelworld	13
Expedia	13
Skyscanner	12
Kayak	10
Couchsurfing	8
Hoteles.com	6
Ninguno	23

5.1.2.2 Canales de distribución elegidos por turistas nacionales que visitan La Libertad,

Piura y Tumbes

a- La Libertad

Tabla 63*Medios de Comunicación*

Medio que despierta interés por viajar	Total %
Comentarios y experiencias de familiares y amigos	41
Internet / páginas web	23
Programas de televisión sobre viajes y reportajes	13
Publicidad en TV	12
Artículos en diarios o revistas	6
Comentarios en redes sociales	5
Total 100%	

Tabla 64*Fuentes de Información*

Lugar de búsqueda de información antes de realizar el viaje	Total %
Internet	89
Folletos turísticos	14
A través de familiares y amigos	30
Ferias Turísticas	5
Total 100%	

b. Piura**Tabla 65***Medios de Comunicación*

Medio que despierta interés por viajar	Total %
Comentarios y experiencias de familiares y amigos	47
Internet / páginas web	20
Programas de televisión sobre viajes y reportajes	13
Comentarios en redes sociales	12
Publicidad en TV	5
Artículos en diarios o revistas	3
Total 100%	

Tabla 66*Fuentes de Información*

Lugar de búsqueda de información antes de realizar el viaje	Total %
Internet	82
Folletos turísticos	29
A través de familiares y amigos	7
Ferias Turísticas	6
Agencias de viajes / Turismo	5
Total 100%	

d- Tumbes**Tabla 67***Medios de Comunicación*

Medio que despierta interés por viajar(tumbes	Total %
Comentarios y experiencias de familiares y amigos	39
Internet / páginas web	32
Programas de televisión sobre viajes y reportajes	8
Comentarios en redes sociales	8
Publicidad en TV	7
Artículos en diarios o revistas	6
Total 100%	

Tabla 68*Fuentes de Información*

Lugar de búsqueda de información antes de realizar el viaje	Total %
Internet	99
Folletos turísticos	14
A través de familiares y amigos	3
Agencias de viajes / Turismo	1
Total 100%	

De los datos estadísticos obtenidos tanto del turista nacional como extranjero, se desprenden la siguiente información de vital importancia para la toma de decisiones:

Turista Extranjero:

- Se motivó a elegir como destino turístico la costa norte del Perú basado principalmente en: comentarios, experiencias de familiares amigos y la información que encontró en Internet y páginas web

- Las plataformas virtuales que utilizaron para reservar su alojamiento fueron: Booking, Airbnb, Tripadvisor, Despegar, Trivago y Expedia.

Turista Nacional:

- Los medios de comunicación que despertaron el interés del turista por los destinos ofrecidos de la costa norte del Perú fueron: Comentarios, experiencias de familiares y amigos, internet y páginas web.
- Los lugares de búsqueda de información que utilizaron antes de realizar el viaje fueron: Internet en su gran mayoría y en un porcentaje más pequeño folletos turísticos.

Por tal motivo se decidió utilizar los siguientes canales de distribución:

- **Canales de distribución directa:** La página web de la empresa donde podrán realizar las reservas de las unidades Motor Home, redes sociales de la empresa creadas en Facebook, YouTube e Instagram.
- **Canales de distribución indirecta:** Agencias de viajes minoristas y mayoristas del Perú, plataformas virtuales como Booking, Airbnb, Tripadvisor, Despegar, Trivago y Expedia

5.1.3 Promoción

5.1.3.1 Estrategias específicas del lanzamiento del producto

Aprovechar los medios masivos de comunicación, tanto televisivos de señal abierta y privada como los medios informáticos digitales que son los principales canales de información en el mundo entero. Estos medios fueron elegidos con base en la información estadística brindada por los estudios de mercado turístico de PromPerú.

- **Estrategia 1:** En la inauguración traer a la prensa nacional para que puedan conocer el producto y servicio ofrecido; para poder darlo a conocer a nivel nacional.
- **Estrategia 2:** Crear la página web de la empresa y las redes sociales donde se informe los descuentos y promociones brindados al público.
- **Estrategia 3:** Realizar promociones por medio de redes sociales para que así los clientes puedan reconocer la marca.
- **Estrategia 4:** Contar con un espacio publicitario en las páginas de Facebook e Instagram, debido a que hoy en día estas redes sociales son las más utilizadas por la mayoría de público objetivo al que deseamos llegar; comunicando de forma fácil y certera a los clientes toda la información necesaria del servicio y a la vez resolver las dudas que se puedan presentar.
- **Estrategia 5:** Crear una cuenta oficial YouTube de la empresa, mostrando las instalaciones del Motor Home. las comodidades y facilidad de movimiento que ofrece, las rutas y diferentes itinerarios personales turísticos que el cliente puede crear y realizar.

