



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA:

**INGENIERÍA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y
TURÍSTICAS**

TÍTULO:

**Servicio de paseo fluvial desde el Malecón Simón Bolívar de
Guayaquil hacia la Isla Puná en embarcación estilo Catamarán,
con servicio de entretenimiento, guianza y alimentos y bebidas a
bordo**

AUTORAS:

**CHANG SILVA, KRISTY NICOLE
HERRÁEZ PARRA, VERÓNICA ALEXANDRA**

TRABAJO DE TITULACIÓN

**PREVIO A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS HOTELERAS Y
TURÍSTICAS**

TUTORA:

VERA SALAS, LAURA GUADALUPE

Guayaquil, Ecuador

2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **CHANG SILVA KRISTY NICOLE y HERRÁEZ PARRA VERÓNICA ALEXANDRA** como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingenieras en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas**.

TUTORA

Cpa Laura Vera Salas, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURISTICAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo,
CHANG SILVA, KRISTY NICOLE

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Servicio de paseo fluvial desde el Malecón Simón Bolívar de Guayaquil hacia la Isla Puná en embarcación estilo Catamarán, con servicio de entretenimiento, guianza y alimentos y bebidas a bordo** previa a la obtención del Título **de Ingeniera en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas** ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA

Kristy Nicole Chang Silva



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURISTICAS

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo,
HERRÁEZ PARRA, VERÓNICA ALEXANDRA

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Servicio de paseo fluvial desde el Malecón Simón Bolívar de Guayaquil hacia la Isla Puná en embarcación estilo Catamarán, con servicio de entretenimiento, guianza y alimentos y bebidas a bordo** previa a la obtención del Título **de Ingeniero en Administración de Empresas Hoteleras y Turísticas**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA

Verónica Alexandra Herráez Parra



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA: INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURISTICAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, CHANG SILVA, KRISTY NICOLE

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Servicio de paseo fluvial desde el Malecón Simón Bolívar de Guayaquil hacia la Isla Puná en embarcación estilo Catamarán, con servicio de entretenimiento, guianza y alimentos y bebidas a bordo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA:

Kristy Nicole Chang Silva



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA: INGENIERIA EN ADMINISTRACION DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURISTICAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, HERRÁEZ PARRA, VERÓNICA ALEXANDRA

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Servicio de paseo fluvial desde el Malecón Simón Bolívar de Guayaquil hacia la Isla Puná en embarcación estilo Catamarán, con servicio de entretenimiento, guianza y alimentos y bebidas a bordo**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de agosto del año 2014

LA AUTORA:

Verónica Alexandra Herráez Parra

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento total a mis padres que día a día con palabras de aliento y recursos económicos me han podido guiar y ofrecer todo lo necesario para poder alcanzar esta etapa. A mi hermana que sin duda es la persona que me ha brindado y me brindará soporte incondicional.

El presente proyecto no se habría culminado sin la ayuda permanente de la Miss Laura Vera, nuestra tutora, que ha sabido guiarnos para realizar un trabajo que cuida detalles para reflejar excelencia y al mismo tiempo mi agradecimiento y aprecio por el interés en nuestras primeras semanas de desorientación a la miss Ingrid Dávila quien fue la persona idónea que nos ayudó a pulir nuestra idea de negocio para poderla desarrollar sin problemas.

A mi compañera de tesis que sin duda ha estado en todo el trayecto y travesías, que ha sido la persona que ha dado calma cuando las cosas se volvían difíciles, llena de paciencia para buscar soluciones y finalmente mi infinito agradecimiento a todos aquellos amigos y amigas que han aportado en pequeña medida pero siempre ayudando a que se pueda desarrollar de manera más rápida nuestro proyecto, con su entusiasmo y emanando energía positiva para que culminemos nuestro último paso.

VERÓNICA HERRÁEZ PARRA

AGRADECIMIENTO

A Dios, por ser el motor de mi vida, la luz que guía mi camino y quien posibilita mi desarrollo humano y profesional.

A mi familia, por ser el pilar fundamental que apoya y permanece junto a mí en cada decisión que tome. Mis padres me dan el empuje y la fuerza para seguir adelante; y mis hermanos me inspiran a diario como ejemplo de superación y dedicación.

A mis amigos, por el apoyo y la fe depositada en mí para concluir con éxito una etapa más de la vida.

A cada uno de mis profesores, ya que con sus enseñanzas y experiencias han despertado en mí el deseo de enriquecer mi conocimiento y mejorar mi calidad como persona y profesional.

A nuestra tutora de tesis, por permanecer junto a nosotras en todo el proceso previo a la obtención del título deseado. Su apoyo y conocimiento ayudaron como guía y soporte para el desarrollo del trabajo.

A mi compañera de tesis y amiga, Verónica, por haber estado pendiente de cada avance que este trabajo necesitó y ser de gran apoyo en esos momentos donde todo parecía frustrante.

KRISTY CHANG SILVA

DEDICATORIA

Este último paso se lo dedico a mi tía Imelda que con bendiciones y bajo un manto protector sé que siempre ha estado guiando mis pasos para poder lograr todas mis metas, al mismo tiempo a Dios por haberme dado todos los recursos necesarios para poder desarrollarme y por permitirme vivir esta etapa y finalmente dedico este trabajo a toda mi familia que son mi base para todo lo que he logrado hasta hoy.

VERÓNICA HERRÁEZ PARRA

Para Dios, mi familia y amigos, ya que cada uno aporta e influye de manera significativa en mí desarrollo, pues con cariño y apoyo constante se han mantenido a mi lado. Cada uno de ellos me inspira y me alienta a superarme día a día, puesto que me han mostrado el confiar en mis propias actitudes y aptitudes para lograr lo que me proponga a lo largo de la vida. A ellos les debo mucho, en varios aspectos, por lo que este proyecto va dedicado a quienes se han mantenido al pie del cañón junto a mí en todo instante.

KRISTY CHANG SILVA



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA: INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
HOTELERAS Y TURÍSTICAS

CALIFICACIÓN

Apellidos y nombres	Nota final del Tutor
CHANG SILVA KRISTY NICOLE	
HERRÁEZ PARRA VERÓNICA ALEXANDRA	

Cpa Laura Vera Salas, Mgs
TUTORA

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN.....	XVII
ABSTRACT	XVIII
INTRODUCCIÓN	19
ANTECEDENTES.....	21
Turismo en cifras.	23
Isla Puná.....	24
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	25
FORMULACIÓN DEL PROBLEMA.....	26
JUSTIFICACIÓN	26
OBJETIVOS	29
Objetivo general	29
Objetivos específicos.....	29
CAPÍTULO I.....	30
Marco Teórico	30
Marco conceptual	36
Marco referencial.....	39
Marco legal.....	41
CAPÍTULO II	49
Metodología de la investigación.....	49
Método de investigación.....	49
Enfoque de la investigación.....	50
Técnicas.	51
Diseño de la investigación a efectuar	52
Universo – Población.....	52
Muestra.	52
Técnicas de recolección de datos.....	53
Presentación de los resultados de la encuesta aleatoria.	55

Presentación de los resultados de la encuesta intencional.	64
Entrevistas.....	69
CAPÍTULO III	72
Estudio del mercado	72
Análisis de las 5 fuerzas de Porter.	73
Análisis FODA del proyecto.	76
Estrategia FOFA, DODA.....	77
Análisis PETS.....	78
Oferta del mercado.....	84
Demanda del mercado.	85
CAPÍTULO IV	86
Estudio organizacional	86
Razón social.....	86
Objeto social.	86
Logo.	86
Misión.	86
Visión.....	86
Valores.	87
Organigrama.	88
Funciones.	89
Mercado objetivo.	92
Estudio técnico	93
Macro localización.....	93
Micro localización.	93
Distribución física del espacio.....	94
Infraestructura necesaria.	95
Horarios de atención al público de la embarcación.	95
Horarios de atención al público de la oficina.	96
Productos a ofrecer.	96

Procesos de calidad.....	99
Estudio ambiental	102
Plan de marketing.....	109
Segmentación y mercado meta.	109
Estrategias de posicionamiento y marketing.	110
Marketing Mix.	111
CAPÍTULO V	115
Financiamiento	115
Inversión requerida.	115
Balance inicial.....	116
Detalle del financiamiento.	116
Detalle de ingresos.....	117
Detalle de gastos.	118
Gastos de Sueldos.	119
Depreciación de activos.	119
Presupuesto de egresos.	119
Flujo de caja anual.	120
Estado de resultado proyectado.	121
Balance general.....	122
Evaluación financiera.	123
Razones financieras.	126
CAPÍTULO VI.....	127
Impactos	127
CONCLUSIONES	129
RECOMENDACIONES	130
REFERENCIAS.....	131
ANEXOS	136

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Cuadro de involucrados	54
Tabla 2: Matriz análisis de Porter	74
Tabla 3: Matriz de estrategia FODA, DAFO	77
Tabla 4: Matriz análisis PETS.....	83
Tabla 5: Matriz de competidores	84
Tabla 6: Nómina del personal	88
Tabla 7: Horario laboral personal operativo	92
Tabla 8: Horario laboral del personal administrativo y de ventas	92
Tabla 9: Horario de atención al público de la embarcación.....	95
Tabla 10: Horario de atención al público de la oficina	96
Tabla 11: Productos secundarios a ofrecer.....	98
Tabla 12: Productos a ofrecer en la embarcación	99
Tabla 13: Inversión inicial	115
Tabla 14: Balance inicial de la empresa Guayaca S.A.....	116
Tabla 15: Amortización del préstamo anual	117
Tabla 16: Detalle de ingresos anual por ventas.....	118
Tabla 17: Detalle de sueldos anual.....	118
Tabla 18: Depreciación de activos	119
Tabla 19: Detalle de costo y gastos.....	120
Tabla 20: Flujo de caja anual del proyecto	121
Tabla 21: Estado de resultados del proyecto.....	122
Tabla 22: Balance general de la empresa.....	123
Tabla 23: Evaluación financiera del proyecto.....	124
Tabla 24: Ratios financieros	126
Tabla 25: Matriz de impactos en la Isla Puná	127
Tabla 26: Matriz de impactos en Guayaquil	128

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Distribución de habitantes en la provincia del Guayas.....	22
Figura 2: Posición de turismo en la economía de ingresos del país.....	23
Figura 3: Sexo	55
Figura 4: Rango de edad	55
Figura 5: Rango de edad	56
Figura 6: Procedencia.....	56
Figura 7: Estadía habitual en la ciudad de Guayaquil.....	57
Figura 8: Actividades de recreación.....	57
Figura 9: Realización de actividades de recreación	58
Figura 10: Conocimiento de paseos en el río Guayas	59
Figura 11: Realización de paseos fluviales	59
Figura 12: Predisposición de los usuarios para acceder a la idea de negocio	60
Figura 13: Actividades dispuestas a realizar en el paseo propuesto	61
Figura 14: Predisposición de realizar la idea propuesta.....	61
Figura 15: Presupuesto de cada encuestado para la realización del paseo.....	62
Figura 16: Actividades dispuestas a realizar en el punto de destino.....	63
Figura 17: Incidencia de empresas en actividades de integración para su personal	64
Figura 18: Frecuencia de las empresas para realizar actividades de integración.....	65
Figura 19: Cantidad de empleados que asisten a los paseos de integración	65
Figura 20: Presupuesto de las empresas para desarrollar actividades de integración	66
Figura 21: Conocimiento de propuestas de paseos por el río Guayas	67
Figura 22: Predisposición de las empresas para adquirir el plan propuesto	67

Figura 23: Paseo dispuesto a realizar	68
Figura 24: Nivel de conformidad de visitar la isla Puná como punto de destino.....	68
Figura 25: Logotipo de la empresa.....	86
Figura 26: Organigrama de la empresa	88
Figura 27: Embarcación estilo catamarán	94
Figura 28: Diseño de la oficina	94
Figura 29: Muelle en Malecón Simón Bolívar.....	95
Figura 30: Trayecto	97
Figura 31: Situación del valor actual neto.....	125

RESUMEN

El presente proyecto tiene como finalidad el analizar la posibilidad de implementar un servicio de paseo fluvial desde el Malecón Simón Bolívar de Guayaquil hacia la Isla Puná en embarcación estilo Catamarán, con servicio de entretenimiento, guianza y alimentos y bebidas a bordo, para satisfacer las expectativas de los futuros usuarios de este negocio y permitir el desarrollo turístico de los diversos destinos involucrados.

En la investigación realizada se utilizaron varios métodos para llegar a un resultado enfocado a la factibilidad del negocio; entre ellos el método analítico y sintético que a través de la observación y recolección de hechos orientan a definir qué tan aceptable es el negocio en el entorno, tornando esta investigación en cuantitativa y cualitativa que da soporte al estudio de factibilidad.

En el proceso que se ha realizado se presenta como resultado final la alta rentabilidad del presente plan de negocio debido a los positivos resultados que se reflejan en el mismo; ya que su inversión inicial será recuperada en su totalidad en 1 año 4 meses con un TIR de 76,32 % y un VAN de \$ 139.168,47. Con lo cual, el proyecto resulta viable para su desarrollo, además que cuenta con la predisposición y aceptación de un amplio mercado el cual demanda un servicio de calidad y de alta satisfacción que permita vivir experiencias enriquecedoras con actividades fluviales.

Palabras Claves: Paseo fluvial, Catamarán, Tir, Van

ABSTRACT

The purpose of this project is to evaluate the possibility of realizing a riverside walk service from the Malecon Simon Bolivar in Guayaquil to Puna Island on a catamaran boat, proposing entertainment, guidance, food and beverages service on board, to satisfy the users expectations between a project like this and allow the development of several tourists destinations that are involved in the process.

In the research were used various methods focused on the feasibility of the business; including analytic and synthetic method. Through observation and collection of facts, the project tries to define how acceptable is the business environment, making this quantitative and qualitative investigation has a support of feasibility study.

As a result, the project has a high profitability because of the positive results reflected therein; just like their initial investment will be recovered at 1 year 4 months with an IRR of 75.39% and a NPV of \$ 137,053.31. Whereupon, the project is viable for their development, and which has the disposition and acceptance of a broad market who demand quality service and high satisfaction that allows enriching experiences living with river activities.

Keyword: Riverside walk, catamaran, IRR, VNP

INTRODUCCIÓN

Uno de los objetivos de la política de estado es convertir al Ecuador en potencia turística mundial. Por esta razón el Ministerio de Turismo ha emprendido un proceso que implica la ejecución de varias campañas de promoción de los atractivos nacionales, como por ejemplo: All you need is Ecuador y All in One, las cuales son difundidas a nivel mundial.

De acuerdo al Boletín N° 7 emitido por el Ministerio de Turismo en Julio 2014, sobre los Principales Indicadores de Turismo, la actividad turística se ubica en el tercer nivel como generadora de ingresos, ejerciendo un rol muy importante en el desarrollo de la economía y la matriz productiva. Por lo que, constantemente, se idean proyectos que ayuden a impulsar de manera sostenible la actividad turística en el país, explotando responsablemente sus atractivos y generando más plazas de trabajo.

De acuerdo a la información proporcionada por el censo del año 2010 realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos, INEC, la provincia del Guayas representa el 74% de la población de la línea costera y es de las que más contribuye a favor de la economía que maneja el país. Esta provincia se encuentra constituida por 25 cantones, 29 parroquias rurales y 56 urbanas, localizada geográficamente en una zona favorecida por su variedad de clima, suelo, etnia y recursos hídricos, ubicándola entre una de las provincias de mayor importancia del Ecuador.

Dentro de la provincia del Guayas encontramos la cuenca del río Guayas, integrada por los ríos Chongón, Boliche, Quevedo, Vinces, Pagua, Balao, Naranjal, Taura, Yaguachi, Puebloviejo, Zapotal (Caracol), Balzar, Daule y Babahoyo, siendo la mayor cuenca fluvial de la costa del Pacífico en la América del Sur (Avilés, 2012) Riega extensas y ricas zonas de suelos fértiles que dan paso a diversos espacios de vida

y ecosistemas que representan un gran potencial físico, ecológico, paisajístico, productivo y turístico.

Dentro de esta provincia se encuentra el cantón Guayaquil, el cual dispone de infraestructura y planta turística; encontrando atractivos culturales y naturales que pueden satisfacer hasta a los visitantes más exigentes (Paredes, 2011). Razón principal por la que se ha situado la presente idea de negocio en esta provincia, ya que brinda las facilidades de acceso, en este caso de rutas fluviales como medio para dar a conocer diversos puntos turísticos, entre ellos la Isla Puná.

La Isla Puná es una parroquia rural, ubicada en la provincia del Guayas, con 919 km² de extensión. Cuenta con un clima tropical seco e influencia de la corriente de Humboldt, además de poseer 4 comunas turísticas (Bellavista, Estero de Boca, Cauchiche, Subida Alta) en vías de desarrollo.

La presente propuesta analiza la posibilidad de ofrecer paseos fluviales destacando un medio de transporte diferente denominado catamarán que permitirá explotar el circuito fluvial que tiene la ciudad de Guayaquil con el disfrute de servicio de entretenimiento, guianza, alimentos y bebidas a bordo, con el fin de que el pasajero cuente con todas las comodidades y de esta forma pueda disfrutar de su paseo.

Las embarcaciones tipo catamarán son diseños idóneos en lo que respecta a las embarcaciones de ocio o trabajo, pues cuentan con características apropiadas para realizar la ruta a ofertar por vía fluvial:

- Los catamaranes, generalmente son utilizados como embarcaciones para deportes náuticos, pero actualmente están siendo reestructurados para servir como embarcaciones turísticas por la comodidad y rapidez que ofrece.
- Son contruidos en base a una estructura dinámica y liviana, y el material que se utiliza es fibra de vidrio o de carbono.

- Cuentan con 2 cascos unidos por un marco y puede ser operado por vela o a motor.

El presente trabajo busca analizar la factibilidad de realizar una actividad económica sustentable y sostenible, que ponga en primera instancia el conocimiento de la ciudad de Guayaquil, destacando el Río Guayas, la Isla Puná y atractivos aledaños partiendo del Malecón Simón Bolívar. Se busca integrar las diferentes comunidades y pueblos, que por muchos años han sido marginados y subestimados, a un plan en que puedan explotar al máximo su capacidad para acoger, servir y atender a los visitantes; y convertir el turismo en una de las actividades económicas principales, satisfaciendo sus propias necesidades básicas, generando plazas de trabajo y contribuyendo con el desarrollo del país.

ANTECEDENTES

Ecuador es un país ubicado en América del Sur, con una extensión de territorial de 270.670 km². Por su posición geográfica se encuentra en la zona ecuatorial-tropical, pero debido a factores como son la influencia del mar, con la presencia de la corriente fría de Humboldt y de la corriente cálida de “El Niño”. En el Ecuador se pueden apreciar cuatro regiones naturales bien delimitadas como son: la costa, sierra o interandina, oriental o amazónica e insular o Galápagos.

El presente proyecto de investigación, por su naturaleza se desarrollará en la zona costera de la provincia del Guayas, en la cual el clima es tropical, con temperaturas superiores a 20°C aproximadamente, con variación de vegetación en la época de verano e invierno.

El Ecuador es un país que cuenta con una gran cadena montañosa, la de los Andes de la cual nacen y se desarrollan la mayor parte de los ríos ecuatorianos, unos

dirigiéndose a la región oriental y desembocando en el Río Amazonas, otros viajando a la región litoral y desembocando en el Océano Pacífico.

Según datos oficiales publicados por el Instituto Ecuatoriano de Estadísticas y Censos, en Ecuador existen más de 16 millones de habitantes, de los cuales más de 6 millones residen en la región costa. En Guayaquil existen más de 2 millones de habitantes.

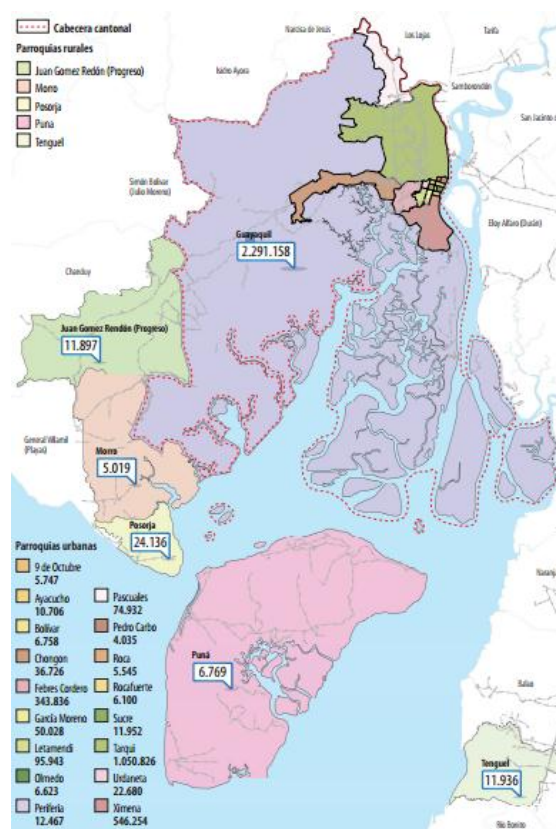


Figura 1: Distribución de habitantes en la provincia del Guayas

El banano, café y cacao son los productos agrícolas de exportación más importantes, el trigo, cebada, maíz, patatas y el arroz son los principales cultivos alimenticios, maíz grano duro, maíz grano suave. Las exportaciones de productos del mar representan un rubro importante en el comercio exterior ecuatoriano, disputándose con el banano el segundo lugar en importancia.

Actualmente la principal fuente de ingreso de divisas para el país es el petróleo, cuyo descubrimiento en el año 1967 ha sido factor clave para el desarrollo económico de Ecuador. Por lo que la actividad económica que genera más ingreso de divisas a la economía del país es la exportación de petróleo, la misma que aportó con acumulados de 4.436,30 millones dólares en el mes de abril 2014 (Banco Central del Ecuador, 2014). En cuanto a los ingresos no provenientes del petróleo, el principal rubro de exportación lo constituye el banano, seguido del camarón y el turismo.