5.1.3.2 Uso del Marketing de forma digital

A través de un buen uso de la web se puede optimizar la capacidad de alcance de la propuesta, luego se debe definir el contenido a mostrar por la Web, este debe contar con datos, fotos, videos e información de contacto del establecimiento, la finalidad es hacer resaltar los atributos, servicios y características, las cuales lo hacen único frente a la competencia.

A continuación se menciona algunas pautas a seguir para su elaboración:

- **Primero:** Se debe recopilar información específica sobre la infraestructura del hospedaje, incluyendo datos de las características de cada área del Motor Home, tamaño y capacidad de

carga del vehículo, tamaño de cada área con la que cuente el servicio, si cuenta con baño incorporado y ducha, cocina, utensilios de cocina, refrigeradora, entre otros.

- **Segundo:** Se debe adjuntar a la información fotos y videos que reflejen la limpieza, orden y comodidad de cada área, estos pueden ser editados para ser presentados con mayor detalle y resolución.

- **Tercero:** Se debe especificar minuciosamente todos los servicios que se brinden dentro del servicio de hospedaje.

- **Cuarto:** Complementar la oferta indicando atributos con los que solo cuente el hospedaje.

- **Quinto:** Se deberá colocar información de contacto actualizada, la cual contempla la ubicación con mapa, números telefónicos, correo electrónico, página web, redes sociales y horarios de atención.

5.1.3.3 Segmentación de clientes

El servicio está dirigido a los clientes que cuentan con las siguientes características socio-demográficas:

- Rango Etario: entre los 21 y 60 años.
- Sexo: Indiferente.
- Nivel Social: clase media a clase alta.

5.1.4 Precio

El precio se fijó basado en la capacidad de cubrir los costos totales de brindar el servicio.

La cantidad de pasajeros se utilizara de indicador según la categoría del servicio.

- **Objetivo del precio:** Al tratarse de un producto nuevo en el mercado, se propone un precio relativamente bajo frente a la competencia, para alcanzar la mayor receptividad posible para hacerlo conocido.
- **Análisis de la competencia:** Al ser un producto nuevo en el mercado no posee competencia; su competencia indirecta serían los alojamientos de 3 estrellas. Por tal motivo al ser un producto completamente diferente a los ya presentes cuenta con la ventaja que le brinda la novedad.
- **Método de fijación de precios:** El precio ha sido determinado en base al costo unitario por pasajero más una utilidad del 15%, más un gasto comercial del 10%.

❖ Presupuesto Servicio Motor Home Experiencia Total: Se realizó en base a 13 unidades vehiculares.

❖ **Nota Importante:**

El precio del dólar en Perú cotiza a 1 dólar = 3, 20 soles

- Costos Fijos mensuales:

✓ Servicio de Asesores/recepcionistas :

Colaborador	Días/Horas	Sueldo Neto Soles	Sueldo Dólares
1	22/132	S/. 1,100.00	\$343,75
2	22/132	S/. 1,100.00	\$343,75
Total Mes		S/. 2,200.00	\$687,50

✓ Costo Alquiler Mensual Terminal

Terminal Terrestre	Mensualidad soles	Mensualidad dólares
Piura	S/. 3,500.00	\$ 1,093.00
La Libertad	S/. 3,000.00	\$ 937,50
Tumbes	S/. 3,000.00	\$ 937,50
Total Mes	S/ 9,500.00	\$ 2,968.00

✓ Costo Fijo Total:

ÍTEM	Monto Soles	Monto Dólares
Sueldos	S/. 2,200.00	\$ 687.50
Alquileres	S/. 9,500.00	\$ 2,968.00
Total	S/. 11,700.00	\$ 3,655.50

✓ Costo Fijo Unitario: 900 soles / 281 dólares

• Costos Variables:

- ✓ Internet y GPS: 500 soles
- ✓ Seguro Vehicular: 2000 soles
- ✓ CVT: $500 + 2000 (15\%) = 800$ soles
- ✓ CVTU: $800 / 13 = 61.53$ soles

• Precio Unitario de venta:

- ✓ $900 + 61.53 = 961.53$ soles
- ✓ $961.53 + 10\% + 15\% = 961.53 + 96.15 + 144.23 = 1201.9$ soles
- ✓ redondeando: 1202 soles precio unitario de venta

• Punto de equilibrio

- ✓ $11,700 / 1202 - 61.53 = 10.25 = 10$ vehículos alquilados

❖ **Cuadro comparativo de precios en el mercado**

El siguiente cuadro muestra los precios de mercado de otras empresas categorizadas dentro de la modalidad Albergue, 2 y 3 estrellas.