Figura 2: Posición de turismo en la economía de ingresos del país.

Turismo en cifras.

El año 2012, el turismo receptivo significó un ingreso de 1.038,7 millones de dólares y de 1.251,3 millones para el año 2013, llegando a ocupar el tercer lugar en la generación de divisas no petroleras.

Los principales mercados emisores de turistas que llegan al Ecuador son Colombia, Estados Unidos y Perú (Ministerio de Turismo, 2014b). Las ciudades más visitadas por los turistas extranjeros durante el año 2012 fueron Quito, Guayaquil, Cuenca, Galápagos y Baños. El gasto turístico promedio del turista extranjero, según cifras del (Ministerio de Turismo, 2014a) fue de 1 mil dólares por catorce noches de estadía promedio.

En cuanto al turismo interno, las ciudades más visitadas por los turistas nacionales durante el 2011 fueron Guayaquil, Quito, General Villamil Playas, Salinas y Atacames, quienes generan un gasto promedio de 94 dólares por una estadía promedio de 3 noches. Las ocasiones preferidas por estos turistas nacionales para viajar son los fines de semana, seguidos de los feriados (INEC, 2010a).

Los principales motivos de viaje para los turistas extranjeros son las vacaciones, recreo y ocio, seguido de visita a familiares y amigos o negocios. Para los turistas nacionales, estas razones son visita a familiares o amigos, diversión y recreación.

Las principales actividades realizadas por los turistas extranjeros durante su permanencia en el país fueron turismo cultural, ecoturismo, sol y playa, deporte y aventura. Los turistas nacionales desarrollaron principalmente actividades de sol y playa, turismo cultural, ecoturismo y turismo de salud (Ministerio de Turismo, 2014a).

Isla Puná.

La Isla Puná cuenta con 6,769 habitantes, siendo isla la más grande que se encuentra en el golfo de Guayaquil. Está situada en la desembocadura del río Guayas, rodeada al norte por islas, al sur y al este el canal de Jambelí y la desembocadura al mar, por el oeste el canal del Morro, rodeado por las islas Manglecitos, Zapatero y también la población parroquial de Posorja.

Está situada, geográficamente entre las siguientes coordenadas: Latitud 02° 40' S y longitud 80° 11' 0" dirección SO-NE, con una altitud promedio de 3m sobre el nivel del mar. Forma canales de entrada perfectamente definidos, el canal del Morro y el canal de Jambelí; y es por el canal del morro, a través del estero Salado, que se llega a Puerto Nuevo, en la parte sur de la ciudad de Guayaquil. Por el río Guayas se alcanza la parte oriental de la ciudad.

Características de la Isla Puná:

- Tiene sábanas de suelo seco y árido
- El período de lluvias aparece de diciembre a mayo
- El verano desde junio a noviembre
- Puná tiene un clima promedio de 23° a 28°
- Los vientos de verano soplan de Sur a Norte.
- En invierno presenta el viento norte que es muy temido para la navegación ya que encrespa el mar.
- Desde 1980 tiene una estación mareográfica
- En la isla se encuentra minas de yeso, azufre caolín, cerros calizos, gas y manantiales de aguas termales.
- Se calcula una superficie de manglar actual de 6.945 km², por la deforestación sufrida.
- Existen grandes salitrales tanto al norte como al sur
- Puná tiene manantiales en la cabecera hay el Pozo de la Virgen y el Pozo de Patria

El manglar que rodea la isla en casi el 85% constituye una barrera física, que origina los canales; al noroeste, el canal El Morro de 8 km de ancho que conecta al estuario exterior con el Estero Salado; y , al sudeste, el canal de Jambelí, de ancho variable entre 11 y 28 km. Que conecta al estuario exterior con el río Guayas.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Guayaquil esta bordeada por el Río Guayas, la mayor cuenca fluvial de la costa del Pacífico de América del Sur (Avilés, 2012), cuya extensión abarca toda la ciudad, aproximadamente 40 mil kilómetros. Sus afluentes son los ríos Daule y Babahoyo; que a su vez crean la red fluvial más densa de la costa y la más útil para la navegación.

Los ríos que forman este sistema hidrográfico del Guayas corren de Norte a Sur; su desembocadura forma un estuario hacia la zona este de la provincia del Guayas y junto con el Estero Salado, al oeste, forman un golfo, llamado Golfo de Guayaquil en el Océano Pacífico, el cual está situado al frente de la Isla Puná.

A pesar de tener un puerto que le genera grandes índices comerciales al país, la zona fluvial no es considerada como un punto de interés turístico. Por otro lado, la poca variedad de actividades de distracción que se pueden ofrecer en esta ciudad, han ocasionado que Guayaquil no sea considerada como destino turístico.

Al cierre de las fiestas de Guayaquil, el 31 de julio del 2013, la Dirección de Turismo y Promoción Cívica de la M.I. Municipalidad de Guayaquil presentó una campaña denominada “Guayaquil es mi destino”, cuya finalidad es promocionar el turismo interno y externo para convertirse en la ciudad más competitiva del Ecuador y consolidar a Guayaquil como un destino turístico. Sin embargo, en esta iniciativa no ha sido contemplada la promoción de rutas fluviales hacia la Isla Puná, aspecto que se resalta en el presente trabajo.

FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿Es económicamente factible la creación de un servicio de paseo fluvial desde el Malecón Simón Bolívar de Guayaquil hacia la Isla Puná en embarcaciones estilo catamarán, con servicio de entretenimiento, guianza y alimentos y bebidas a bordo para incrementar las actividades turísticas de ambos destinos?

JUSTIFICACIÓN

La Constitución de la República del Ecuador, aprobada en el 2008, apoya el derecho de un trabajo digno y libre, siempre teniendo en consideración el cuidado y preservación del medio ambiente. Incentiva cualquier tipo de actividad comercial que

cumpla con los lineamientos y normas que estipulan las leyes, teniendo en cuenta la población o comunidad que lo rodea y su sustentabilidad.

Los objetivos de la política de Estado formulados a través del “Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017” elaborado por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), incluyen la construcción de un Estado Plurinacional e Intercultural, señalando que: “El Buen Vivir se construye desde la búsqueda de igualdad y justicia social, y desde el reconocimiento, la valoración y el diálogo de los pueblos y de sus culturas, saberes y modos de vida”, lo cual significa permitirle a los pueblos, comunas, parroquias, entre otros grupos sociales o étnicos que han sido marginados, que se integren a la sociedad y gocen de los mismos derechos y privilegios estipulados en las leyes, con un desarrollo sustentable.

Este plan cuenta con 12 objetivos claves y diferentes, cada uno de gran importancia para lograr cumplir lo deseado. La propuesta que se investiga en el presente trabajo busca cumplir con los siguientes objetivos:

Objetivo 7: Garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, por cuanto se busca la promoción de un destino turístico sostenible a través del conocimiento de los ciudadanos sobre una zona de gran riqueza natural.

Objetivo 8: Consolidar el sistema económico social y solidario, de forma sostenible, lo cual se producirá en la medida en que los habitantes de la zona se incorporen al desarrollo económico, ya que serán los proveedores de bienes y servicios que se ofrecerán a los turistas en el punto de destino.

Objetivo 9: Garantizar el trabajo digno en todas sus formas, por cuanto la totalidad del recurso humano a utilizar será ecuatoriano y se cumplirán con todos los beneficios sociales y económicos que la ley prevé.

Objetivo 10: Impulsar la transformación de la matriz productiva, aprovechando los recursos turísticos de la provincia del Guayas, debido a que el turismo es un área priorizada dentro de los postulados para el cambio de la matriz productiva.

De acuerdo a los planes de la matriz productiva, estructurados por la Secretaria Nacional de Planificación y Desarrollo, de convertir al Ecuador en un país capaz de producir sus propios bienes y servicios, para exportar productos netamente ecuatorianos a todo el mundo en un corto y mediano plazo, ubica al turismo en el puesto 14 de las industrias priorizadas para lograr sus objetivos.

El establecer áreas priorizadas y estratégica para impulsar y promover en gran medida la productividad en el país, permite el mejoramiento de las industrias y sus tecnologías, así como la generación de más plazas de empleo con el fin de establecer una mejor producción.

La Ley Orgánica de Educación Superior, LOES, promueve el buen vivir, considerándola como condición indispensable para la construcción de este derecho en el marco de la interculturalidad, del respeto a la diversidad y la convivencia armónica con la naturaleza. Es deber de las entidades de educación superior aportar con el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo previsto en la Constitución y en el Plan Nacional de Desarrollo, así como fomentar y ejecutar programas de investigación de carácter científico, tecnológico y pedagógico que coadyuven al mejoramiento y protección del ambiente y promuevan el desarrollo sustentable nacional.

La Facultad de Especialidades Empresariales y particularmente, la Carrera de Ingeniería en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras acoge como una de sus líneas de investigación la correspondiente al Turismo consciente y sostenible, dentro de la cual la operación turística hacia nuevos destinos, como el propuesto en este trabajo, enfatiza la responsabilidad social, ambiental en torno a todos los campos vinculados al turismo.

La propuesta que se presenta involucra a los habitantes de la comunidad de la Isla Puná, territorio administrativamente descentralizado según lo establece el Código Orgánico de Organización Territorial y Autonomías Administrativas, en donde la Junta Parroquial ejerce una función coordinadora entre la iniciativa empresarial sostenible y las capacidades y aspiraciones de sus habitantes.

OBJETIVOS

Objetivo general

Analizar la posible implementación de un servicio de paseos fluviales en catamarán a través de un estudio de factibilidad económica y sostenibilidad ambiental, promocionando el destino turístico Guayaquil – Puná para promover el turismo comunitario en el punto de destino.

Objetivos específicos

- Analizar las posibilidades de implementación de servicios de paseos fluviales en la ribera del Río Guayas a través de un estudio de mercado para conocer la oferta turística de los operadores y la demanda de servicios por parte de los potenciales visitantes;
- Promocionar a Guayaquil como destino turístico, promoviendo el turismo comunitario en el punto de destino a través de la implementación de un servicio de paseos fluviales desde Guayaquil hacia la Isla Puná;
- Determinar la factibilidad económica y rentabilidad financiera de un proyecto de inversión para la implementación de una empresa que brinde servicio de paseos fluviales desde Guayaquil hacia la Isla Puná.

CAPÍTULO I

Marco Teórico

El turismo es todo un proceso que abarca la organización, promoción, comercialización y prestación de diversos servicios en el punto de origen y de destino, involucrando a varias personas tanto directa como indirectamente (Quesada, 2010). Por lo que, como fuente de desarrollo ha sido ampliamente estudiado por autores que enfatizan la importancia de esta actividad como herramienta de crecimiento económico.

Orgaz (2013b) afirma:

El turismo es uno de los mayores fenómenos mundiales a nivel económico, social y cultural, desde mediados del siglo pasado. Su capacidad de generar rentas y crear empleo hace que se visualice como un motor de desarrollo para los países en vías de desarrollo. El turismo es una herramienta muy utilizada como estrategia para el desarrollo económico y social en países subdesarrollados (p.78).

En Ecuador, el turismo ha generado un ingreso de divisas de 1.251,3 millones de dólares durante el año 2013, ubicándose en cuarta posición económica después del banano y plátano, camarón y otros elaborados de productos del mar (Ministerio de Turismo, 2014b).

A lo largo del tiempo, las actividades relacionadas con el turismo han ido evolucionando y varias comunidades se han involucrado con el desarrollo de dicha actividad. Con el fin de reducir la desigualdad económica y el acceso a los servicios básicos, el turismo se ha convertido en una estrategia para el desarrollo; en especial para comunidades que tienen una participación indirecta y que cuentan con potencial turístico (E. Ruiz, Hernández, Coca, Cantero, & Del Campo, 2008).

En opinión de algunos autores “el turismo puede crear una plataforma de desarrollo que pueda convertirse en una de las primeras fuentes generadoras de empleo y, en consecuencia, de armonía social, además de coadyuvar al conocimiento y difusión de valores culturales” (Quintero de Contreras, 2005, p. 54). Por lo que cabe destacar que el turismo activo está posicionándose como una actividad económica de gran interés, especialmente en zonas rurales de gran valor paisajístico y ambiental, puesto que el desarrollo que genera se puede calificar de sostenible, en vista de que el impacto en el medio ambiente no es destructivo (Mateos & Llamazares, 2005).

Ecuador desea posesionarse como potencia turística a nivel mundial, teniendo como apoyo los esfuerzos publicitarios desplegados por el ministerio del ramo, los cuales motivan la creación e impulso de diferentes negocios turísticos, particularmente de aquellos que involucren beneficios directos para las comunidades receptoras de turistas.

Tal como lo afirma López-Guzmán & Sánchez (2009), la comunidad local es la gestora de toda la actividad turística en la zona, convirtiéndose en parte del producto turístico, pues logra adaptarse a los cambios y abre sus puertas a la interacción con los turistas. Dentro de estas tendencias, el turismo comunitario busca el desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, respetando y conservando en todo momento sus recursos naturales (Orgaz, 2013a).

En la presente propuesta, se busca involucrar a los pobladores de la Isla Puná como proveedores de servicios turísticos comunitarios, lo cual según Casas, Soler, & Jaime (2012): “Permite generar riqueza en las áreas rurales de los países en vía de desarrollo, a través de la participación de la comunidad local en la gestión turística, de forma que los beneficios repercutan en la propia comunidad” (p.93). El incremento de ingresos debido al turismo posibilita la diversificación de la economía local y la creación de empleos directos e indirectos, generando más plazas de trabajo para mejorar la calidad de vida de los individuos (Casas et al., 2012).

Quintero de Contreras (2005) afirma que “el desarrollo sostenible ya no puede ser analizado aisladamente de las dinámicas económica y social, comprometiéndose los gobiernos a formular políticas comerciales y ambientales que se apoyen mutuamente” (p.65).

El turismo de naturaleza está estrechamente relacionado con el desarrollo y el turismo sostenible, y su campo de actuación se circunscribe a los hábitats naturales y su biodiversidad. En este ámbito destacan elementos como los parques naturales, las reservas protegidas, el ecoturismo, el hábitat rural, el agroturismo y el compromiso de la población autóctona del área concreta de implantación turística. El eje que va a dominar en las actividades y recreaciones que se desarrollen en la naturaleza es la sostenibilidad, de modo que la atención al turismo sostenible es imprescindible para contribuir a la conservación del medio ambiente, y requiere conocer los motivos para desarrollarlo en todo el territorio de espacios rurales y naturales.

EL turismo fluvial ha tenido acogida en varios lugares debido a aquellos rios navegables que presentan una belleza escénica a lo largo de su ribera (Quesada, 2010). Existe diversidad de embarcaciones aptas para la navegación fluvial, pero de acuerdo al manual de iniciación en catamaran del Club de Vela Alcossebre (2013), el catamarán tiene una forma más hidrodinámica que el monocasco, es decir que divide mejor el agua y proporciona mayor estabilidad; además que por su peso ligero y la potencia de su motor o el uso de la vela, es que el catamarán navega mucho más rápido.

Para decidir la conveniencia de un proyecto de negocio se utilizan varias alternativas de evaluación de riesgos y posibles beneficios. Un método conocido que se utilizará en el presente trabajo de titulación es el análisis de las cinco fuerzas de Porter, que son estrategias que permitirán ver la capacidad de competencia de la empresa en su entorno de mercado, determinada por los recursos técnicos y económicos de la organización; así como por cinco fuerzas del entorno, las cuales amenazan a largo plazo la empresa. El propósito es analizar estas amenazas y crear un programa para influir o

defenderse de ellas, encontrando un nicho lucrativo y defendible en el que se pueda desenvolver (Stoner, 1995).

Es necesario examinar con detalle la industria en la que se va a ingresar, analizando cada una de las fuerzas que influyen en el desarrollo del proyecto. Según Hitt, Black, Porter, & Pérez De Lara Choy (2006) la investigación original fue diseñada para explicar por qué algunas industrias, como un todo, eran más fructíferas que otras. Tres de las cinco fuerzas (la naturaleza de la rivalidad, nuevos competidores y sustitutos) tienen que ver con la categoría denominada competidor. Las dos fuerzas del marco están enfocadas netamente en clientes y proveedores, el análisis de Porter da como resultado las dimensiones de socios estratégicos, mano de obra y reguladores.

Las cinco fuerzas de Porter se detallan a continuación:

Rivalidad entre los competidores existentes: Para iniciar el análisis en este aspecto es necesario saber que tan grandes y fuertes son los competidores en relación con la empresa. Si la empresa es pequeña y débil en comparación con los competidores, tal vez sea preferible quedarse fuera del camino e ir tras los negocios que sean menos atractivos para aquellos. Para realizar el análisis de los competidores indirectos, también es indispensable conocer sus debilidades, las cuales representan oportunidades que una empresa debe aprovechar (Hitt et al., 2006).

Amenaza de nuevas entrada: Según los presentes autores, el segundo elemento de las cinco fuerzas de Porter es el nivel de dificultad o de facilidad con el que las empresas entran en una industria. Si el resto de elementos se mantienen igual, los nuevos competidores incrementarían la competencia. No se debe perder de vista lo que podrían hacer las empresas competidoras y movimientos de creación de nuevas (Hitt et al., 2006).

Amenaza de productos sustitutos: Se debe analizar qué productos pueden en algún momento dado convertirse en productos demandados, con casi las mismas

características que se ofertan y que podrían convertirse en una gran amenaza para el mercado que se está manejando. Los sustitutos se enfocan en el grado en que las alternativas de productos o servicios pueden reemplazar a los bienes y servicios existentes. La sustitución, según los autores, no implica la elección de un negocio en reemplazo a otro negocio, más bien significa optar por otro medio alternativo para satisfacer la necesidad del cliente (Hitt et al., 2006).

Poder de negociación de compradores: Este punto del análisis de Porter se enfoca en que todas las empresas tienen clientes que deben manejar. En la medida en que los clientes sean pocos y estén unidos, tendrán mayor poder para demandar precios bajos, bienes y servicios personalizados, términos de financiamiento que los favorezcan más. De acuerdo a los autores presentes mientras mayor poder tengan los clientes, más valor obtendrán, cuanto mayor valor obtengan los clientes, menores serán las utilidades de la empresa (Hitt et al., 2006). Por lo que es indispensable establecer estrategias que tengan como fin alcanzar el punto medio entre el ofertante y demandante, para que ambos sean los beneficiados.

Poder de negociación de los proveedores: Se refiere a otras organizaciones que trabajan de manera muy próxima con una empresa para alcanzar metas que los benefician mutuamente. También trata de fijar que hay empresas que mantienen únicamente un proveedor o un número reducido de proveedores de algunos de sus productos o servicios esenciales para su funcionamiento (Hitt et al., 2006).

El análisis FODA o DAFO es una metodología para reflejar la situación del entorno y los factores internos que maneja la organización, para proyectos o campañas de marketing a realizarse (Chapman, 2004).

FODA representa en sus siglas:

- Fortalezas-Interno
- Oportunidades-Externo

- Debilidades-Interno
- Amenazas Externo

“Las oportunidades y amenazas externas se refieren a las tendencias culturales, sociales, demográficas, ambientales, políticas, legales, gubernamentales, tecnológicas y competitivas que pudieran beneficiar o dañar en forma significativa a una empresa en el futuro.” (David, Sánchez, & Valdés, 2003).

Las oportunidades y las amenazas estudian más allá del control de la empresa, de ahí el término externo, la evolución inalámbrica, los cambios en la población, los cambios en los valores y actitudes laborales, la explotación espacial, los cambios ambientales y la competencia crece en el entorno, la participación de empresas extranjeras son ejemplos de oportunidades o amenazas para las empresas. Estos tipos de cambios generan un tipo distinto de consumidor y, como consecuencia, las necesidades de diferentes tipos de productos, servicios y estrategias que se debe lograr (David et al., 2003).

“Las fortalezas y las debilidades internas son las actividades que la empresa puede controlar y cuyo desempeño se califica como excelente o deficiente” (David et al., 2003).

La identificación y evaluación de las fortalezas y debilidades en las áreas funcionales de una empresa es una actividad estratégica básica. Las empresas intentan seguir estrategias que aprovechen las fortalezas internas y eliminen las debilidades internas. La fortaleza y las debilidades se determinan en relación con los competidores. Una deficiencia o superioridad relativa constituye una información importante (David et al., 2003).

Marco conceptual

Atractivos turísticos: Es todo lugar, objeto o acontecimiento de interés turístico que motiva el desplazamiento de las personas de un lugar a otro (Quesada, 2010).

Calado: Profundidad que alcanza en el agua la parte sumergida de un barco (RAE, 2014).

Capacidad de carga: Implica que los lugares turísticos poseen ciertos límites en el volumen y la intensidad que puede soportar una zona geográfica determinada, sin que provoque daños irreparables (López & López, 2008, p. 129).

Cascos: Cuerpo de la nave con fondo plano y costados verticales que separan los materiales de una embarcación de las maquinas (RAE, 2014)

Comunidad: Contexto de vida social con sus propias lógicas desde el que se decide qué se hace —colectiva o individualmente— entre los que tienen capacidad de decisión (E. Ruiz et al., 2008).

Eslora: Se le denomina a la longitud que tiene la nave sobre la primera o principal cubierta desde el codaste a la roda por la parte de adentro (RAE, 2014).

Grupo de viaje: se define como visitantes que realizan juntos un viaje y comparten los gastos vinculados con el mismo (E. Ruiz et al., 2008).

Hélices: Es el conjunto de aletas que rotan en torno a un eje y presionan al fluido a crear una fuerza de reacción para la propulsión de un barco (RAE, 2014).

Investigación Empírica: Provee una manera sistemática, disciplinada, cuantificable y controlada de evaluar actividades desarrolladas por humanos (Shull, Singer, & Sjøberg, 2008)

Lastre: Peso que se pone en el fondo de la embarcación, a fin de que esta entre en el agua hasta donde convenga (RAE, 2014).

Manga: Anchura mayor de un bote (RAE, 2014).