Ciudad	Alojamientos	Precios por día - 5 personas	Precio de 6 a 9 días - 5 personas	Precio de 10 a 15 días - 5 personas	Asiri Motor Home - Paquete Base 1 de 6 a 9 días / 5 personas	Asiri Motor Home - Paquete Experiencia Total 10 a 15 días / personas
La Libertad	ATMA Hostel y Yoga	S/. 325.00	S/. 1,950.00	S/. 3,250.00	S/. 1,202.00	S/. 1,400.00
			S/. 2,925.00	S/. 4,875.00		
	Wachaque Surf	S/. 300.00	S/. 1,800.00	S/. 3,000.00	S/. 1,202.00	S/. 1,400.00
			S/. 2,700.00	S/. 4,500.00		
Piura	President Hotel	S/. 560.00	S/. 3,360.00	S/. 5,600.00	S/. 1,202.00	S/. 1,400.00
			S/. 5,040.00	S/. 8,400.00		
	The Airport House	S/. 210.00	S/. 1,260.00	S/. 2,100.00	S/. 1,202.00	S/. 1,400.00
			S/. 1,890.00	S/. 3,150.00		
Tumbes	Hotel Tumpis	S/. 440.00	S/. 2,640.00	S/. 4,400.00	S/. 1,202.00	S/. 1,400.00
			S/. 3,960.00	S/. 6,600.00		
	Hotel Gran Imperial	S/. 475.00	S/. 2,850.00	S/. 4,750.00	S/. 1,202.00	S/. 1,400.00
			S/. 4,275.00	S/. 7,125.00		

Se puede observar que:

- ✓ Comparando el precio mínimo de la competencia en el mercado con el precio ofrecido por el servicio Motor Home, éste es más barato, notándose la diferencia más marcada con el paquete Experiencia Total.

- ✓ El paquete Experiencia Total es 600% más económico comparado con el precio del mercado más caro dentro de su categoría, como es el caso de President Hotel.
- ✓ Dentro de la categoría de alojamiento establecida, el servicio Motor Home cuenta con precios competitivos en el mercado.

Conclusiones

Luego de toda una serie de investigaciones realizadas sobre el turismo interno en Perú del turista nacional como del turista internacional y la importancia de ir de la mano con la innovación en el sector hotelero a nivel mundial, se puede concluir que como destino mundial el Perú debería de implementar nuevas formas de alojamiento atractivas para el perfil del turista actual, quien además de buscar un lugar turístico por descubrir y explorar, requiere contacto con la cultura de llegada, contar con anécdotas y experiencias que enriquezcan su viaje.

Logrando de esta forma romper con las barreras autoimpuestas indirectamente por parte del sector turístico en centralizar toda la actividad financiera, comercial y cultural en la Ciudad de Cusco, de esta manera se puede aligerar la capacidad de carga que está desbordada en los últimos años en la Ciudad Imperial; para poder brindarle a otros destinos nacionales la importancia y relevancia que durante años se ha mantenido focalizada en un solo lugar.

La Hotelería y el Turismo están íntimamente ligados en su desarrollo económico, social y cultural; por lo que, la innovación de nuevas formas de alojamiento trae consigo la apertura y reconocimiento de destinos turísticos llenos de cultura y de gran potencial socioeconómico que están aún sin descubrir a plenitud por la centralización turística antes mencionada. Como es el caso de las ciudades ubicadas al norte del Perú analizadas en el presente trabajo; ciudades que gozan de atractivos naturales y culturales propios y diferenciados presentes en cada una de ellas, así como de historia milenaria.

La propuesta de alojamiento Motor Home resulta más accesible económicamente que muchos alojamientos dentro de su misma categorización, lo que la hace rentable y fácilmente vendible al

consumidor al cual va dirigido, llegando a ser inclusive seis veces más económica que sus competidores en el mercado.

La propuesta principalmente le brinda al turista la oportunidad de gozar con más días de recreación entre familiares, amigos o sus respectivas parejas, a un precio mucho más cómodo. Contando inclusive con un valor diferencial en la que el turista puede vivir una serie de experiencias de contacto a nivel cultural y social con la población, y sus diferentes formas de vida, como su gastronomía y tradiciones que hacen único cada lugar, en la que puede ser participe.