Rentabilidad: Es el nivel de beneficio de una inversión, esto es la recompensa por invertir (Gitman, Joehnk, & Aguado, 2005, p. 90).

Retorno de la inversión: Es un concepto de la cuantificación del valor de una inversión (...) es el beneficio neto de una inversión dividido por el valor de los Activos en los que se invierte (Office of Government Commerce, 2010).

Turismo: Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico (OMT, n.d.).

El turismo es el conjunto de medios que facilitan aquella actividad de viajar por placer e involucra un conjunto de personas para realizar dichos viajes (RAE, 2014).

Turismo doméstico: Se compone de los viajes realizados por las personas nacidas y residentes de un país dentro de su territorio; también se lo conoce como turismo interno (Quesada, 2010, p. 48).

Turismo fluvial: Es aquella actividad turística desarrollada en ríos navegables que brindan la oportunidad de apreciar gran variedad de paisajes existentes en sus riberas (Quesada, 2010).

Turismo receptivo o receptor: Es el que realizan los extranjeros o no residentes, de un país determinado a otro denominado destino. Desde el punto de vista económico su desarrollo repercute directamente en la inversión, el empleo y la generación de divisas para el país que recibe el flujo de turistas (OMT, n.d.).

Turismo rural: Comprende el conjunto de actividades que se desarrollan en contacto directo con la naturaleza, con todo lo relacionado con la vida del campo, sus poblaciones, etc (Olmos & García, 2011, p. 86).

Turismo Sostenible: Es aquel que satisface las necesidades de los turistas actuales y de las regiones receptoras, al mismo tiempo que protege e incrementa las oportunidades para el futuro. Este es concebido de tal manera que conduzca al manejo de todos los recursos de forma tal que las necesidades económicas, sociales y estéticas puedan ser satisfechas, manteniendo a la vez la integridad cultural, los procesos ecológicos esenciales, la diversidad biológica u los sistemas que soportan la vida (OMT, n.d.).

Visitante: es una persona que viaja a un destino principal distinto al de su entorno habitual, por una duración inferior a un año, con cualquier finalidad principal (ocio, negocios u otro motivo personal) que no sea la de ser empleado por una entidad residente en el país o lugar visitados. Un visitante (interno, receptor o emisor) se clasifica como turista (o visitante que pernocta), si su viaje incluye una pernoctación, o como visitante del día (o excursionista) en caso contrario (OMT, n.d.).

Marco referencial

El uso de ríos como recurso turístico ha sido estudiado anteriormente, demostrando que son alternativas viables y económicamente rentables. Desde el punto de vista turístico constituyen un referente importante para la promoción de destinos, así como fuente importante de desarrollo comunitario en las localidades receptoras:

Mateos & Llamazares (2005) señaló que las actividades ligadas al turismo fluvial, tanto en aguas bravas como en aguas tranquilas, se destacan por su capacidad para atraer visitantes en lugares como los ríos Sella y Deva (Asturias).

Mateos & Llamazares (2005) investigó la cuenca del Duero en donde se desarrollan actividades relacionadas al turismo fluvial que no logran atraer gran cantidad de turistas; y por medio de un análisis zonal determinó que existen empresas dedicadas a desarrollar estas actividades en menor escala.

Mateos & Llamazares (2005) determinó que el espacio de la cuenca del Duero ha sido marginado en el aspecto de turismo fluvial, sin embargo posee potencial eminentemente rural y está en búsqueda de actividades económicas que ofrezcan una alternativa de mejora a la población.

Quesada (2010) estudió los ríos navegables y concluyó que además de servir como vías de comunicación, pueden ser atractivos turísticos a causa de los paisajes que los rodean. Las actividades de aguas tranquilas atraen a un mayor número de personas que las de aguas bravas, por lo que podría parecer que son más rentables económicamente (Mateos & Llamazares, 2005).

Alava & Inés (2013) creó una Ruta Turística Fluvial en la ciudad de Babahoyo, que permite conocer los diferentes atractivos turísticos del mismo, mediante el río Babahoyo, ya que con su larga extensión y brazos fluviales permite el fácil acceso a ciertos sitios de gran interés turístico, ya sean estos culturales o naturales.

Con esta propuesta Alava & Inés (2013) buscó reanimar ese interés por aquellas zonas que guardan leyendas y tradiciones, que con el paso del tiempo han sido olvidadas por los mismos habitantes, quienes disfrutaban cada día de un ambiente natural, de las que no todas las ciudades del mundo moderno gozan.

Campoverde, Murillo, & Pico (2013) realizaron un estudio de valoración financiera para el reposicionamiento de una empresa de servicio turístico fluvial en Guayaquil, que busca brindar paseos por el río Guayas en un yate decorado con adornos simbólicos que representen los lugares turísticos de ciudades distintivas del Ecuador, a turistas tanto nacionales como extranjeros.

De acuerdo al análisis de Campoverde et al. (2013) la inversión que se requiere para ese proyecto reflejó una tasa de retorno positiva y un valor actual neto aceptable en términos financieros, puesto que llega a recuperar la inversión a partir del primer año de funcionamiento del negocio, debido a que en este año el monto del flujo de caja supera a la inversión inicial.

Hernandez (2006) evaluó la potencialidad que tiene el transporte fluvial entre las ciudades de Buenos Aires y de Montevideo para potenciar la integración socioeconómica del hinterland del Río de la Plata, basándose en datos comparativos del impacto de este medio de transporte frente a los demás; al igual que la accesibilidad fluvial (económica y de horarios fundamentalmente), comparándola con medios de transporte alternativos.

Hernandez (2006) concluyó que con la mejora de accesibilidad fluvial se logra la integración económica y social entre ambos países.

Amorim, Andrade, Frederico, & Umbelino (2012) realizaron una investigación empírica analizando la oferta de cruceros en el Douro a fin de identificar la relación de este segmento con la gastronomía y los vinos, siguiendo los preceptos de la sustentabilidad. Relacionó las actividades desarrolladas por los cruceros que contemplan

la gastronomía y los vinos, con sugerencias para mejorar las prácticas ya existentes o desarrollar nuevas ofertas. Finalmente, los resultados de esa investigación contribuyeron con el turismo en la región del Douro, promoviendo más competitividad en pro de la calidad de vida de las comunidades locales.

Marco legal

Para la implementación de la propuesta de negocio, es necesario considerar el marco legal vigente en Ecuador, en el siguiente orden:

CONSTITUCIÓN DE LA REPÚBLICA DEL ECUADOR

TÍTULO II DERECHOS

Capítulo segundo

Derechos del buen vivir

Sección cuarta

Cultura y ciencia

Art. 23.- Las personas tienen derecho a acceder y participar del espacio público como ámbito de deliberación, intercambio cultural, cohesión social y promoción de la igualdad en la diversidad. El derecho a difundir en el espacio público las propias expresiones culturales se ejercerá sin más limitaciones que las que establezca la ley, con sujeción a los principios constitucionales.

Capítulo cuarto

Derechos de las comunidades, pueblos y nacionalidades

Art. 57.- Se reconoce y garantizará a las comunas, comunidades, pueblos y nacionalidades indígenas, de conformidad con la Constitución y con los pactos, convenios, declaraciones y demás instrumentos internacionales de derechos humanos, los siguientes derechos colectivos:

13. Mantener, recuperar, proteger, desarrollar y preservar su patrimonio cultural e histórico como parte indivisible del patrimonio del Ecuador. El Estado proveerá los recursos para el efecto.

Capítulo séptimo

Derechos de la naturaleza

Art. 74.- Las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades tendrán derecho a beneficiarse del ambiente y de las riquezas naturales que les permitan el buen vivir.

Los servicios ambientales no serán susceptibles de apropiación; su producción, prestación, uso y aprovechamiento serán regulados por el Estado.

TÍTULO V

ORGANIZACIÓN TERRITORIAL DEL ESTADO

Capítulo segundo

Organización del territorio

Art. 248.- Se reconocen las comunidades, comunas, recintos, barrios y parroquias urbanas. La ley regulará su existencia con la finalidad de que sean consideradas como unidades básicas de participación en los gobiernos autónomos descentralizados y en el sistema nacional de planificación.

Capítulo tercero

Gobiernos autónomos descentralizados y regímenes especiales

Art. 259.- Con la finalidad de precautelar la biodiversidad del ecosistema amazónico, el Estado central y los gobiernos autónomos descentralizados adoptarán políticas de

desarrollo sustentable que, adicionalmente, compensen las inequidades de su desarrollo y consoliden la soberanía.

TÍTULO VI

RÉGIMEN DE DESARROLLO

Capítulo primero

Principios generales

Art. 276.- El régimen de desarrollo tendrá los siguientes objetivos:

1. Mejorar la calidad y esperanza de vida, y aumentar las capacidades y potencialidades de la población en el marco de los principios y derechos que establece la Constitución

Capítulo cuarto

Soberanía económica

Sección octava

Sistema financiero

Art. 310.- El sector financiero público tendrá como finalidad la prestación sustentable, eficiente, accesible y equitativa de servicios financieros. El crédito que otorgue se orientará de manera preferente a incrementar la productividad y competitividad de los sectores productivos que permitan alcanzar los objetivos del Plan de Desarrollo y de los grupos menos favorecidos, a fin de impulsar su inclusión activa en la economía.

Capítulo sexto

Trabajo y producción

Sección tercera

Formas de trabajo y su retribución

Art. 325.- El Estado garantizará el derecho al trabajo. Se reconocen todas las modalidades de trabajo, en relación de dependencia o autónomas, con inclusión de labores de autosustento y cuidado humano; y como actores sociales productivos, a todas las trabajadoras y trabajadores

RÉGIMEN DEL BUEN VIVIR

Capítulo primero

Inclusión y equidad

Sección duodécima

Transporte

Art. 394.- El Estado garantizará la libertad de transporte terrestre, aéreo, marítimo y fluvial dentro del territorio nacional, sin privilegios de ninguna naturaleza. La promoción del transporte público masivo y la adopción de una política de tarifas diferenciadas de transporte serán prioritarias. El Estado regulará el transporte terrestre, aéreo y acuático y las actividades aeroportuarias y portuarias.

Capítulo segundo

Biodiversidad y recursos naturales

Sección primera

Naturaleza y ambiente

Art. 395.- La Constitución reconoce los siguientes principios ambientales:

3. El Estado garantizará la participación activa y permanente de las personas, comunidades, pueblos y nacionalidades afectadas, en la planificación, ejecución y control de toda actividad que genere impactos ambientales.

LEY ORGANICA DE EDUCACION SUPERIOR

TÍTULO I

ÁMBITO, OBJETO, FINES Y PRINCIPIOS DEL SISTEMA DE EDUCACIÓN SUPERIOR

CAPÍTULO 2

FINES DE LA EDUCACIÓN SUPERIOR

Art. 8.- Serán Fines de la Educación Superior.- La educación superior tendrá los siguientes fines:

- a) Aportar al desarrollo del pensamiento universal, al despliegue de la producción científica y a la promoción de las transferencias e innovaciones tecnológicas:
- d) Formar académicos y profesionales responsables, con conciencia ética y solidaria, capaces de contribuir al desarrollo de las instituciones de la República, a la vigencia del orden democrático, y a estimular la participación social:
- e) Aportar con el cumplimiento de los objetivos del régimen de desarrollo previsto en la Constitución y en el Plan Nacional de Desarrollo:
- f) Fomentar y ejecutar programas de investigación de carácter científico, tecnológico y pedagógico que coadyuven al mejoramiento y protección del ambiente y promuevan el desarrollo sustentable nacional.

La ley de compañías establece que las sociedades ecuatorianas para constituirse deben cumplir con un proceso:

SECCION VI

DE LA COMPAÑIA ANONIMA

1. CONCEPTO, CARACTERISTICAS, NOMBRE Y DOMICILIO

Art. 144.- Se administra por mandatarios amovibles, socios o no. La denominación de esta compañía deberá contener la indicación de "compañía anónima" o "sociedad anónima", o las correspondientes siglas. No podrá adoptar una denominación que pueda confundirse con la de una compañía preexistente. Los términos comunes y aquellos con los cuales se determine la clase de empresa, como "comercial", "industrial", "agrícola", "constructora", etc., no serán de uso exclusivo e irán acompañadas de una expresión peculiar

3. DE LA FUNDACION DE LA COMPAÑIA

Art. 146.- La compañía se constituirá mediante escritura pública que, previo mandato de la Superintendencia de Compañías, será inscrita en el Registro Mercantil. La compañía se tendrá como existente y con personería jurídica desde el momento de dicha inscripción. Todo pacto social que se mantenga reservado será nulo

Art. 147.- Ninguna compañía anónima podrá constituirse de manera definitiva sin que se halle suscrito totalmente su capital, y pagado en una cuarta parte, por lo menos.

Para que pueda celebrarse la escritura pública de constitución definitiva será requisito haberse depositado la parte pagada del capital social en una institución bancaria, en el caso de que las aportaciones fuesen en dinero.

La Superintendencia de Compañías, para aprobar la constitución de una compañía, comprobará la suscripción de las acciones por parte de los socios que no hayan concurrido al otorgamiento de la escritura pública.

El certificado bancario de depósito de la parte pagada del capital social se protocolizará junto con la escritura de constitución.

Art. 150.- La escritura de fundación contendrá:

1. El lugar y fecha en que se celebre el contrato;
2. El nombre, nacionalidad y domicilio de las personas naturales o jurídicas que constituyan la compañía y su voluntad de fundarla;
3. El objeto social, debidamente concretado;
4. Su denominación y duración;
5. El importe del capital social, con la expresión del número de acciones en que estuviere dividido, el valor nominal de las mismas, su clase, así como el nombre y nacionalidad de los suscriptores del capital;
6. La indicación de lo que cada socio suscribe y paga en dinero o en otros bienes; el valor atribuido a éstos y la parte de capital no pagado;
7. El domicilio de la compañía;
8. La forma de administración y las facultades de los administradores;
9. La forma y las épocas de convocar a las juntas generales;
10. La forma de designación de los administradores y la clara enunciación de los funcionarios que tengan la representación legal de la compañía;
11. Las normas de reparto de utilidades;
12. La determinación de los casos en que la compañía haya de disolverse anticipadamente; y,

13. La forma de proceder a la designación de liquidadores.

Art. 151.- Otorgada la escritura de constitución de la compañía, se presentará al Superintendente de Compañías tres copias notariales solicitándole, con firma de abogado, la aprobación de la constitución. La Superintendencia la aprobará, si se hubieren cumplido todos los requisitos legales y dispondrá su inscripción en el Registro Mercantil y la publicación, por una sola vez, de un extracto de la escritura y de la razón de su aprobación.

Al ser un proyecto relacionado con las embarcaciones fluviales, es necesario el tener en cuenta el reglamento pertinente para operar en el Río Guayas

REGLAMENTO A LA ACTIVIDAD MARÍTIMA

Capítulo II

DE LA MATRÍCULA DE LAS NAVES

Art. 7. Para matricular por primera vez una nave construida en el país, a la solicitud respectiva se acompañarán los siguientes documentos:

- a) Título de propiedad inscrito en la Capitanía de Puerto;
- b) Planos de construcción de la nave aprobados por la Dirección General de la Marina Mercante;
- c) Certificado de Arqueo, Avalúo y Clasificación;
- d) Nombramiento del representante legal si el armador/propietario es una persona jurídica.

CAPÍTULO II

Metodología de la investigación

Método de investigación.

Para el desarrollo del presente trabajo de investigación se emplearon métodos de investigación; es decir una serie de procesos que ayudaron a la obtención de conocimientos claves para el desarrollo de un tema.

Según Méndez (2007) el método de investigación analítico inicia con el estudio de aspectos específicos de una realidad que admitirá desarrollar una relación de causa efecto. Este método consiste en la segmentación de un todo, en sus elementos para observar su naturaleza, particularidades, relaciones, etc.

En el presente trabajo se buscó establecer la relación entre la falta de servicios turísticos fluviales y el escaso desarrollo del turismo en la ciudad de Guayaquil que promoció los atractivos que ofrece el circuito fluvial y destaquen el entorno natural.

De acuerdo al método analítico, el presente trabajo de investigación se desarrolló en varias etapas que permitieron el desarrollo progresivo y ascendente del proyecto. Estas etapas son:

- Observación
- Descripción
- Examen crítico
- Composición del fenómeno
- La enumeración de las partes
- Ordenación
- Clasificación

Simultáneamente el trabajo destaca la metodología de investigación a través del método sintético, el cual es un método de razonamiento que tiende a restablecer, reunificar o reconstruir en un todo lógico y concreto los elementos destacados a través del análisis (Méndez, 2007).

El proceso a seguir dentro del proyecto de emprendimiento, en cuanto al método sintético, es identificar los aspectos y relaciones básicas en una perspectiva de totalidad. El desarrollo de la síntesis se va del material obtenido del análisis (Méndez, 2007).

El análisis y la síntesis son complementarios, en el sentido de que la mayor parte de los métodos se sirven de ellos simultáneamente. Ambos forman una unidad, son dos aspectos unidos del ser y del pensamiento.

Enfoque de la investigación.

El manejo y análisis de la información junto con la técnica de recolección de datos a utilizarse dependerán del enfoque, las variables y problemática que ésta posea. Para este estudio se utilizará un enfoque mixto, ya que se necesita de ambas partes para analizar minuciosamente los aspectos planteados.

La investigación cuantitativa se sirve de un enfoque estructurado en base a conocimientos obtenidos de la previa investigación cualitativa realizada (Merino, Pintado, Sánchez, Estévez, & Grande, 2010). A través de esta investigación los resultados son cuantificados, arrojando datos estadísticamente representativos (Merino et al., 2010).

La investigación cualitativa, más que explicar las relaciones causales a través de un análisis estadístico, busca percibir una situación, en la que el ser humano participa como una fuente central de datos para medir el funcionamiento de la interacción (J. Ruiz, 2007).

El trabajo de investigación a analizarse se vale de valores numéricos cuantificables para establecer una relación entre los atractivos y servicios que el

consumidor conoce y lo que está dispuesto a experimentar en la ciudad de Guayaquil. Así como también es necesario medir la predisposición y aceptación de la comunidad en destino, la Isla Puná.

La presente investigación, a su vez, tiene un enfoque cualitativo puesto que busca describir las características que tiene el hecho investigado, destacando el significado de los actos humanos. En este caso, se trata de caracterizar el escaso desarrollo del turismo fluvial en la ciudad de Guayaquil, analizando una de sus causas que es la escasez de servicios de paseos fluviales que ofrezcan servicios de guianza, alimentación y entretenimiento a bordo.

Técnicas.

En el proceso de recolección de información para el análisis-sintético se utilizaran las siguientes técnicas.

Las fuentes primarias se valen de técnicas y procedimientos que proporcionen la información adecuada, entre ellas tenemos:

Observación: Es una técnica de recolección de información, desarrollada a través de un proceso que da como resultado el conocimiento científico. Se genera una conversación no verbal entre el observador y el hecho o realidad observada; donde el observador capta e interpreta la situación tal como es, sin manipulaciones ni modificaciones, para obtener resultados profundos y completos (J. Ruiz, 2007).

Observación no participante: Admite el reconocimiento de hechos de carácter público, logrando la identificación de los hábitos de compra y la observación de los posibles competidores para esta idea de negocio (Méndez, 2007).

Observación indirecta: Se aplica esta técnica con el propósito de recoger información específica de un comportamiento sin ser parte del entorno participante (Méndez, 2007).

Entrevista: Una entrevista es una técnica de recolección de datos del enfoque de investigación cualitativa, que requiere entablar una conversación profesional con una persona que se encuentre actualizada en materia del tema en investigación para lograr un posterior diagnóstico de lo tratado (J. Ruiz, 2007).

Encuesta: A través del enfoque cuantitativo se puede emplear la encuesta como técnica de recolección de datos, la cual analizará una población determinada para obtener la muestra que puede ser estudiada. Esta técnica se ejecuta por medio de formularios basados en el problema a analizar, dando paso al conocimiento de las motivaciones, las actitudes y los criterios de los individuos en relación con el objeto de investigación (Méndez, 2007).

Como fuentes secundarias se manejaron textos, revistas, documentos, prensa, tesis, informes que brindaron información amplia y actualizada de la situación actual de las áreas estudiadas.

Diseño de la investigación a efectuar

Universo – Población.

De acuerdo al INEC (2010) la provincia del Guayas cuenta con 3.645.483 habitantes, mientras que la ciudad de Guayaquil posee 2.350.915 habitantes. Para el desarrollo del presente trabajo se considera como universo la provincia del Guayas y la ciudad de Guayaquil como población para ser analizada. Adicionalmente, se consideran los turistas que han ingresado en la provincia del Guayas en los últimos meses por concepto de turismo (37.287 hab).

Muestra.

(J. Ruiz, 2007)define el muestreo como: “técnica de selección de sujetos”, es decir que analiza de un todo una porción para minimizar los costos de tiempo, costos monetarios y esfuerzos físicos al momento de recolectar datos que reflejarán los resultados de la proporción analizada como una conclusión generalizada.

Muestra

$$n = \frac{Z^2 * P * Q}{E^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 * 0,5 * 0,5}{0,05^2}$$

$$n = \frac{3,8416 * 0,25}{0,0025}$$

$$n = \frac{0,9604}{0,0025}$$

$$n = 384,16$$

Z^2 : Nivel de confianza

P/Q: Probabilidades que se presente el fenómeno

E^2 : Margen de error

Debido a que la población supera los 100.000 habitantes con 2.379.418 personas, es importante hacer el cálculo de la muestra con la fórmula de población infinita. En dicha fórmula, se consideró tomar un nivel de confianza del 95%, ya que es el valor de incertidumbre que se puede tolerar. Mientras que el margen de error tolerable escogido es del 5%, puesto que entre más bajo es este porcentaje, más preciso y exacto será el resultado. Se ha escogido un 50% de posibilidad de que suceda el fenómeno.

El cálculo del tamaño de la muestra refleja un monto mínimo de 385 personas a encuestar para obtener resultados con el nivel de confianza y margen de error deseado.

Técnicas de recolección de datos.

Para el desarrollo del trabajo de investigación se recolectó información a través de diversas técnicas que han facilitado la obtención de datos precisos y completos, reflejando resultados oportunos.

Se realizó una observación de aquellos personajes y lugares involucrados que darán paso al desenvolvimiento de la propuesta de negocio. Fue necesario observar el comportamiento y el perfil de los usuarios de empresas de servicios similares al del

presente proyecto, con el propósito de identificar la situación actual, la motivación y predisposición de los mismos ante este servicio. Además de analizar la oferta de la posible competencia y su desenvolvimiento con el trato a los consumidores.

Como aporte al desarrollo del presente trabajo, se analizaron las entrevistas realizadas a los representantes de organismos gubernamentales poseedores del conocimiento necesario para proceder con el trabajo de investigación. A su vez, se aplicó una encuesta aleatoria e intencional a una muestra relevante; los pobladores de la Isla Puná, los pobladores de la ciudad de Guayaquil y los visitantes de la provincia del Guayas, teniendo en cuenta las necesidades e intereses de los visitantes que se beneficiaran con esta idea de negocio, dando paso al análisis profundo de mercado.

Tabla 1:
Cuadro de involucrados

GRUPO INDIVIDUO	TAMAÑO GRUPO (N)	TAMAÑO MUESTRA (n)	TIPO MUESTREO	MÉTODO TÉCNICA
Pobladores de la ciudad de Guayaquil y turistas de la provincia del Guayas.	2.388.198	385	Aleatorio	Encuestas
Pequeñas y mediana empresas		5	Intencional	Encuestas
Agente del INOCAR	1	N / A	N/A	Entrevista
Propietario del taller artesanal “El Padre”	1	N / A	N / A	Entrevista

Nota. Fuente: investigación

Presentación de los resultados de la encuesta aleatoria.

Como aporte al desarrollo de la propuesta de negocio se realizó una encuesta de manera aleatoria a 385 personas para analizar el nivel de aceptación de la idea de negocio y los gustos y preferencias actuales de las personas.

Como resultado de dichas encuestas se han obtenido diversos datos que soportan la propuesta de negocio y son presentados a continuación:

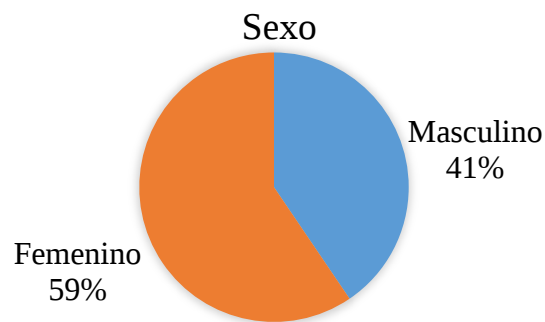


Figura 3: Sexo
Elaboración: autoras de la tesis

De las 385 personas encuestadas, se obtuvo que la mayoría las encuestas fueron resueltas por el sexo femenino, sin dejar de lado el aporte del 41% de los gustos y preferencias masculinas, lo cual ayuda a determinar las preferencias y gustos de las personas.

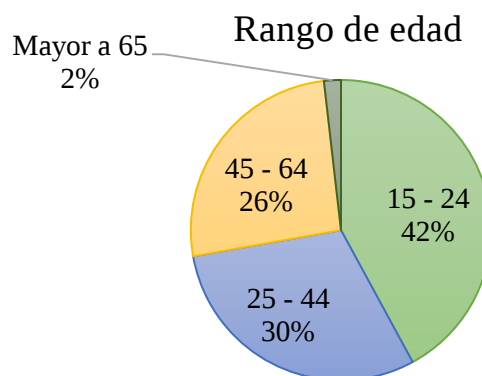


Figura 4: Rango de edad
Elaboración: autoras de la tesis

Los jóvenes de entre 15 y 24 años tienen una participación mayoritaria con un 42% en el aporte de información para el desarrollo del presente trabajo, permitiendo analizar un segmento determinado.

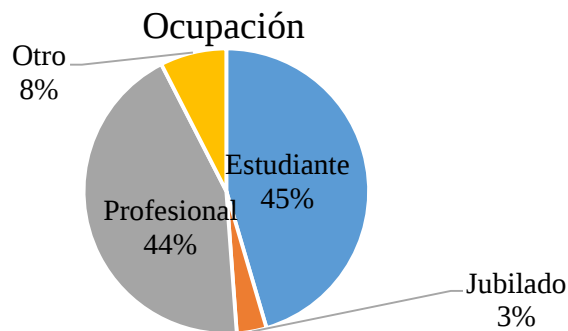


Figura 5: Rango de edad
Elaboración: autoras de la tesis

Se refleja una aproximación del 44% y 45% en la ocupación de los encuestados, los cuales en su mayoría son profesionales y estudiantes, respectivamente; estableciendo el nivel de educación y actividad que realizan.

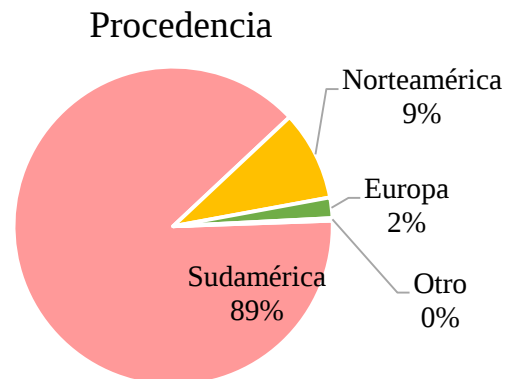


Figura 6: Procedencia
Elaboración: autoras de la tesis

Un 89% de la personas son de procedencia Sudamericana, lo cual muestra la amplia experiencia y expectativa del sector de América del Sur. Sin embargo, el 9% de Norteamericanos y el 2% de Europeos que aportaron en esta no son menos importante, más bien son de ayuda para conocer este nicho de mercado.

Estadía habitual en la ciudad de Guayaquil

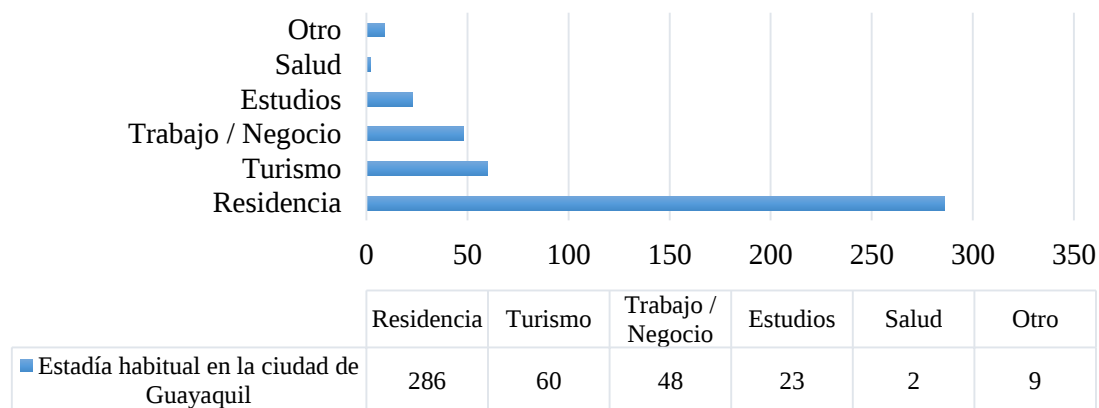


Figura 7: Estadía habitual en la ciudad de Guayaquil

Elaboración: autoras de la tesis

El conocer los motivos por los cuales las personas visitan Guayaquil incide en el desarrollo de la presente idea de negocio, ya que gracias a ello se puede establecer el tipo de visitantes a los que se debe enfocar y diseñar la propuesta. Los resultados reflejan que la mayoría de personas residen en la ciudad y son las que están en constante búsqueda de actividades de recreación.

¿Qué actividades de recreación realiza usted en Guayaquil?

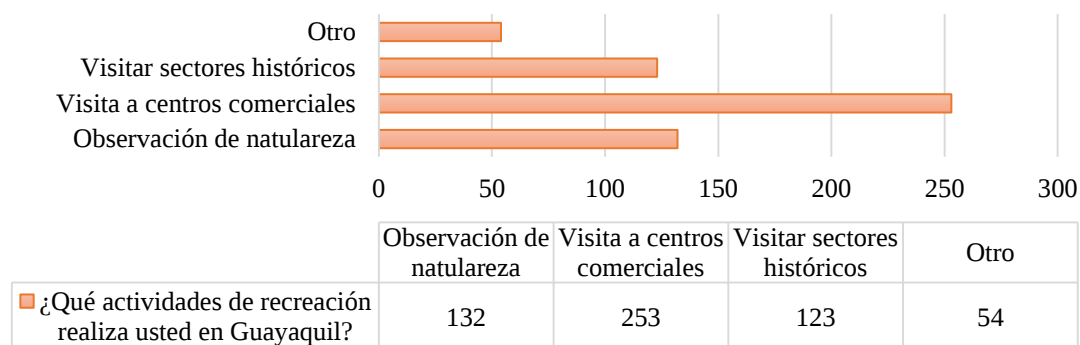


Figura 8: Actividades de recreación

Elaboración: autoras de la tesis

Guayaquil posee actividades de recreación para sus habitantes como sus visitantes, pero las mismas no son variadas y en muchas ocasiones provoca que las personas se trasladen a otros lugares o realicen actividades monótonas.

Un notable porcentaje de los encuestados realiza visitas a los distintos centros comerciales que la ciudad ofrece, sin embargo existe un grupo amplio que también realiza visitas a los sectores históricos y observación de naturaleza, por lo que la propuesta puede adaptarse y cumplir con los gustos y requerimientos de las personas de brindar un nuevo concepto de actividades de ocio y recreación.

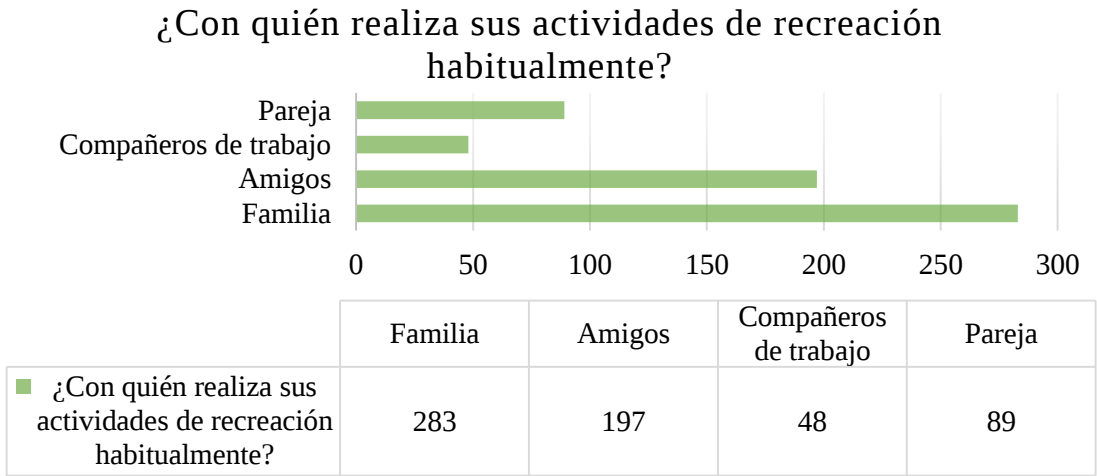


Figura 9: Realización de actividades de recreación
Elaboración: autoras de la tesis

Es importante conocer las personas con las que los visitantes deciden pasar su tiempo de descanso y ocio, con el fin de realizar estrategias para afianzar esos lazos que los une y diseñar programas que más se adapten a ellos.

Un 45, 86% de los encuestados pasan junto a sus familiares sus momentos de relajación, diversión y ocio. Por lo que es necesario montar en el proyecto a desarrollar un ambiente de seguridad y familiar para que los usuarios puedan sentirse más a gusto.

¿Conoce de paseos que se realicen en el Río Guayas
partiendo del Malecón Simón Bolívar (Malecón 2000)?

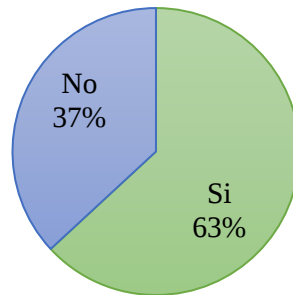


Figura 10: Conocimiento de paseos en el río Guayas
Elaboración: autoras de la tesis

Con esta pregunta se trata de analizar el nivel de conocimiento que las personas tienen acerca de los paseos que se realizan por el río Guayas, lo cual permite determinar si existe o no una buena promoción y difusión de los diversos servicios que se ofrecen desde el Malecón Simón Bolívar por el río Guayas.

El 63% de los encuestados tienen conocimiento sobre paseos a lo largo del río Guayas, mientras que un 37% no sabía que existían. Por lo que en la idea de negocio se debe implementar una promoción, difusión y plan de marketing agresivo para que la información le llegue a la mayor cantidad de personas posibles.

¿Ha realizado alguno de estos paseos?

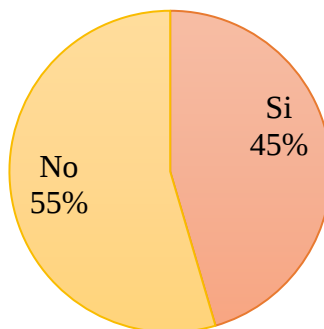


Figura 11: Realización de paseos fluviales
Elaboración: autoras de la tesis

En la encuesta realizada se ha procedido a averiguar entre los visitantes de la ciudad de Guayaquil la posible experimentación de servicios de paseos fluviales en el río Guayas partiendo del Malecón Simón Bolívar, de las cuales un 55% nunca ha usado este tipo de servicio, por lo que hay que despertar el deseo en ellos de asistir a estos paseos. Del 45% de personas que ha experimentado estos servicios se debe manejar estrategias para atraerlos a la propuesta de negocio y superar sus expectativas.

¿Le gustaría realizar un paseo turístico por el Río Guayas con servicio de guianza, entretenimiento y alimentos y bebidas en CATAMARAN (embarcación liviana con gran estabilidad para la navegación)?

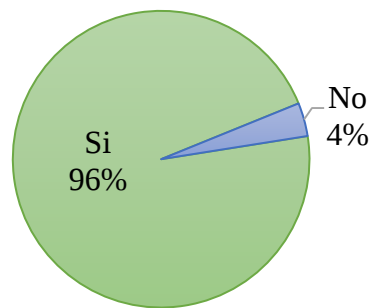


Figura 12: Predisposición de los usuarios para acceder a la idea de negocio
Elaboración: autoras de la tesis

Es indispensable conocer la predisposición de las personas para experimentar la idea de negocio propuesta y así deducir si tendrá acogida o no al momento de ponerla en marcha. Esto ayuda a medir el nivel de aceptación que podría tener el proyecto para evaluar sus impactos.

De los encuestados, el 96% está de acuerdo y tiene la predisposición de realizar un paseo turístico por el río Guayas con servicio de guianza, entretenimiento y alimentos y bebidas en catamarán partiendo del Malecón Simón Bolívar, los que refuerza la aceptación del proyecto entre los visitantes y pobladores de la ciudad de Guayaquil.

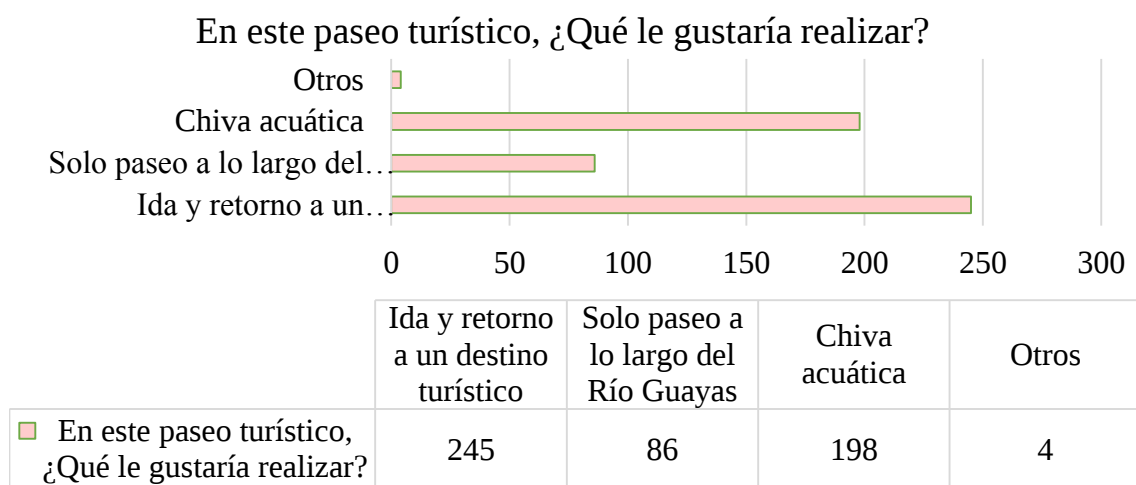


Figura 13: Actividades dispuestas a realizar en el paseo propuesto
Elaboración: autoras de la tesis

Una vez que las personas han mostrado un alto grado de aceptación a los paseos por el río Guayas es vital analizar y conocer los tipos de paseos que están interesados en realizar para implementar en la idea de negocio, ya que del cliente depende el éxito de una empresa.

El 45, 97% de los encuestados está a favor de realizar paseos de ida y vuelta a un punto destino, mientras un 37, 15% está de acuerdo con realizar una actividad en chiva acuática. El 16, 88% está a favor de realizar otras actividades como solo paseos a lo largo de la ribera del río Guayas para conocer gran parte de Guayaquil.

¿Le gustaría visitar la Isla Puná como destino de este paseo fluvial?

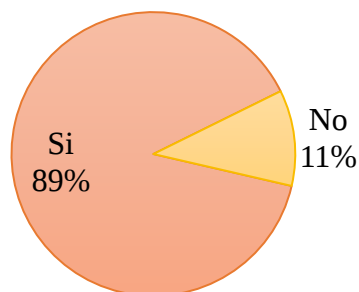


Figura 14: Predisposición de realizar la idea propuesta
Elaboración: autoras de la tesis

Esta propuesta de negocio busca realizar paseos en el río Guayas con el fin de visitar la Isla Puná como punto de destino, por lo que es necesario conocer la predisposición de las personas de visitar este sitio.

Puede desarrollarse el viaje a la Isla Puná como punto de destino y las personas estarían dispuestas a adquirir y disfrutar del servicio, ya que solo un 11% se negó a visitar esta isla en el servicio a ofrecer.

¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un servicio de paseo fluvial en catamarán desde Guayaquil hacia la Isla Puná que ofrezca entretenimiento, guianza, alimentos y bebidas?

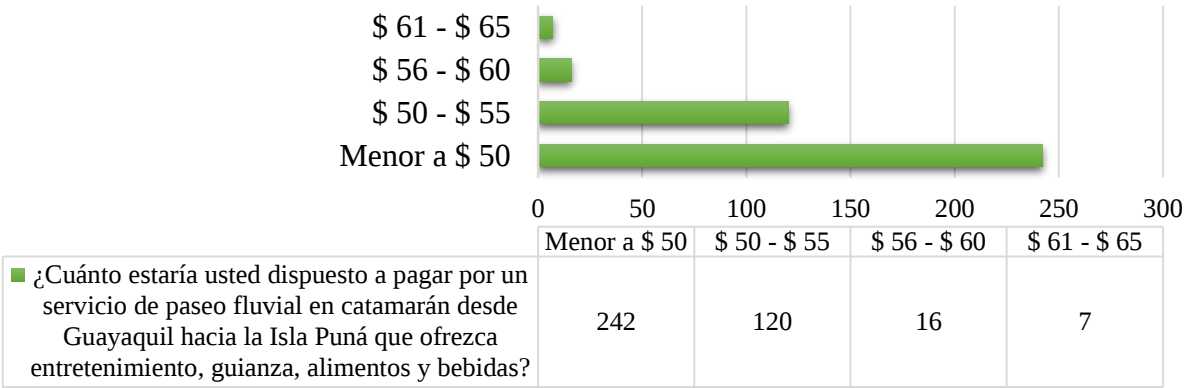


Figura 15: Presupuesto de cada encuestado para la realización del paseo
Elaboración: autoras de la tesis

Analizar la capacidad económica de las personas permite medir el costo que ellas cubrir para el desarrollo de las actividades que el plan de negocio oferta. La mayoría de los encuestados están en la capacidad de gastar hasta \$50 por un tiempo de distracción y diversión en un servicio de paseo fluvial por el río Guayas hacia la Isla Puná con actividades a bordo.

¿Qué actividades le gustaría desarrollar en el punto de destino?

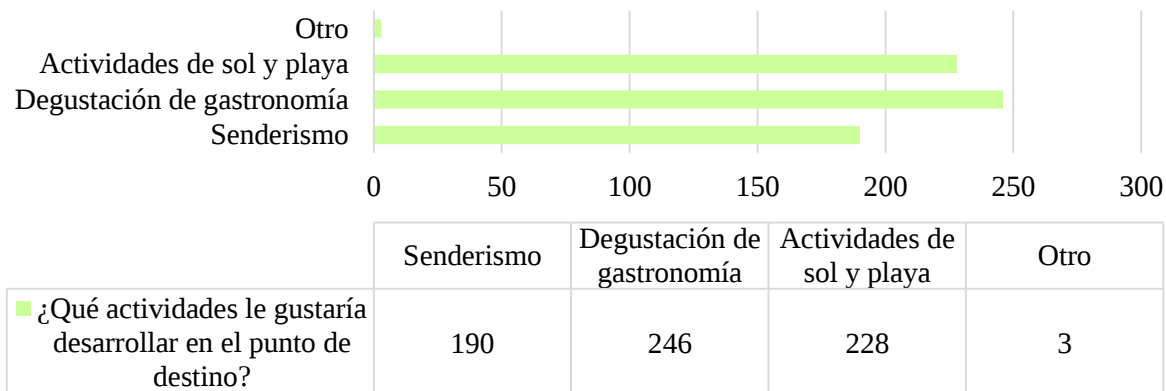


Figura 16: Actividades dispuestas a realizar en el punto de destino
Elaboración: autoras de la tesis

La opinión de los visitantes y residentes de Guayaquil sobre las actividades a realizar en el punto de destino intervienen en el desarrollo y promoción de las mismas, ya que el proyecto debe acoplarse a los requerimientos, deseos y necesidades de las personas.