Asiri Motor Home es una propuesta factible y novedosa dentro de los servicios de alojamiento presente hasta ahora ofrecidos en el mercado peruano y de la región.

Bibliografía

- Autos Mitula. (2016). *MercedezBenz Sprinter*. Obtenido de [imagen]: Recuperado de <https://autos.mitula.com.ar/autos/mercedes-benz-sprinter-gris-buenos-aires>
- Banco Central de Reserva Del Perú. (enero de 2020). Obtenido de Recuperado de <https://www.bcrp.gob.pe/>
- AEROLITORAL. (14 de Abril de 2017). *Aerolitoral viajes y vuelos*. Recuperado el Octubre de 2018, de <https://www.aerolitoral.com.mx/que-es-el-turismo-alternativo/>
- COTEC, F. p. (2007). *Innovación en el Sector Hotelero*. Madrid: Gráficas Arias Montano, S.A.
- DATATUR Análisis Integral del Turismo. (2018). *Portal del sistema nacional de información Estadística y Geográfica de turismo - SNIEGT*. Recuperado el Octubre de 2018, de <http://www.datatur.sectur.gob.mx/SitePages/Inicio.aspx>
- Definicion. (2018). *Definicion.MX*. Recuperado el Octubre de 2018, de <https://definicion.mx/turista/>
- Eigler, P., & Langead, E. (1989). *Servucción, El Marketing de Servicios*. Paris: McGraw- Hill.
- Entorno Turístico. (2018). *Entorno Turístico, Hablemos de Turismo*. Recuperado el Octubre de 2018, de <https://www.entornoturistico.com/circuitos-turisticos-que-son-y-como-disenarlos/>
- Equipo de redacción de concepto. (10 de 2018). *Concepto.de*. Recuperado el Octubre de 2018, de <https://concepto.de/turismo/>
- Hernández Sampieri, R., Fernandez Collado, C., & Baptista, M. (2006). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.

Ministerio de Comercio Exterior y Turismo. (Enero de 2020). *Requisitos de Equipamiento*.

Obtenido de [Tabla]: Recuperado de <https://www.mincetur.gob.pe/funciones-y-normatividad-2/normatividad/>

Perez Estebanez, J. L. (19 de 02 de 2018). *Universidad del pais Vasco*. Recuperado el Octubre de 2018, de

<https://addi.ehu.es/bitstream/handle/10810/25801/3.%20Memoria.pdf?sequence=3&isAllowed=y>

PromPeru. (2018). *PromPeru*. Recuperado el 2019, de

<https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/Publicaciones>

PromPeru. (s.f.). *PromPeru*. Obtenido de

<https://www.promperu.gob.pe/TurismoIN/sitio/Publicaciones>

Romero, G. (2011). *Departamento de Piura Perú*. Obtenido de [imagen]: Recuperado de

<https://commons.wikimedia.org/wiki/User:Huhunqu>

Romero, G. (2011). *Departamento de Tumbes Perú*. Obtenido de [imagen]: Recuperado de

[https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_de_Tumbes#/media/Archivo:Peru_-_Tumbes_Department_\(locator_map\).svg](https://es.wikipedia.org/wiki/Departamento_de_Tumbes#/media/Archivo:Peru_-_Tumbes_Department_(locator_map).svg)

Romero, G. (2011). *Mapa de La Libertad Perú*. Obtenido de [imagen]: Recuperado de

<https://commons.wikimedia.org/wiki/User:Huhunqu>

Salinas, O. J. (11 de 10 de 2000). *Gestiopolis*. Recuperado el Octubre de 2018, de

<https://www.gestiopolis.com/servuccion-procesos-elaboracion-servicio/>

Schumpeter, J. (1996). *Capitalismo, Socialismo y Democracia*. Barcelona: T.I Ediciones Folio.

Significados. (05 de 04 de 2018). *Significados.com*. Recuperado el Octubre de 2018, de

<https://www.significados.com/innovacion/>

Turismo, M. d. (2020). *Ministerio de Comercio Exterior y Turismo*. Obtenido de <https://www.mincetur.gob.pe/funciones-y-normatividad-2/normatividad/>

Venemedia Comunicacion C.A. (2011-2018). *conceptodefinicion.de*. Recuperado el Octubre de 2018, de <https://conceptodefinicion.de/calidad/>

Venemedia Comunicaciones C.A. (2011-2018). *Conceptodefinicion.de*. Recuperado el Octubre de 2018, de <https://conceptodefinicion.de/servicio/>