Un 36, 88% desearía disfrutar de la gastronomía del punto de destino, mientras que al 34, 18% le gustaría realizar actividades de sol y playa. Por lo que esto puede combinarse para ofertar un producto diversificado que se ajuste a los requerimientos de los visitantes y pobladores de la ciudad de Guayaquil.

Interpretación de resultados.

De acuerdo a las encuestas realizadas como fuente de recolección de datos para el desarrollo de la presente idea de negocio, los seres humanos están en busca de nuevas y diversas actividades a realizar en sus tiempos de ocio y recreo, con el fin de tener un tiempo para relajarse del estrés diario, divertirse sanamente y fraternizar con sus amigos, compañeros de trabajo, pareja, pero en especial para compartir con sus familiares.

Las encuestas tabuladas reflejan resultados positivos, en cuanto al nivel de aceptación y predisposición de las persona para realizar paseos fluviales en catamarán desde la ciudad de Guayaquil hacia la Isla Puná con guianza, entretenimiento, alimentos y bebidas a bordo, lo que sirve de soporte para la realización del proyecto.

Presentación de los resultados de la encuesta intencional.

En la investigación de mercado se ha realizad un estudio específico a organizaciones privadas que podrían contratar los servicios que este proyecto ofrece para realizar los paseos de integración de sus colaboradores.

Las pruebas arrojan los siguientes resultados:

¿La empresa realiza actividades de integración para su personal?

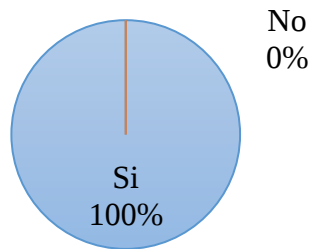


Figura 17: Incidencia de empresas en actividades de integración para su personal
Elaboración: autoras de la tesis

El 100% de las empresas en las que se ha aplicado la encuesta indican que sí dedican tiempo y planifican un presupuesto para desarrollar actividades de integración para su personal, lo que denota que hay público interesado en actividades novedosas que mejoren la integración del personal empresarial.

¿Cada cuánto realiza estas actividades de integración para el personal?

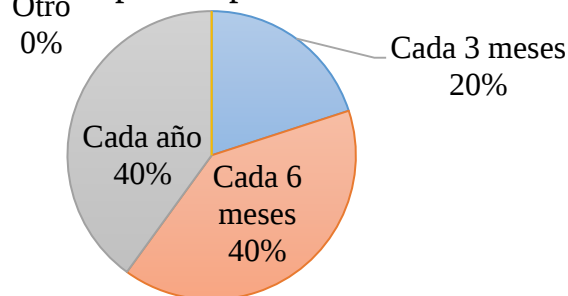


Figura 18: Frecuencia de las empresas para realizar actividades de integración
Elaboración: autoras de la tesis

La intencionalidad de esta pregunta es descubrir la frecuencia con la que realizan actividades de recreación para los empleados, lo que ayuda a determinar cada cuanto tiempo se tendrá público interesado en realizar actividades de entretenimiento al año, y se podrá estar alerta para ofertar actividades innovadoras que puedan enriquecer la experiencia del personal a bordo.

Dada la encuesta se ha determinado como resultado que las empresas realizan actividades de integración de una a dos veces en el año, por lo que existe un público específico por satisfacer en determinados periodos del año.

¿Cuántos empleados asisten a las actividades que realizan de integración?

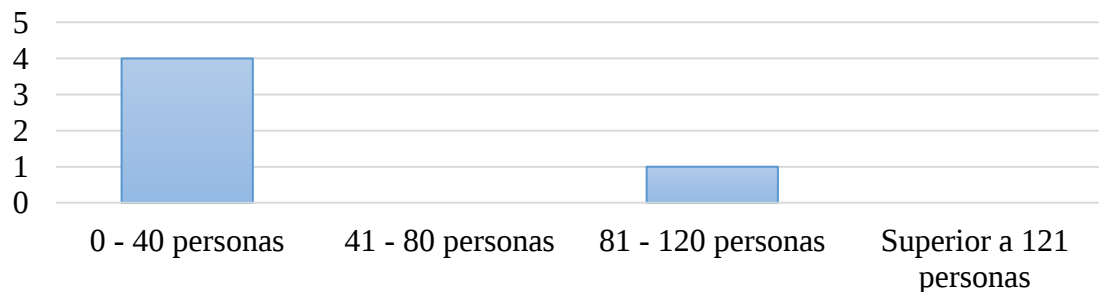


Figura 19: Cantidad de empleados que asisten a los paseos de integración
Elaboración: autoras de la tesis

Esta pregunta permite orientar los recursos a un tipo de empresa específico, de acuerdo a la cantidad de colaboradores que posee la organización; así poder abarcar este espacio de mercado. Los resultados muestran a las pequeñas y medianas empresas como un nicho de mercado potencial, ya que manejan un personal reducido al cual se puede satisfacer en esta idea de negocio. Mientras que las empresas grandes y multinacionales, las cuales manejan gran cantidad de colaboradores, imposibilitan que actualmente la presente idea de negocio cubra este segmento debido a su volumen de personal, sin embargo a futuro se pueden incrementar la cantidad de embarcaciones, acaparando el público de las grandes empresas.

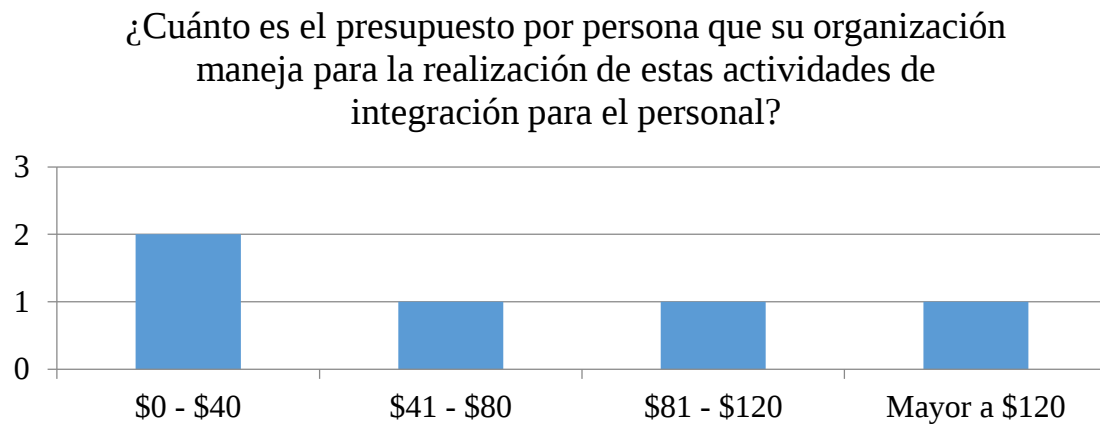


Figura 20: Presupuesto de las empresas para desarrollar actividades de integración
Elaboración: autoras de la tesis

Este punto sondea el presupuesto que las empresas planifican para el desarrollo de sus actividades de integración por cada empleado; así se puede llegar a establecer el precio óptimo que las organizaciones estarían dispuestas a pagar de acuerdo a sus necesidades.

El resultado refleja la aceptación del precio que la propuesta de negocio sugiere, debido a que el presupuesto destinado por persona por parte de las empresas encuestadas fluctúa entre \$0 - \$40 en su mayoría.

¿Conoce de paseos que se realicen en el Río Guayas
partiendo del Malecón Simón Bolívar (Malecón 2000)
enfocados en el manejo de actividades empresariales?

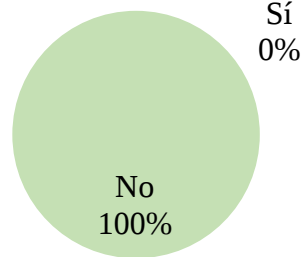


Figura 21: Conocimiento de propuestas de paseos por el río Guayas
Elaboración: autoras de la tesis

Con esta pregunta se busca identificar si existe algún conocimiento por parte de los encuestados sobre empresas que ofrezcan servicios similares a los de esta idea de negocio. Como resultado se tiene que no poseen información de ninguna empresa que pueda ofrecerles este servicio empresarial para sus actividades de integración.

¿Estaría dispuesto a realizar paseos turísticos por el Río Guayas con servicio de guianza, entretenimiento, alimentos y bebidas en Catamaran (Embarcación liviana con gran estabilidad para la navegación) como actividades de integración para su personal?

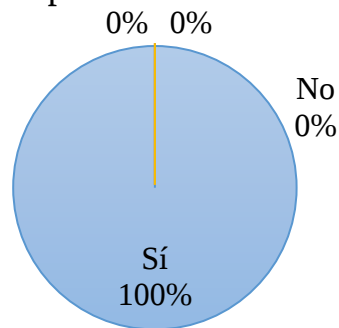


Figura 22: Predisposición de las empresas para adquirir el plan propuesto
Elaboración: autoras de la tesis

Se busca analizar el grado de aceptación por parte de las diferentes empresas, y dado el análisis de los resultados, las empresas están interesadas en realizar paseos en

catamarán con todos los servicios a bordo como actividades para la integración de su personal.

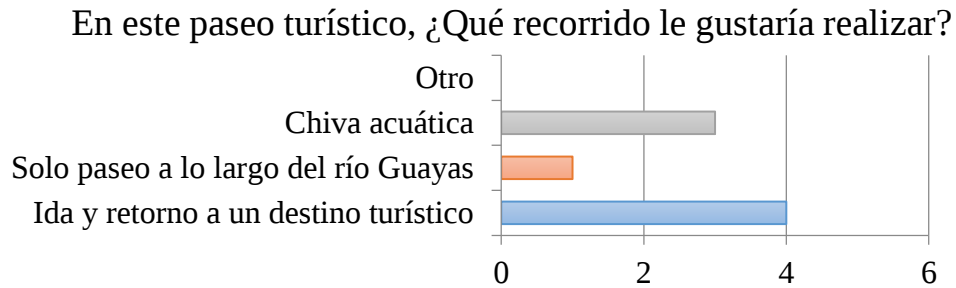


Figura 23: Paseo dispuesto a realizar
Elaboración: autoras de la tesis

El análisis del recorrido a escoger es una pregunta importante ya que genera la orientación de los gustos para satisfacer de manera más personalizada los diferentes intereses, y en su totalidad las empresas están interesadas en realizar un viaje ida y retorno a un punto turístico, lo que provoca que la idea de negocio propuesta en la actual investigación sea competitiva.

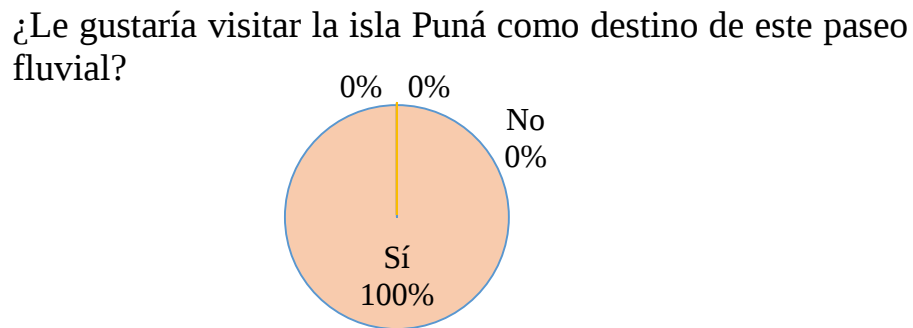


Figura 24: Nivel de conformidad de visitar la isla Puná como punto de destino
Elaboración: autoras de la tesis

La última pregunta indaga el nivel de interés en el destino que se propone en la presente idea de negocio, y según los resultados alcanzados la isla Puná es un destino de gran interés para los futuros clientes empresariales que realizarían este paseo.

Interpretación de los resultados.

De acuerdo al análisis y los resultados de cada una de las preguntas realizadas a cada una de las empresas escogidas se determina que el negocio que se propone tiene la total aceptación para orientar sus actividades, a actividades empresariales que puedan de esta manera incluir empresas pequeñas y medianas satisfaciendo este nicho de mercado que se encuentra inerte y puede generar un alza en el crecimiento de los ingresos.

Entrevistas

Propietario del taller artesanal “El Padre”.

De acuerdo a la entrevista realizada al Gerente y propietario del taller “El padre”, Wilter Alcívar, se pudo destacar varios puntos a favor de la embarcación catamarán que se propone en la idea de negocio.

Alcívar (2014), constructor de embarcaciones marítimas y fluviales, destaca que el catamarán construido a base de fibra de vidrio, debe contar con dos motores y dos mangas largas que mantiene el equilibrio y la seguridad al navegar en los ríos, esto da indicio de que es una embarcación idónea para realizar actividades de turismo. De no presentar ninguna falla esta embarcación no necesita mantenimiento continuo más que de la revisión completa a los 2 años cuando se vaya a renovar la matrícula, dando retoques de pintura para mantener en buen estado la fachada.

El catamarán puede utilizar gasolina súper o extra dependiendo del motor que utilice. En el mercado existen varios proveedores y los más destacados son Suzuki con un costo de \$12.000 y Yamaha con precio de \$ 25.000. El aceite y la gasolina tienen compartimientos individuales, la embarcación cuenta con un pozo en el cual se depositan las aguas negras las cuales deben ser desechas después de cada viaje por los tripulantes encargados.

Un catamarán para 45 personas con medidas de 10,30 metros de eslora y 5.5 metros de manga y de calado 1.10 m y 50.cm de calado ya con los tripulantes y

pasajeros a bordo, con conexiones eléctricas y dos motores de 200 hp está valuada en \$65.000.

El tiempo de construcción de la embarcación es de aproximadamente cuatro meses dependiendo del grado de complejidad o requerimientos del solicitante. Existen dos formas de transportar la embarcación una de ellas es armarla y ponerla en marcha desde el puerto más cercano del constructor, teniendo que ser navegada por el cuerpo de tripulantes del comprador hasta el lugar donde va a operar. La otra opción para entregar la embarcación es proporcionado un espacio al constructor en la sede donde se va a operar para que procedan a ensamblar la embarcación y ponerla en marcha.

Análisis entrevista.

Como resultado de la entrevista se concluye que el catamarán es una embarcación que puede ofrecer un traslado seguro y confortable a los turistas, debido a su estructura permite la navegación por ríos de manera tranquila. También se resalta que Ecuador cuenta con la mano de obra especializada para la construcción de todo tipo de embarcaciones debido a que los constructores se encargan de conseguir el material necesario para terminar una embarcación de calidad que cumpla con todos los requisitos del solicitante y sea propicia para la navegación.

Agente del INOCAR.

Como aporte para el desarrollo del presente trabajo se realizó una entrevista a un agente del Instituto Nacional Oceanográfico de la Armada, Efren Pino, el cual facilitó la información cartográfica como la herramienta principal para conocer las rutas navegables que llegan al destino de la isla Puná partiendo de la ciudad de Guayaquil.

Dentro de la entrevista se pudo detallar de manera clara que las rutas que se destacan en el mapa son rutas estudiadas con anterioridad por el instituto, por lo que ya tienen la aprobación para que las embarcaciones puedan realizar los circuitos sin mayor inconveniente. En el mapa cartográfico se destacar tres colores que indican:

- El color blanco: es el color que determina la ruta idónea por la que los navegantes pueden circular. La profundidad del río proporciona una seguridad de no tener problemas con la sedimentación.
- El celeste: es la ruta con una profundidad no adecuada para la navegación.
- El color azul oscuro: determina el circuito que tiene problemas de profundidad y presenta sedimentación que imposibilita la navegación.

La ruta navegable está señalizada a lo largo del río por boyas que limitan el espacio apto y no apto. Estas boyas emanan unas luces verdes y rojas, las cuales van trazando el camino establecido por estudios anteriores. Lo correcto es navegar entre las boyas con luces verdes, ya que ya las rojas indican el fin de la zona apta para la navegación.

Análisis entrevista.

El resultado de la entrevista arroja que el problema de la sedimentación en el río Guayas para la ruta que se está desarrollando hacia la isla Puná no es un impedimento, puesto que el organismo respectivo se ha encargado de realizar estudios profundos sobre las rutas navegables del río hacia esta zona, es por esto que se denota un punto favorable para la puesta en marcha de la presente idea de negocio.

La ruta óptima para el desarrollo de esta idea de negocio es la que atraviesa por el sector de las Esclusas y en su trayecto se conoce la isla Mondragón; donde se podrán observar los faros de Punta de Piedra, Punta Mandinga, Punta Española y Puerto Grande. La ruta destaca la historia de los piratas hacia la ciudad de Guayaquil y a lo largo del circuito se puede observar los puntos de captura del cangrejo y de los diferentes mariscos de la zona.

CAPÍTULO III

Estudio del mercado

Toda actividad relacionada con el turismo le genera ingresos al país, razón por la cual, es política de Estado priorizar este sector de la economía, según se indica en los postulados de la denominada “matriz productiva del Ecuador”. Teniendo en consideración el flujo de personas que llega a la ciudad de Guayaquil y la predisposición de sus habitantes de pasar momentos de recreación dentro de la ciudad, se plantea un proyecto innovador que permite el desarrollo de la actividad turística.

Este proyecto de investigación está basado en las necesidades de fomentar el turismo en la ciudad de Guayaquil, a través de un modelo que no ha sido completamente explotado, puesto que existen pocos negocios dedicados a ofertar servicios de paseos fluviales por el río Guayas hacia la Isla Puná. Al contar con facilidad para la navegación y con potencial turístico es posible ofertar servicios de paseos fluviales en catamarán por el río Guayas hacia la Isla Puná, con guianza, entretenimiento, alimentos y bebidas a bordo.

El servicio ofertado está destinado tanto a niños, jóvenes y adultos que deseen pasar un tiempo inolvidable con amigos y familiares, mientras se relajan del estrés de la ciudad y la tensión del trabajo. La ubicación en la que se desarrollará este proyecto es favorable ya que existen estudios que posibilitan la navegación a lo largo del río.

Debido a que las personas tienen el deseo y la necesidad de relacionarse entre sí, constantemente están en busca de actividades de recreación y de ocio donde puedan pasar un buen rato en compañía de amigos o familia. No obstante, existe gran parte de guayaquileños que pasa su tiempo trabajando, ya que Guayaquil es una ciudad comercial. Sin embargo este grupo de personas busca en sus ratos libres un tiempo de relajación, diversión y esparcimiento, ya sea con amigos, familia, pareja o los mismos compañeros de trabajo. En ambos casos es indispensable efectuar un estudio íntegro para alcanzar la satisfacción total y superar las expectativas del presente plan de negocio.

Análisis de las 5 fuerzas de Porter.

En la actualidad, las personas buscan pasar su tiempo libre con su familia y el ambiente que perciban durante ese tiempo es importante. Hay que tener en cuenta que para cualquier emprendimiento de un nuevo negocio se deben analizar minuciosamente los riesgos competitivos para poder establecer estrategias para ingresar al mercado; por lo que se analizarán las 5 fuerzas de Porter para tener un amplio conocimiento acerca de la industria.

El análisis inicia señalando el medio nivel de amenaza de nuevos competidores en el negocio de paseos fluviales hacia la isla Puná con servicio de guianza, entretenimiento, alimentos y bebidas a bordo en catamarán. Esta actividad no está determinada en el mercado y a corto plazo no se ha confirmado la participación de una nueva empresa en esta misma actividad, puesto que existen barreras que les impiden el fácil acceso; como la alta inversión para la obtención de la embarcación para satisfacer las necesidades del mercado, en especial la falta de capacitación en el servicio que se ofrece.

Sin embargo, con el proyecto del Ministerio de Turismo, “Turismo en el Golfo de Guayaquil”, hay que estar pendientes de las posibles nuevas empresas que deseen ingresar este sector comercial, puesto que el proyecto tiene previsto el desarrollo de infraestructura turística y de 12 circuitos a lo largo del río Guayas, y pueden aparecer nuevos competidores con nuevos recursos y capacidades.

Es trascendental destacar las rivalidades con los competidores para comparar el grado de competencia en el mercado. Actualmente, en el cantón Guayaquil no existe una empresa que brinde este tipo de servicio. Sin embargo, hay que estar alerta y tomar medidas ante el desenvolvimiento del entorno; modernizando y desarrollando técnicas para optimizar la calidad del servicio y la utilización de los recursos, siempre sirviendo con la seguridad que el usuario merece obtener.

Es necesario considerar también el poder de amenaza de los productos sustitutos; incluso cuando, con respecto a la industria, éste sea de un nivel medio. Existen operadores turísticos especializados, que cuentan con la creación y ejecución de rutas turísticas a lo largo del río Guayas; cubriendo las necesidades de varias familias de disfrutar de los atractivos naturales. En la actualidad según la técnica de observación empleada se ha determinado que existen 3 operadores que ofrecen servicios similares pero no con el mismo servicio lo que ubica a la propuesta en la diferenciación del servicio.

El poder de negociación con los clientes es de vital importancia, ya que la vida del negocio depende netamente de ellos; y son los clientes quienes determinan la calidad de lo ofertado. Por lo que se deben crear e innovar las estrategias para captar la atención de los diversos espectadores. Esto se puede lograr con la utilización de tecnología de punta y servicio impecable, haciendo que la experiencia de cada uno sea satisfactoria, y optimizando los recursos al máximo para que el precio final sea asequible para todas las personas dispuestas a pagar por este servicio.

Es vital tener en cuenta el poder de negociación de proveedores, el cual es un factor clave para el desarrollo de este plan de negocio. Dado que el producto que se ofrece es un servicio a través de una embarcación denominada catamarán, que brindará facilidad, seguridad para la navegación y confort a los pasajeros. Los constructores o empresa encargada de realizar la embarcación tienen gran poder de negociación ya que son pocas las empresas que se dedican a esta actividad y es por esto que se debe manejar una estrategia de negociación para acordar costos que beneficien a las dos partes. Con respecto al servicio de alimentos y bebidas se manejara una variedad de proveedores con los cuales se logrará mantener un estándar de calidad en el servicio.

Tabla 2:

Matriz análisis de Porter

ASPECTO EVALUADO	IMPACTO	FUNDAMENTACIÓN	ESTRATEGIA
Amenaza de nuevos competidores	Media	Costos de construcción de embarcaciones similares son altos.	Innovación constante para evitar que el servicio se vuelva monótono y aburrido.
Rivalidades con los competidores	Baja	Paseos turísticos usando “catamarán” no existen en el mercado	Aprovechar la oportunidad de este nicho de mercado
Productos sustitutos	Media	La competencia está compuesta por: chivas acuáticas, paseos por el malecón	Diferenciar el servicio: implementar guianza en el paseo, entretenimiento, alimentos y bebidas.
Poder de negociación con los clientes	Alta	Las elecciones del consumidor se fundamentan básicamente en el precio y la relación precio / calidad	Optimizar costos de funcionamiento para ofrecer precio más competitivo. Servicios adicionales, alianzas estratégicas con mayoristas de turismo, agencias de viaje, hoteles, empresas en general (paseos de integración, festividades, etc)
Poder de negociación de los proveedores	Media	Pocos ensambladores de embarcaciones fluviales tipo catamarán.	Manejar relaciones comerciales adecuadas con el fabricante.

Escasez de guías certificados.	Constante capacitación de guías y apoyo constante a su desarrollo profesional.
Muchos proveedores de alimentos y bebidas.	Elección de calidad adecuada en productos a ofrecer.

Nota. Fuente: investigación
Elaboración: autoras de la tesis

Análisis FODA del proyecto.

Es de vital importancia estar al tanto de la situación actual del entorno, por lo que es significativo efectuar el análisis FODA para plasmar una correcta definición del medio.

Fortalezas.

- Primera empresa en ofrecer servicio de paseos fluviales con entretenimiento, guianza, servicio de alimentos & bebidas.
- Manejo de un mercado diversificado.
- Dominio de personal capacitado en el desarrollo de actividades turísticas.
- Desarrollo de un proyecto sustentable y sostenible en conjunto con los habitantes de ambos destinos.
- Empleo de Catamarán, un nuevo concepto de embarcación fluvial.

Oportunidades.

- Riqueza paisajística
- Apoyo de entidades públicas y gubernamentales dispuestas a impulsar el turismo
- Flujo frecuente de visitantes por diversos motivos a la ciudad de Guayaquil
- Crecimiento económico por la creación de nuevas plazas de trabajo

- Ubicación del turismo en el cuarto puesto de la matriz productiva
- Rutas fluviales existentes hacia la Isla Puná con facilidades para la navegación

Debilidades.

- Falta de recursos económicos para dar inicio al plan de negocio
- No contar con gran capacidad de respuesta en feriados y temporadas altas
- Carencia de guías certificados.
- Falta de experiencia en el desarrollo de actividades fluviales.
- Escasez de personal apto para la navegación

Amenazas.

- Descuido del entorno por parte de sus habitantes en el punto de destino
- Falta de planeación para la actividad turística.
- Falta de servicios turístico en el punto de destino.
- Desconocimiento de la ciudad de Guayaquil como punto turístico.
- Evolución de los competidores indirectos existentes en potenciales competidores directos.

Estrategia FOFA, DODA.

Tabla 3:

Matriz de estrategia FODA, DAFO

	Fortaleza	Debilidades
Oportunidades	ESTRATEGIAS FO • Ser pioneros en el empleo de embarcación tipo catamarán acoplado a las facilidades de navegación de las rutas fluviales establecidas hacia la	ESTRATEGIAS DO • Gestionar financiamiento de entidades públicas para el desarrollo económico del plan de negocio.

Amenaza	Isla Puná • Contratar personal altamente capacitado con las aptitudes y habilidades para dar a conocer la riqueza paisajística y cultural a los usuarios y capacitarlo de manera continua	• Fomentar la participación de profesionales jóvenes que generen impacto positivo en la actividad de la empresa.
	ESTRATEGIAS FA • Fomentar la participación de los habitantes de ambos destinos involucrados directa e indirectamente con la idea de negocio para realizar una planificación turística sustentable y sostenible	ESTRATEGIAS DA • Desarrollar conceptos novedosos para ofrecer al turista un servicio innovador. • Promocionar de manera continua los servicios ofreciendo ventajas a los clientes frecuentes o incentivos por recomendar el servicio a sus amigos y familiares.

Nota. Fuente: investigación
Elaboración: autoras de la tesis

Análisis PETS.

Toda organización posee sus riesgos, pero la clave para alcanzar éxito en el medio en el que se desenvuelve, es examinar cada uno de estos riesgos para poder aplicar las medidas de prevención necesarias. Debido al análisis PETS (factores políticos, económicos, tecnológicos y sociales), se puede estar al tanto del ambiente

externo para establecer el factor al cual se debe reforzar, dando paso a la viabilidad del plan de negocio.

Factor económico.

En el Ecuador, de acuerdo al boletín emitido en julio del 2014 por el Ministerio de Turismo, por concepto de turismo se reflejan \$1.251.3 millones de divisas en el 2013 y \$1.038.7 millones en el 2012, provocando un superávit de \$264.3 millones en la balanza turística en el 2013.

En el primer trimestre del 2013 se obtuvieron \$296,9 millones de divisas por el turismo; mientras que el primer trimestre del 2014 arroja un ingreso de \$378,5 millones por dicha actividad, mostrando una variación considerable entre el primer trimestre de estos dos años. Esto muestra como la actividad turística se está desarrollando en gran escala y está generando miles de plazas de empleos para la sociedad ecuatoriana, lo que representa un beneficio imponente para la creación de nuevas empresas.

La inversión en el sector turístico, según las estadísticas que se reflejan en el Sistema Nacional de Información (SIN), recibe un aporte \$68.533.554,10. Esto conlleva a la gran aceptación en la incursión de la industria del turismo, por ende la estabilidad para la inversión y el desarrollo magnate de grandes proyectos en este sector.

Según el último reporte del Índice de Precios al Consumidor (IPC), publicado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC), en el Ecuador se ha tenido un aumento en los ingresos por persona ocasionando que haya un valor diferencial mayor con el de la canasta básica.

De acuerdo a cifras publicadas por el INEC el costo de la canasta básica en enero del 2014 se estableció en \$628,27 y el ingreso familiar en \$634,67, lo que muestra una variación de \$6,40, según el reporte. Esto resalta que el ecuatoriano promedio tiene un exceso en sus ingresos, el que puede ser destinado para actividades de entretenimiento para realizar alguna actividad en sus momentos de ocio.

Esto contribuye a la creación de esta nueva idea de negocio, mostrando que el promedio de los ecuatorianos está en condiciones de realizar una actividad de entretenimiento por el poder adquisitivo que están manejando.

Factor político.

La Constitución de la República del Ecuador, aprobada en el 2008, apoya cualquier tipo de actividad comercial que cumpla con los lineamientos y normas que estipulan las leyes, teniendo en cuenta la población o comunidad que lo rodea y su sustentabilidad.

Los objetivos de la política de Estado formulados a través del “Plan Nacional para el Buen Vivir 2013-2017” elaborado por la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (SENPLADES), incluyen la construcción de un Estado Plurinacional e Intercultural, señalando que: “El Buen Vivir se construye desde la búsqueda de igualdad y justicia social, y desde el reconocimiento, la valoración y el diálogo de los pueblos y de sus culturas, saberes y modos de vida”, lo cual significa permitirle a los pueblos, comunas, parroquias, entre otros grupos sociales o étnicos que han sido marginados, que se integren a la sociedad y gocen de los mismos derechos y privilegios estipulados en las leyes, con un desarrollo sustentable, lo que respalda uno de los objetivos de la idea de negocio de desarrollar el punto de destino Isla Puná a través del trabajo conjunto con la comunidad.

El factor político influye en el desarrollo de la actividad empresarial y cabe notar que el gobierno ecuatoriano está elaborando planes para impulsar el turismo en el país. Por lo que existen facilidades para las nuevas empresas que desean abrir sus puertas al mercado.

Por otro lado, las diversas entidades gubernamentales como municipios, prefecturas, GADS, entre otros, tienen abiertas las puertas ante cualquier negocio destinado a impulsar el turismo de sus respectivas competencias. Adicionalmente,

existen establecimientos públicos que proporcionan créditos de financiamiento para el desarrollo de nuevos proyectos como es el caso de la Corporación Financiera Nacional.

Un punto favorable para el desarrollo de esta idea de negocio es el control de un gobierno estable, el cual se ha mantenido por más de cinco años, lo que refleja que las políticas y leyes no van a variar. Esta estabilidad beneficia a las empresas brindando facilidad, seguridad y apertura para realizar proyectos de inversión en el medio bajo normas establecidas.

Factor social.

Actualmente, la ciudad de Guayaquil cuenta con 2.350.915 habitantes y, de acuerdo al boletín emitido en el 2014 por el Ministerio de Turismo, la provincia del Guayas ha estado recibiendo un 22% del total de los 509.781 extranjeros que han ingresado al Ecuador.

Las visitas de turistas al Ecuador generan gran riqueza y fomentan la redistribución de la misma. De acuerdo a un análisis del (Hitt et al., 2006) por cada 12 turistas que ingresan al país se compone una plaza de empleo, es por esto que se debe desarrollar actividades afines al turismo que logren beneficios para mejorar la calidad de vida de los ecuatorianos.

La mayoría de los ecuatorianos esperan con ansias los feriados o vacaciones para viajar en familia o amigos a los diferentes puntos turísticos del Ecuador, tener un momento de relajación y diversión lejos del ruido de las grandes ciudades. El idealizar un servicio de paseos fluviales con entretenimiento, guianza, alimentos y bebidas, que lleve a los visitantes, de todas las edades, a un punto de destino y consigo su retorno, les permitirá pasar tiempo de calidad con sus seres queridos; mientras genera plazas de empleo a varias personas del sector. Que el público en general pueda gozar de un servicio de distracción como el que se ofrece aumentará su bienestar y desarrollo personal, a más de pasar un tiempo agradable junto a toda su familia y amigos.

Factor tecnológico.

Según la constitución de la república del 2008 el estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto.

Para la ejecución de esta idea de negocio, será necesario la utilización de un amplio número de instrumentos tecnológicos que permitan reconocer el servicio tanto a nivel nacional como internacional. La implementación de nuevas tecnologías asistirá la mejora en la utilización de los recursos que serán usados en el proceso, aumentando la calidad y estabilidad del negocio.

A través de la técnica de observación y entrevistas en el punto de destino, se ha determinado que en la Isla Puná, la carencia de tecnología y facilidades para poder brindar un servicio completo es alta. A futuro, el factor tecnológico podría ser resuelto pero en la actualidad, para la implantación de la propuesta presenta un obstáculo, debido a que no se puede ofrecer el punto de destino como punto para que todos los visitantes puedan pernoctar.

En cuanto a la embarcación, en Ecuador existe el material y la mano de obra para confeccionar un catamarán. Las personas capacitadas para trabajar con fibra de vidrio, capaces de proporcionar un buen producto son escasas, pero encontrando las personas adecuadas no hay la necesidad de importarlos, e incluso evitar los altos costos.

Factor Ambiental.

En la constitución de la república del 2008 se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*.

Es por esto que la actividad que se propone en el presente trabajo busca la sostenibilidad y la sustentabilidad del ambiente y mejorar el entorno para todos los ciudadanos tanto del punto de partida como en el punto de destino, logrando de esta

forma la inclusión de las comunas para que puedan participar en el desarrollo turístico de su isla y aumente de esta forma la calidad de vida.

Tabla 4:
Matriz análisis PETS

FACTORES	IMPACTO AL PROYECTO	FUNDAMENTACIÓN
Económico	Favorable	Nivel de ingresos de las familias supera el costo de la canasta básica. Inflación ha disminuido en los últimos años.
Político	Favorable	Estabilidad política. Marco constitucional y legal respalda emprendimientos de negocios. Planes de estado consideran al turismo como actividad priorizada en la economía.
Social	Favorable	En Ecuador existe la tendencia de realizar paseos familiares. Guayaquil es un punto de destino e intercambio cultural que fomenta el conocimiento de nuevos destinos turísticos.
Tecnológico	Desfavorable	Poco desarrollo de tecnología para el ensamblaje de catamaranes. En punto de destino no existe desarrollo de planta turística.
Ambiental	Favorable	Turismo ecológico atrae turistas. Condiciones ambientales fluviales favorables para la navegación.

Nota. Fuente: investigación
Elaboración: autoras de la tesis

Oferta del mercado.

Actualmente, el desarrollo de la actividad relacionada con el turismo en la ribera del río Guayas no ha sido aprovechado al máximo. Sin embargo, existen competidores potenciales que realizan paseos a lo largo del río y que a su vez ofrecen tours hacia la isla Puná, siempre y cuando cuenten con un mínimo de personas; y un competidor directo en relación con la actividad secundaria de realizar chivas acuáticas.

A continuación se detallan las operadoras que ofrecen sus diversos servicios a los pobladores, los visitantes nacionales y extranjeros que la ciudad de Guayaquil acoge a diario.

Tabla 5:
Matriz de competidores

Competidores		
Tours hacia la Isla Puná	Aventuras Ecuador	Operadora de turística que ofrece paseos a lo largo del río, tours hacia la isla Puná bajo previa reservación cubriendo 30 pasajeros caso contrario el tour eleva su costo y parte desde Posorja con la embarcación
Paseos a lo largo del Río Guayas	Cacique Tumbala	Operadora de turística que ofrece paseos a lo largo del río, tours hacia la isla Puná bajo previa reservación cubriendo 30 pasajeros caso contrario el tour eleva su costo y parte desde Posorja con la

		embarcación
Chiva acuática	Henry Morgan	Embarcación que realiza chivas acuáticas de manera nocturna a lo largo del río Guayas.

Nota. Fuente: Investigación empírica
Elaboración: Autoras de la tesis

Demanda del mercado.

La ciudad de Guayaquil es cede de gran cantidad de pasajeros que llegan al Aeropuerto Jose Joaquín de Olmedo y al Terminal Terrestre por diversos motivos, convirtiéndola en una ciudad con potencial para desarrollar e impulsar programas y actividades turísticas que permitan el manejo de este mercado.

Las actividades que se realizan con más énfasis entre los pobladores de esta ciudad como medio de escape de la rutina son los paseos por los centros comerciales, la observación de naturaleza y visitas a lugares turísticos. Aunque están abiertos a las nuevas actividades y los progresos e innovaciones de las actividades recreativas y de ocio existentes, con el fin de experimentarlas en su tiempo libre junto con personas cercanas, familiares y amigos.

Actualmente, existe gran afluencia del público en general en realizar paseos con fines turísticos hacia la Isla Puná. Sin embargo, estas personas deben trasladarse hacia Posorja o El Morro para acceder a uno de estos paseos. Muchas de estas personas parten de la ciudad de Guayaquil debido a que no hay una empresa que realice viajes regulares con miras de fomentar el turismo en esta isla.

Por lo que la presente idea de negocio manejará un porcentaje de visitantes y de pobladores de la ciudad de Guayaquil alto, lo que llevará a asegurar la vida del negocio a corto plazo.

CAPÍTULO IV

Estudio organizacional

Razón social.

GUAYACA

Objeto social.

Guayaca S.A.

Logo.



Figura 25: Logotipo de la empresa

Elaboración: autoras de la tesis

Misión.

Ofrecer un servicio que brinde el reconocimiento de la ciudad de Guayaquil como un destino turístico con capacidad de satisfacer, entretener y enriquecer el conocimiento de los visitantes, mientras disfrutan de un paseo fluvial a través de la ribera del río Guayas.

Visión.

Ser una empresa de servicios de paseos fluviales en la ciudad de Guayaquil con reconocimiento internacional que trabaje en conjunto con el desarrollo sustentable del

medio ambiente, manejando un turismo responsable, capacitado y de calidad para lograr acoger y satisfacer a los miles de turistas.

Valores.

Honestidad: Obrar siempre guiados por la verdad, cumpliendo con la ética y moral que caracteriza a todo el personal.

Liderazgo: Promover el poder de decisiones para realizar acciones que sean proactivas y ayuden a la mejora, desarrollo o creación de procesos

Respeto: Respetar las creencias, costumbres y pensamientos que tengan los diferentes tipos de visitantes y los habitantes del punto de destino.

Puntualidad: Cumplir con horarios que permitan lograr la confiabilidad con los usuarios.

Responsabilidad: Actuar con responsabilidad, con los clientes proporcionando un servicio de buena calidad, con los trabajadores asegurando estabilidad laboral y el medio ambiente sin perturbar el entorno.

Responsabilidad social: Actuar siempre en pro del bienestar social y el cumplimiento con el entorno donde se desarrollan las actividades.

Organigrama.

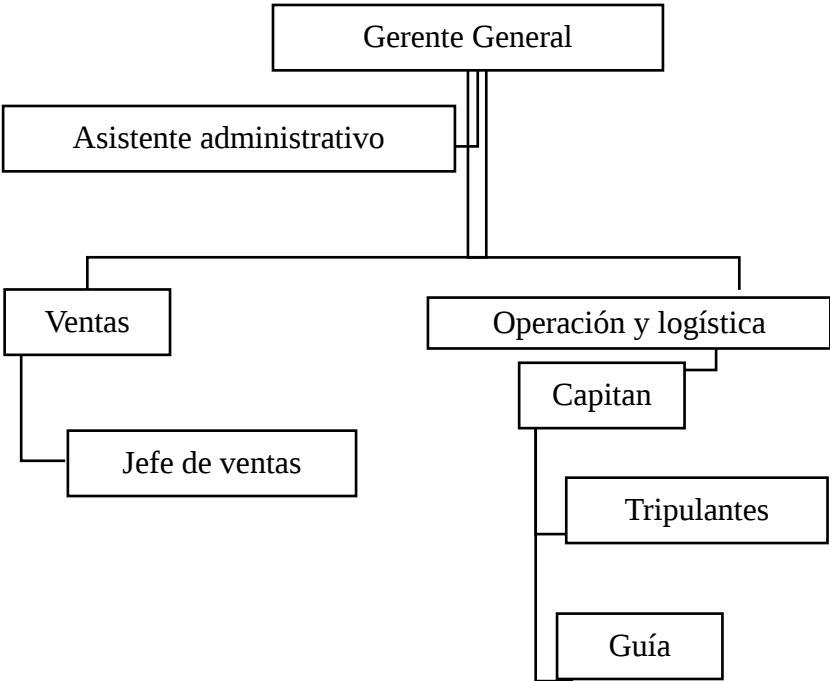


Figura 26: Organigrama de la empresa

Elaboración: autoras de la tesis

Tabla 6:
Nómina del personal

Áreas	Personas	Cargos
Administración	2	Gerente General, asistente administrativo
Ventas	1	Jefe de ventas
Operación y Logística	6	Capitán, tripulación, guía

Nota. Elaboración: Autoras de la tesis

Funciones.

Gerente General: Tiene como tarea el planear, coordinar, dirigir y controlar las exigencias de la demanda a favor de la empresa, así como guiar a la empresa al cumplimiento de los objetivos generales. Es el representante legal de la empresa

Las funciones de un Gerente General pueden variar pero las principales son: evaluar la productividad de la organización, establecer lazos fuertes entre sus trabajadores y clientes para lograr calidad en el servicio, aplicar las estrategias diseñadas para mantener e incrementar el negocio y generar valor agregado para los propietarios.

El Gerente General debe manejar como funciones secundarias:

- Supervisión de procesos de ventas
- Control y manejo de proveedores
- Mantener un personal motivado
- Selección y contratación de personal
- Capacitación del personal
- Mejora de procesos administrativos
- Revisión semanal del estado de la embarcación
- Revisar reporte diario de actividades realizadas
- Interactuar con los grupos de usuarios corporativos y reservaciones en general.
- Revisión y control de ingresos y gastos de procesos.

Asistente administrativo: Como función principal tiene la de ayudar, complementar y trabajar en conjunto con el Gerente general para elevar la rentabilidad de la empresa, asegurando el bienestar de los clientes y los trabajadores. Debe ser capaz de brindar una respuesta inmediata a los clientes interesados en adquirir los servicios que la empresa ofrece, ya sea telefónica, virtual o personalmente.

Un asistente administrativo tiene que desarrollar actividades secundarias como:

- Seguimiento en el proceso de compra de cliente; antes, durante y después de la utilización de los servicios de paseos fluviales.
- Difusión de publicidad (afiches, volantes, vallas) en diferentes redes sociales.
- Ofrecer información oportuna para lograr el cierre de negocios
- Manejo y seguimiento de cartera de clientes telefónicamente.
- Respuestas inmediatas a solicitudes de clientes.
- Pagos de servicios básicos y a trabajadores
- Coordinación de asistencia contable al cierre de cada mes.

Jefe de ventas: El jefe de ventas es el encargado de supervisar la gestión del proceso de ventas de la organización; manejar, planear y coordinar la difusión del servicio a los distintos sectores ya sean empresas, operadores, agencias de viajes o personas naturales así como el cierre de negocio con cada uno de estos entes.

Además el jefe de ventas tendrá como actividades secundarias:

- Seguimiento de clientes previo, durante y posterior a la utilización de los servicios de paseos fluviales.
- Creación y mejora de publicidad (afiches, brochures, volantes, redes sociales)
- Búsqueda constante y cierre de negocios con organizaciones públicas o privadas
- Promover los paseos fluviales
- Supervisión de actividades telefónicas
- Respuestas inmediatas a solicitudes de clientes.
- Realizar promociones atractivas
- Establecer alianzas de venta con las operadoras y agencias dedicadas al turismo.

Guía: El guía es la persona encargada de guiar a los visitantes en todo el proceso donde el servicio es desarrollado. Entre sus funciones principales está el darle las facilidades y proporcionarles todos los conocimientos necesarios a los visitantes para hacer del recorrido una actividad entretenida, brindándoles una información veraz, entretenida, durante todo el trayecto través de un lenguaje respetuoso y amigable.

Las funciones secundarias que debe ejercer el guía son:

- Realizar actividades de entretenimiento a bordo de la embarcación
- Manejar listado de pasajeros
- Mantener una relación de respeto, amigable y confiable con el pasajero
- Controlar el comportamiento de los pasajeros
- Difundir entre los pasajeros parámetros de seguridad dentro de la embarcación.

Capitán: De él depende el control, dirección y manejo de la embarcación, manteniendo la seguridad de los pasajeros en el transcurso del recorrido dentro de la embarcación.

El capitán debe cumplir con demás funciones que permitirán el mejor desempeño de sus tareas en la organización, como son:

- Supervisar actividades de los tripulantes
- Informar de situaciones que se presenten dentro de la navegación.
- Verificar los equipos antes, durante y después de la navegación para salvaguardar la vida de los pasajeros.
- Controlar el uso de equipamientos que resguarden la seguridad de los pasajeros.
- Seguimiento del mantenimiento de la embarcación

Tripulantes: La función principal de los tripulantes es asistir y apoyar al capitán, realizando de forma conjunta las acciones para lograr un zarpe y llegada segura al punto de destino.

Los tripulantes deben realizar funciones secundarias como:

- Limpieza de la embarcación antes, durante y posterior a la realización de los paseos.
- Control de equipos de seguridad dentro de la embarcación
- Asistencia en el servicio de alimentos y bebidas a bordo
- Supervisión directa del uso de equipos de seguridad de los pasajeros
- Control del embarque y desembarque de los pasajeros

Horarios laborales del personal de operación

Tabla 7:

Horario laboral personal operativo

Horario	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
ACTIVIDAD PRINCIPAL					1 Tripulante A 1 Capitán A 1 Guía A		
Paseo hacia la Isla Puná 08:00 – 17:00	-	-	-				
ACTIVIDADES SECUNDARIAS			1 Guía B	-		-	
Paseo fluvial por el Río Guayas 09:30 – 15:30	-	1 Tripulante A 1 Capitán A 1 Guía A	1 Tripulante B 1 Capitán B				
Chiva Acuática 20:00 – 02:00	-	-	-	-	1 Tripulante B 1 Capitán B 1 Guía B		

Nota. Elaboración: Autora de la tesis

Horarios laborales del personal administrativo y de ventas

Tabla 8:

Horario laboral del personal administrativo y de ventas

Actividades	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Atención al público	08:00–17:00	08:00–17:00	08:00–17:00	08:00–17:00	08:00–17:00

Nota. Elaboración: Autoras de la tesis

Mercado objetivo.

Según el resultado de las encuestas y las tendencias actuales de las personas de pasar su tiempo de ocio en actividades que apoyen el turismo, la presente idea de

negocio está dirigida a todos los habitantes de la ciudad de Guayaquil y los visitantes potenciales que acuden a la ciudad de Guayaquil.

Las estrategias a desarrollar son enfocadas en llamar la atención de los grupos familiares, grupos empresariales, grupos estudiantiles y grupos de turistas, puesto que la mayoría de personas disfruta de su tiempo de recreación junto amigos, familiares, entre otros, mas no de forma aislada y solitaria.

Se ha determinado que el mercado objetivo de esta idea de negocio van a ser todos aquellos visitantes nacionales e internacionales que visitan la ciudad de Guayaquil; y todas aquellas pequeñas y medias empresas que realicen actividades de recreación para todos sus colaboradores realizando alianzas estratégicas para tener una demanda fija en los días de operación.

Estudio técnico

Macro localización.

La provincia del Guayas es una de las provincias que contiene la mayor cantidad de habitantes en el Ecuador. Gran parte de su terreno se ubica en la Cuenca del Guayas y está constituido por 25 cantones, 29 parroquias rurales y 56 parroquias urbanas, situada en una zona geográficamente beneficiada debido a la variedad de clima, suelo, etnia y recursos hídricos. La capital de la provincia del Guayas es la ciudad de Guayaquil, la cual será estudiada como la microlocalización.

Micro localización.

La ciudad de Guayaquil se ubica en la cuenca baja del río Guayas. Posee 2.350.915 habitantes, de acuerdo al censo realizado por el INEC en el 2010; 2.278.691 habitantes pertenecen a la zona urbana y 72.224 habitantes en la zona rural. Esta ciudad posee un clima variado, ya que por encontrarse en plena línea ecuatorial su temperatura es cálida, mientras que por su desembocadura al Océano Pacífico, las diversas corrientes marinas determinan el cambio de climas que se producen.

Distribución física del espacio.

Catamarán.

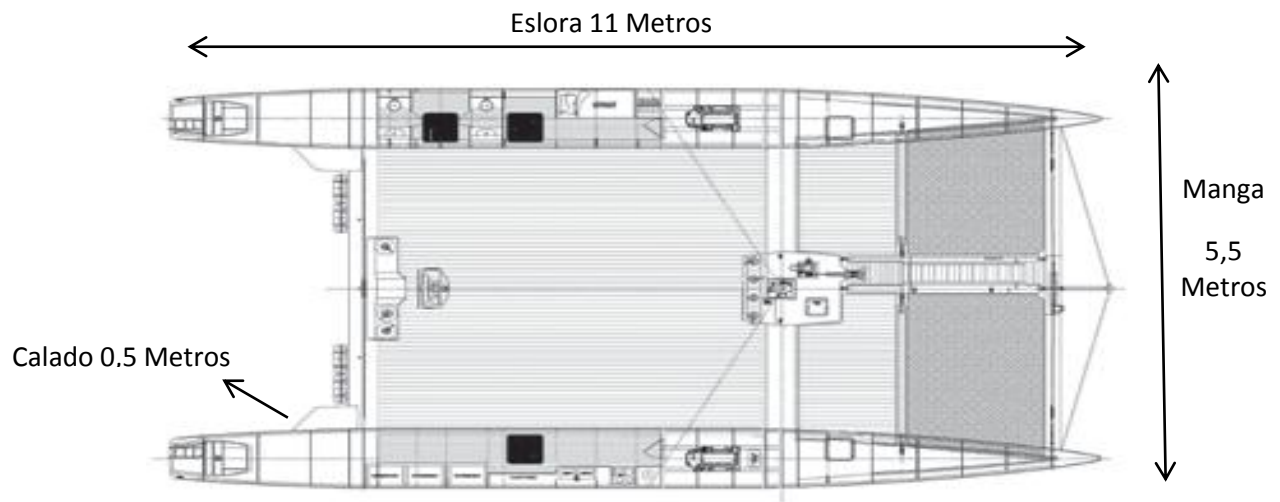


Figura 27: Embarcación estilo catamarán

Elaboración: autoras de la tesis

Oficina.

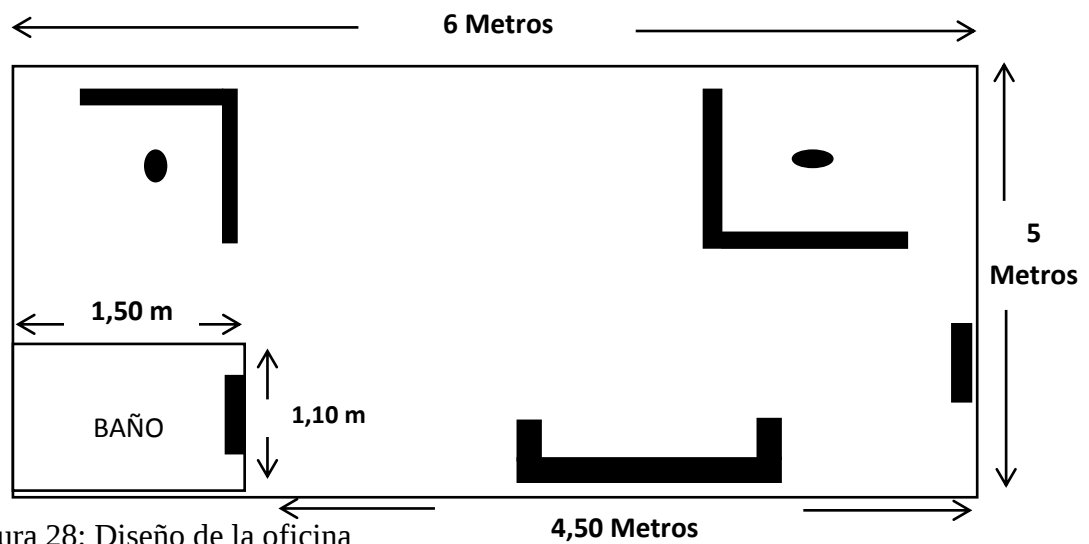


Figura 28: Diseño de la oficina

Elaboración: autoras de la tesis

Infraestructura necesaria.

Para poner en marcha el presente negocio, será necesario contar con una oficina para resolver los asuntos administrativos y de ventas; y un muelle donde el catamarán pueda zarpar y realizar sus actividades de turismo.

El Malecón Simón Bolívar, a diario es protagonista de los diversos momentos de integración y esparcimiento que experimentan los diferentes visitantes nacionales y extranjeros en sus tiempos de ocio, gracias a la variedad de actividades que ahí se desarrollan. Percibiendo esta situación, la embarcación estará ubicada en un muelle de este malecón, calle Tomas Martínez y Malecón y la oficina estará ubicada en la Alborada 8va MZ 829 villa 10.



Figura 29: Muelle en Malecón Simón Bolívar

Horarios de atención al público de la embarcación.

Tabla 9:

Horario de atención al público de la embarcación

Actividades	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
Ida y retorno Isla Puná	Bajo reserva		8:30-6:30	8:30-6:30	8:30-6:30	8:30-6:30

Chiva acuática	Bajo reserva	-	8:00-10:00	8:00-10:00	
Nocturna			22:30-1:30	22:30-1:30	8:00-10:00
Paseos por la ribera del río Guayas	10:00-11:00 11:30-12:30 14:00-15:00	-	-	-	-

Nota. Elaboración: Autoras de la tesis

Horarios de atención al público de la oficina.

Tabla 10:

Horario de atención al público de la oficina

Actividades	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes
Atención al público	08:00–17:00	08:00–17:00	08:00–17:00	08:00–17:00	08:00–17:00

Nota. Elaboración: Autoras de la tesis

Productos a ofrecer.

Paseo ida y vuelta Isla Puná.

El paseo hacia la Isla Puná está diseñado para partir del muelle ubicado en el Malecón Simón Bolívar, también conocido como Malecón 2000, en una embarcación estilo catamarán con servicios de guianza, entretenimiento, alimentos y bebidas a bordo, a través del río Guayas. El recorrido inicia a las 09:00 de la mañana, pero se cita a los usuarios llegar por lo menos media hora antes por cuestiones de logística. La distancia es de 61 km aproximadamente y una hora y media de duración hasta llegar a la isla.

El recorrido comprende el sector de las esclusas, donde los turistas podrán conocer su historia y a su vez la de algunas islas que se encontrarán al paso de la navegación, como son la isla de Mondragón y la isla de Matorillo. Siguiendo el circuito, se podrá disfrutar de un poco de historia sobre la ciudad de Guayaquil; así como los

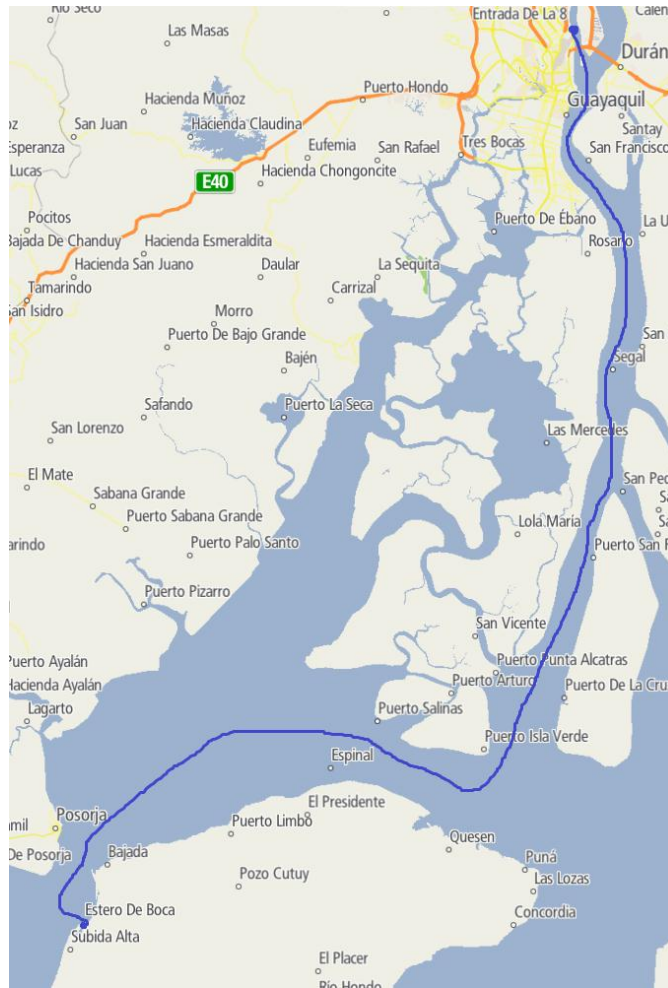


Figura 30: Trayecto

Continuando con la travesía, se llegará al Puerto del Morro que está situado a 44 km de Guayaquil, donde se podrán observar los delfines nariz de botella y conjuntamente la biodiversidad de aves en la isla de los Pájaros.

Finalmente, la llegada es a las 11:30 a la comuna Subida Alta en la Isla Puná; comunidad que será visitada y con quienes se prevé interactuar para desarrollar un

intercambio cultural y una participación más integrada. En el lugar se desarrollarán las actividades de sol y playa; y conjuntamente con las comunas de la isla se ofertarán a los pasajeros actividades opcionales a desarrollar, como visita a las demás comunas de la isla, degustación de su gastronomía, entre otras.

Se tiene programado realizar el retorno a las 17:00 y arribar al mismo punto de partida en la ciudad de Guayaquil a las 18:30. El costo estimado del plan de negocio es de \$35 por persona, incluido en el precio un box lunch.

Se recomienda llevar: Cámara de fotos, zapatos deportivos, abrigo para el viaje, protector solar, gafas, ropa de playa.

Actividades secundarias.

Como actividades secundarias a la idea principal del presente proyecto se han considerado otras dos opciones partiendo del Malecón Simón Bolívar: los paseos por el río Guayas, extendiéndose desde el Puerto Santa Ana hasta el puente hacia la Isla Santay; y una chiva acuática nocturna, recorrido a lo largo del Malecón que ofrecerá la oportunidad de apreciar una mejor perspectiva de Guayaquil en su vida nocturna.

Tabla 11:

Productos secundarios a ofrecer

Actividades secundarias	Incluye	No incluye	Observaciones
Paseos en el río Guayas	Explicación detalla de los puntos que se verán a lo largo del recorrido	Bebidas y alimentos dentro de la embarcación	Precio por persona \$6
	Entretenimiento a bordo	Gastos adicionales	
Chiva acuática	Paseo por el río Guayas a lo largo del Malecón Simón Bolívar con su	Bebidas y alimentos dentro de la embarcación	Precio por persona \$15

nocturna	breve explicación	Gastos adicionales
	Shows y Entretenimiento a bordo	
	Música y zona para bailar	

Nota. Elaboración: Autoras de la tesis

Adicional a lo antes expuesto, dentro de la embarcación se ofrecerán diversos snacks y bebidas para el consumo de los usuarios. Se destaca en la siguiente tabla los productos a ofrecer con sus respectivos precios:

Tabla 12:

Productos a ofrecer en la embarcación

Snacks	Precios	Cocteles	Precios
Bandeja surtida			
(snack varios para 4 personas)	\$3	Margarita	4,5
Tostitos (45 g)	\$0,70	Menta	3,5
Nachos (45 g)	\$0,70	Vodka Tónica	2,5
Papas (30 g)	\$0,50	Old Fashion	4,5
Chifles (25 g)	\$0,70	Cuba libre	2,5
Doritos (38 g)	\$0,75	Cervezas	2
Bebidas	Precios		
Colas (300 ml)	\$0,75		
Fuze tea	\$1		
Jugo	\$0,85		
Agua	\$0,50		

Nota. Elaboración: Autoras de la tesis

Procesos de calidad.

En este contexto, el negocio emplea recursos humanos y recursos físicos, por lo que el éxito de su desarrollo dependerá de las herramientas y técnicas que se utilicen para medir y controlar los procesos y estándares de calidad.

Dentro del manejo del mantenimiento, el catamarán debe ser revisado de manera completa al término del segundo año de vida útil, de esta manera se logra que su vida útil perdure por más años brindando una navegación segura.

Al mismo tiempo, el mantenimiento regular que se debe realizar por cada viaje que se realice por más de dos horas es el que se detalla a continuación:

- Se pueden distinguir tres áreas para el mantenimiento de una embarcación como:
 - Accesibilidad a todas las partes del catamarán
 - Ventilación para los productos que se utilizan
 - Condiciones de luz, preferiblemente natural.
- Puntos adicionales para el mantenimiento dentro de la embarcación se detallan:
 - Limpieza, revisión de amarras, puesta en marcha de los motores
 - Limpieza de pozos de aguas negras
 - Revisión de salvavidas, bollas, cabos
 - Revisión de equipos, radio, timón

Normas para cumplir estándares en el servicio.

Para mantener el nivel de calidad en los servicios que la idea de negocio propone es vital seguir normas y procedimientos en varios aspectos para no decaer. Los pasajeros pueden percibir el nivel de servicio que se ofrece y es a través de los siguientes procesos que se podrán establecer reglas estándares para proporcionar un servicio satisfactorio.

Previo al servicio.

- Revisar el buen funcionamiento y estado de la embarcación
- Revisar la situación climatológica, de no ser optima postergar el zarpe.
- Chequear la vigencia de la documentación requerida para operar, y de su posesión

- Comprobar el buen funcionamiento del sistema de comunicación a tierra
- Corroborar que estén previstos los chalecos salvavidas para la cantidad de usuarios que asistirán
- Asegurar el buen estado de los chalecos salvavidas, bolls y cabos
- Supervisar que la embarcación cuente con el nivel de gasolina y aceite suficiente para operar
- Revisar que la embarcación se encuentre limpia, en especial el baño
- Comprobar la existencia del botiquín de primeros auxilios

Durante el servicio.

- Proporcionar y ayudar en la colocación de los chalecos salvavidas a quienes realicen el viaje
- Controlar y ayudar al embarque de los pasajeros
- Ayudar en la asignación de puestos a los usuarios
- Verificar el equilibrio de paso de la embarcación y que los pasajeros cuenten con su respectivo asiento (no exceder la capacidad de carga)
- Indicar las medidas de seguridad de la embarcación e información general a los pasajeros
- Entretener a los pasajeros
- Promocionar el servicio de alimentos y bebidas a bordo
- Ayudar en el embarque y desembarque de los pasajeros en el punto de destino

Después del servicio.

- Controlar el desembarque de los pasajeros al finalizar el viaje
- Inspeccionar la embarcación
- Limpiar toda la embarcación
- Limpieza del pozo negro del baño
- Guardar y revisar el buen estado de los chalecos salvavidas

Estudio ambiental

Pasos a seguir para operar una embarcación.

1. Contratar un Ingeniero Naval; puesto que en la ley, los planos y memoria técnica deben estar respaldados con la firma del mismo para que realice el diseño de la embarcación.
2. El anteproyecto se lo presenta en la Subsecretaria de Transporte Marítimo y Fluvial, éste es revisado y aceptado o rechazado por dicha institución.
3. Se realizan y aprueban los planos preliminares
4. Se crea un juego de planos y una memoria técnica (líneas de forma, estructurales, distribución y circuitos)
5. Se envía el juego de planos a la Subsecretaria de Transporte Marítimo y fluvial para que lo apruebe y se pueda dar paso a la construcción. Se emite una licencia de construcción
6. Aprobación del Ministerio de Turismo por la actividad a realizar.
7. La Subsecretaria de Transporte Marítimo y Fluvial realiza una inspección de verificación de planos de la construcción
8. Registrar el lugar de la embarcación
9. Se realiza la escritura de propiedad, con copia de la obra y firmada bajo el técnico como aval de construcción (documento notariado).
10. Escritura original y documentos solicitados al departamento jurídico.
 - Ruc de la compañía previamente constituida
 - El nombramiento, representante legal
 - Copia de cedula y certificado del representante legal
11. Asignan un código y se paga el registro de la propiedad y entregan una factura del registro de la propiedad naval.
12. En la subsecretaria de transporte marítimo y fluvial se debe pagar:
 - Arqueo (tonelaje de embarcación)
 - Avalúo (registro en el sistema)

- Clasificación de la nave
13. Solicitar la prueba de estabilidad una vez que tengamos los planos aprobados con la construcción.(Ing. Naval, inspector, dueño embarcación)
 14. Realizar un libreto de estabilidad a cargo del Ingeniero Naval de la embarcación.
 15. Se ingresa el libreto de estabilidad a la subsecretaria para que lo aprueben.
 16. Una vez aceptado determinan el número de pasajeros por la embarcación.
 17. Se procede a pagar la matrícula. Con la carpeta de todos los documentos de la embarcación y de la empresa o persona natural.
 18. Asignan un número de matrícula y se procede a cancelar.
 19. Luego se solicita la inspección de seguridad a la subsecretaria.
 20. Una vez inspeccionada la embarcación se obtiene un certificado de seguridad y prevención de la contaminación.
 21. Acercarse a Dirnea para que asignen una inspección de licencia y cedula de radio.
 22. Tramitar la matrícula de armador en la subsecretaria.
 23. Tramitar el permiso de tráfico en la subsecretaria.
 24. Una vez con el permiso de tráfico se procede a sacar el permiso de zarpe.

Requisitos para el registro de una embarcación.

- Solicitud de matriculación de la embarcación;
- Título de propiedad inscrito en la Capitanía de Puerto;
- Planos de construcción de la nave aprobados por la Dirección General de la Marina Mercante
- Certificado de Arqueo, Avalúo y Clasificación;
- Nombramiento del representante legal si el armador/propietario es una persona jurídica.

Conjuntamente a los trámites que se deben realizar para la inscripción de una embarcación, se deben gestionar los permisos necesarios para la constitución respectiva de la compañía.

Para validar el registro de una compañía y que pueda operar en un futuro, debe solicitar a la Super Intendencia de Compañía la aprobación del nombre que tendrá la misma. Una vez aprobado el nombre, se procede a registrar ante un notario la escritura de la compañía, detallando el capital que será aportado por los accionistas.

Posteriormente, se solicita la aceptación en el registro mercantil y se procede a obtener el Registro Único de Contribuyente en el Servicio de Rentas Internas (SRI), para luego inscribir el nombre con el que operará el negocio.

A continuación, se detallan los requisitos y permisos que deben ser aprobados para poner en marcha legalmente el negocio.

Obtención de tasa de habilitación de la oficina ante la M.I. Municipalidad de Guayaquil.

1. Ingresar a la página web del municipio de Guayaquil
2. En la sección Servicios en línea, se debe registrar en el menú Mi cuenta.
3. Llenar la información solicitada en el formulario de registro. Verifique sus datos.
4. Llegará a su correo electrónico un acuerdo de responsabilidad, el cual deberá imprimir, luego llenar sus datos y firmar.
5. Finalmente para la activación de la cuenta debe acercarse con el acuerdo de responsabilidad junto con los requisitos indicados a las áreas de atención ciudadana al municipio.

Solicitud de la tasa de habilitación de la oficina ante la M.I. Municipalidad de Guayaquil.

La solicitud se la efectúa en la página del municipio de Guayaquil, previamente al ingreso de su solicitud debe verificar el cumplimiento de los siguientes requisitos básicos, los cuales serán validados o requeridos durante el ingreso de su solicitud.

1. Registrar el establecimiento en el Servicio de Rentas Internas.
2. Contar con el certificado del benemérito cuerpo de bomberos del año en curso.
3. Haber pagado la patente municipal exigible.
4. Uso suelo permitido para la actividad económica.
5. En caso de no ser el dueño de la edificación donde realiza la actividad. Autorización expresa del dueño de la edificación para la realización de la actividad solicitada(Contrato de arrendamiento, carta de cesión de espacio, etc)
6. Cédula y certificado de votación vigente del titular del negocio.

Obtención de la tasa de servicio contra incendios por primera vez ante el Benemérito Cuerpo de Bombero.

1. Si el trámite lo realiza personalmente, deberá traer copia de cédula de ciudadanía. En caso que lo realice otra persona deberá adjuntar una autorización por escrito simple, con fotocopia de cédula de quien autoriza y del autorizado.
2. Copia completa y de fecha actual del ruc donde conste el establecimiento con su respectiva dirección y actividad.
3. En caso de ser persona jurídica deberán adjuntar copia del nombramiento vigente del representante legal.
4. Copia de consulta de uso del suelo otorgada por la muy ilustre municipalidad de Guayaquil
5. Copia del último pago del impuesto predial, o copia de planilla de servicio básico de agua.

Requisitos y formalidades para el registro de una operadora turística ante el Ministerio de Turismo.

1. Copia certificada de la escritura pública de la constitución de la compañía y del aumento del capital o reformas.
2. Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante.
3. Certificado del instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento.
4. Registro único de contribuyentes R.U.C
5. Justificación del Activo Real, mediante la declaración de responsabilidad efectuada por el representante legal de la compañía y conforme con lo que se indica a continuación:
 - 5.1 Para agencias de viajes operadoras, el equivalente es de ocho mil dólares de los Estados Unidos de América. Si tuviere más de una sucursal, deberá aumentar su activo real en el equivalente a un mil dólares de los Estados Unidos de América por cada sucursal a partir de la segunda.
6. Nómina del personal, hoja de vida y copia de título académico del representante legal. Cuando el representante legal de la compañía no posea título académico a nivel superior o la experiencia continua de por lo menos seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas , la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas, con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo en actividades turísticas, la agencia de viajes deberá contratar una persona permanente que cubra el requisito de capacitación profesional en el manejo de este tipo de empresas turísticas , con una experiencia mínima de seis años a nivel ejecutivo o el título académico de empresas turísticas o sus equivalentes.

7. Contrato de arrendamiento o pago predial del local donde va a operar el local destinado para el funcionamiento de agencias de viajes, deberán contar con un área mínima de 30 mts² independiente de otra actividad comercial.

Requisitos y formalidades para el registro de transporte fluvial y marítimo turístico ante el Ministerio de Turismo.

1. Copia certificada de la escritura de constitución de la compañía, debidamente inscrita en el Registro Mercantil y sus reformas, en caso de haberlas.
2. Copia del nombramiento del representante legal, debidamente inscrito en el registro Mercantil.
3. Copia de registro único de contribuyentes R.U.C.
4. Copia a color de la cédula de identidad del representante legal
5. Copia a color de la cédula de identidad del representante legal
6. Copia de título de propiedad (matrícula) de la embarcación.
7. Copia de matrícula y permiso de zarpe otorgado por la capitanía del puerto, donde se vaya a brindar el servicio fluvial o marítimo.
8. Certificado del instituto Ecuatoriano de propiedad intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de:
9. Seguros de las embarcaciones con responsabilidad a terceros.
10. Inventario valorado de la embarcación firmado bajo la responsabilidad del representante legal de la empresa, sobre los valores declarados.
11. Copia del certificado de registro del ministerio de turismo de la operadora de turismo con la que trabajará la embarcación (no pueden realizar o crear paquetes turísticos)

Nota: fotos de oficina y de embarcación.

Para el desarrollo del presente negocio se solicitará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN), por lo que hay que conocer las exigencias de esta entidad.

Formalidades para la obtención de un préstamo ante la Corporación Financiero Nacional.

- Aptos: Personas jurídicas (privadas, mixtas o públicas) bajo el control de la Superintendencia de Compañías.
- Beneficios: Activo fijo: Infraestructuras, maquinarias y equipamientos. Se podrá reconocer inversiones efectuadas hasta 360 días antes de la presentación de la solicitud de crédito.
- Monto: desde USD 50.000,00 (la amortización se traduce en pagos mensuales, trimestrales o semestrales de acuerdo al flujo de caja)
- Plazo: Hasta 10 años en función del Flujo de caja en cuanto a los activos fijos.
- Tasa de interés: PYME (monto hasta \$ 200,000.00) desde 9.75% hasta 11.15%

Requisitos mínimos requeridos para el análisis del crédito ante la Corporación Financiero Nacional.

- Solicitud de crédito
- Hoja de vida del solicitante y de ser el caso, del administrador del negocio (experiencia sobre manejo)
- Copia de la declaración de impuesto a la renta de los 3 últimos años
- Copia de las últimas 12 declaraciones del IVA (Impuesto al Valor Agregado)
- Certificado de no mantener obligaciones pendientes con el IESS (Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social)
- Plan de Inversiones
- Flujo de caja del negocio (proyectado al tiempo que el crédito)
- Referencias personales, comerciales y bancarias
- Al menos dos copias de cotizaciones (proformas) de las inversiones a realizar
- Perfil del negocio impreso para proyectos menores a USD 1'500.000,00
- Títulos de propiedad de las garantías reales que se ofrecen, como bienes inmuebles, por ejemplo: Terrenos, edificios, casas, bodegas, etc.

- Certificado de cumplimiento de obligaciones emitido por la Superintendencia de Compañías (Solo personas jurídicas)
- Declaración notariada y juramentada sobre vinculaciones por propiedad o por gestión, hasta 4to.grado de consanguinidad y 2do.de afinidad con funcionarios de la CFN, suscrita por el solicitante o representante legal
- Certificado vigente de la Superintendencia de Compañías sobre conformación de accionistas (Solo personas jurídicas).
- Planos de construcción y permisos de funcionamiento, en el caso de obras civiles.

Plan de marketing

Segmentación y mercado meta.

Existen distintas formas de segmentar el mercado y cada proyecto debe escoger el más adecuado. La segmentación más óptima para este proyecto es la psicográfica, ya que se encarga de analizar y encasillar a las personas según sus personalidades, estilos de vida, intereses, gustos inquietudes, opiniones y valores; ya que no a todas las personas les gustaría realizar un paseo fluvial desde Guayaquil hacia la Isla Puná, teniendo otras actividades para realizar. Es por esto que el presente trabajo se dirige a las personas en general que deseen pasar su tiempo de distracción junto, amigos, familiares, conocidos, que tengan ese espíritu de conocer y explorar nuevos destinos como lo es la Isla Puna. Además de la organizaciones empresariales y escolares para que realicen sus eventos de integración a través de lo que se ofrece en este proyecto.

La isla Puná no cuenta con potencias de comercio, puertos marítimos, aeropuertos, centros comerciales, pero si tiene potencial en su turismo; entonces es de ahí donde se debe de iniciar mostrando el atractivo que ofrece esta isla.

Estrategias de posicionamiento y marketing.

Al momento de realizar el desarrollo de un negocio, se necesita la combinación de variables que permitan introducir, penetrar y mantener el producto dentro del mercado.

Inicialmente, se implementará una fuerte campaña promocional a través de las redes social para introducir la idea negocio, despertando la curiosidad entre las personas y luego el deseo de vivir la experiencia que el programa le puede dar. A su vez, se realizarán las respectivas visitas a las agencias de viajes minoristas y mayoristas, operadores turísticos, agentes comisionistas, hoteles, entre otros, para ofrecerles los productos y servicios de la empresa, y gestionar estrategias de ventas con estas organizaciones para que se conviertan en puntos de venta de estos productos y servicios.

Una vez alcanzado el propósito de dar a conocer el servicio, se realizaran diversas estrategias de penetración del mercado como resaltando las ventajas, cualidades y beneficios que les trae a las posibles plazas de distribución el trabajar con la empresa. Otra forma de penetrar en el mercado es realizando visitas personalizadas a los diferentes sectores empresariales, escuelas, colegios ofreciendo facilidades, planes, promociones y destacando las ventajas del servicio para que estas organizaciones consideren realizar sus paseos de integración o eventos empresariales con la empresa del presente proyecto.

Se repartirán los diferentes trípticos y volantes en las diferentes plazas de distribución para que vayan ofertando el servicio entre sus carteras de clientes. Conjuntamente se participará activamente en ferias reconocidas nacional e internacionalmente, como es la FITE, FIT, FITUR, entre otras, con el fin de expandir el mercado. También se implementarán promociones en los meses que la recurrencia de visitantes sea baja para no detener las operaciones regulares y que repercuta en pérdidas.

Lo que se quiere alcanzar es la fidelidad del cliente meta y fortalecer la posición del momento en la mente del consumidor, lo cual se logrará a través de la innovación de

estrategias, es decir, en un futuro implementar nuevas rutas fluviales para conocer más destinos, incrementar las embarcaciones para expandir el negocio a otros nichos de mercado. Después del segundo año de funcionamiento se piensa implementar una temática de operación diferente cada mes o dos meses, de acuerdo a la temporada, para ir innovando en el servicio.

Todo esto permitirá que el negocio se apodere de la posición desocupada y desposicionar o reposicionar a la competencia, de modo que el servicio de paseos fluviales ocupe un lugar distintivo en la mente del consumidor.

Marketing Mix.

En este punto, es de vital importancia analizar los diversos factores que influyen en las negociaciones, que buscan mediante estrategias introducirse en el mercado hasta mantenerse en la mente de los consumidores.

En el presente proyecto se analiza el marketing a través de una herramienta muy empleada en el entorno empresarial, denominada Marketing Mix para determinar las estrategias de marketing eficiente y eficaz de acuerdo a los aspectos: producto, plaza, precio y promoción, que se utilizan para que la idea de negocio cumpla con sus objetivos a corto, mediano y largo plazo, llegando de esta manera a captar el mercado en el que propone participar.

Producto.

El servicio que se oferta en el presente proyecto pretende satisfacer las necesidades de los demandantes y superar sus expectativas, en cuanto al servicio al cliente, y la alta calidad y seguridad del producto, respecta.

En el plan de negocio se ofrecen servicios de paseos fluviales por el río Guayas en embarcaciones estilo catamarán, por lo que es indispensable destacar los diversos aspectos, componentes e instalaciones que intervienen en el desarrollo de este plan.

El catamarán es confeccionado con material de fibra de vidrio, mediante el cual vuelve a la embarcación más manejables y más liviana, que junto a sus cascos las tornan potencialmente insumergibles. Los compartimientos de cada casco están separados de la parte donde se encontrarán los turistas por tablas de hierro. La densidad de los materiales empleados y la ausencia de lastre refuerzan este carácter insumergible.

Los dos motores de la embarcación se encuentran independientes, perfectamente aislados de las zonas donde se encuentren los visitantes; detrás del timón para optimizar la eficacia de las hélices y reducir las maniobras con el motor.

La embarcación propuesta está diseñada con muebles a lo largo de la embarcación destinada para 40 pasajeros en la parte inferior. En la parte superior hay una zona libre que sirve de escenario fotográfico y de observatorio de la naturaleza y animales para los usuarios. Además de tener dos baños, uno para mujeres y otro para hombres respectivamente, cuyas descargas se harán en pozos dentro de la embarcación que luego tendrán que ser debidamente sacadas y procesadas por los tripulantes.

Dentro de la embarcación hay equipos adecuados para brindar ambientación musical y un área acorde para la comercialización y despacho de las bebidas y alimentos a bordo de la embarcación. Por lo que los circuitos eléctricos, al ser el motor para las actividades de entretenimiento que se ofrecen a bordo, deben reunir los estándares de calidad, fiabilidad, facilidad de acceso y de mantenimiento, ligereza y seguridad. Existen dos neveras como ayuda al manejo de las bebidas, con lo cual se ha analizado el proceso de instalación de equipos fríos a bordo de sus barcos.

El presente trabajo tiene como finalidad establecer estrechos vínculos comerciales y estratégicos con los pobladores de la Isla Puná para realizar un trabajo en conjunto que permita potenciar el desarrollo del turismo en la zona, beneficiando a gran cantidad de personas con las diversas plazas de trabajo que se generarán con ello.

Precio.

De acuerdo al análisis de mercado realizado, el precio pondera los \$35 dólares en los paseos ida y retorno hacia la Isla Puná incluyendo los servicios de circuito con guianza certificada, entretenimiento y facilidad de alimentos y bebidas a bordo de la embarcación.

Se contará con dos productos adicionales que varían su precio debido a la diferenciación del servicio que se ofrece. Uno de ellos es un circuito nocturno denominado “Chiva acuática”, destinado a aquel público que quiera disfrutar de actividades de entretenimiento este producto fluctúa entre los \$15 por persona

Como actividad adicional se realizarán paseos a lo largo del río Guayas que tendrán un costo de \$5 dólares por persona.

Plaza.

Existen muchos canales de distribución por los cuales el servicio a ofrecer puede llegar al consumidor final. Entre los canales más importantes para mercadear el presente proyecto están: las operadoras turísticas, agencias de viajes minoristas y mayoristas, las agencias de viajes de otros países, los hoteles de 3, 4 y 5 estrellas, los aeropuertos, entre otros.

De acuerdo al análisis realizado, se establecerán estrategias y alianzas comerciales para que los canales antes mencionados formen parte de la plaza de distribución de esta idea de negocio y faciliten la entrada del negocio en el mercado, distribuyéndolo entre sus bases de datos.

Además de contar con una oficina ubicada en Alborada 8va etapa Mz 829 villa 10, encargada de realizar las gestiones, comercializaciones y planes logísticos respectivos, ésta será una plaza de distribución principal; al igual que la embarcación que operará desde el muelle del Malecón Simón Bolívar, en las calles Tomas Martínez y Malecón, con el fin de estar al alcance de los consumidores.

Promoción.

En base a la investigación de mercado, la promoción dará a conocer y posicionar el servicio que la presente idea de negocio oferta en la mente de los consumidores como la primera empresa en brindar este tipo de servicio, resaltando las ventajas competitivas con relación a los productos sustitutos.

El éxito de los objetivos organizacionales podrá obtenerse llevando a cabo una buena promoción anticipada del servicio, para establecer contacto con los futuros consumidores previo al lanzamiento del mismo.

Las diversas herramientas que se utilizarán para lograr el contacto con los futuros clientes son:

- Manejo de redes sociales
- Brochures-volantes
- Visitas personalizadas a empresas
- Visitas personalizadas a colegios
- Relación directa con operadoras, agencias de viajes nacionales, mayoristas internacionales.
- Participación en grandes ferias de turismo como FITE, FIT, FITUR etc.
- Publicidad boca a boca, a través de correo electrónico

CAPÍTULO V

Financiamiento

Para la realización de la evaluación financiera del presente proyecto, se ha tomado como base una proyección de 5 años; ya que presentar una planeación mayor a estos años trae consigo un margen de error alto, dado los factores de riesgo que pueden amenazar con la producción a futuro (nuevos competidores).

Inversión requerida.

La inversión requerida para el desarrollo del proyecto abarca la inversión inicial en activos fijos, los cuales no varían durante el ciclo de explotación de la empresa.

Tabla 13:

Inversión inicial

Empresa "Guayaca"			
INVERSION INICIAL			
2014			
Equipos de Oficina	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Aire acondicionado	1	\$ 150,00	\$ 150,00
Teléfonos	2	\$ 15,00	\$ 30,00
TOTAL			\$ 180,00
Muebles y Enseres	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Escritorio	2	\$ 200,00	\$ 400,00
Silla ejecutiva	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Sillas	4	\$ 30,00	\$ 120,00
Archivadores	2	\$ 50,00	\$ 100,00
Tachos de basura	2	\$ 3,00	\$ 6,00
TOTAL			\$ 726,00
Equipos de Computación	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Computadoras	2,00	\$ 350,00	\$ 700,00
Impresora	1,00	\$ 62,00	\$ 62,00
TOTAL			\$ 762,00
Equipos de Producción	Cantidad	P. Unitario	P. Total
Catamarán	1	\$ 64.000,00	\$ 64.000,00
Chalecos salvavidas	55	\$ 20,00	\$ 1.100,00
Aros salvavidas	2	\$ 60,00	\$ 120,00
Extintores	4	\$ 70,00	\$ 280,00
Cabo	1	\$ 40,00	\$ 40,00
Enseres de bar	1	\$ 150,00	\$ 150,00
TOTAL EQUIPO DE PRODUCCIÓN			\$ 65.690,00
TOTAL INVERSION INICIAL			\$ 67.358,00

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

En cuanto a los costos legales por constitución y permisos de operación necesarios para poner en marcha el negocio se prevé un total de \$3000,00 el primer año.

Balance inicial.

Este punto presenta un análisis de los activos que se requieren para emprender el negocio. Para este proyecto se calcula \$ 5,000.00 en la cuenta caja como provisión ante cualquier novedad por los primeros meses de iniciado el negocio. A su vez, se establece un aporte capital por parte de los accionistas de \$ 20,000.00, siendo el resto financiado.

Tabla 14:

Balance inicial de la empresa Guayaca S.A

Empresa "Guayaca"		
Balance Inicial		
2014		
ACTIVOS		
Activo Corriente		\$ 5.000,00
Caja	\$ 5.000,00	
Activo Fijo		\$ 67.358,00
Equipos de Oficina	\$ 180,00	
Muebles y Enseres	\$ 726,00	
Equipos de Computación	\$ 762,00	
Equipos de Producción	\$ 65.690,00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 72.358,00
PASIVOS		
Pasivo a largo plazo		\$ 52.358,00
Documentos por pagar	\$ 52.358,00	
TOTAL PASIVOS		\$ 52.358,00
PATRIMONIO		
Capital Propio	\$ 20.000,00	
TOTAL PATRIMONIO		\$ 20.000,00
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO		\$ 72.358,00

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Detalle del financiamiento.

Como se ha detallado anteriormente, se necesita una inversión inicial de \$72.358,00. Considerando el aporte de \$20.000,00 por parte de los accionistas, el valor

restante, \$52.358,00, se obtendrán a partir de un préstamo a la CFN (Corporación Financiera Nacional) a cinco años plazo con una tasa de interés anual del 11%.

Para la amortización del préstamo, se ha considerado aplicar el sistema francés, mediante el cual uno se compromete a cancelar una cantidad constante (anualidad o término de la renta). En consecuencia, al ser las anualidades constantes, al comenzar la amortización del capital comenzará a disminuir la parte destinada al pago de intereses y aumentando la parte destinada a la amortización del capital en cada período.

Tabla 15:

Amortización del préstamo anual

Inversión Inicial	72.358,00
Monto del Crédito	52.358,00
Tasa Interés Anual	11,00%
Tasa de Interés Mensual	0,92%
Plazo	5 Años
Dividendo	60 Meses
Cuota Anual	14.166,52
Cuota Mensual	\$ 1.138,39

AMORTIZACIÓN DEL PRÉSTAMO ANUAL

PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 52.358,00	\$ 8.312,08	\$ 5.348,60	\$ 13.660,68	\$ 44.045,92
2	\$ 44.045,92	\$ 9.273,95	\$ 4.386,73	\$ 13.660,68	\$ 34.771,97
3	\$ 34.771,97	\$ 10.347,12	\$ 3.313,56	\$ 13.660,68	\$ 24.424,86
4	\$ 24.424,86	\$ 11.544,47	\$ 2.116,21	\$ 13.660,68	\$ 12.880,38
5	\$ 12.880,38	\$ 12.880,38	\$ 780,29	\$ 13.660,68	\$ -

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Detalle de ingresos.

En este detalle se muestran los ingresos generados por la venta del servicio, en este caso, paseos fluviales. Luego del primer año se prevé un incremento del 5 % en cuanto al precio, y para el respectivo cálculo se toma en cuenta los siguientes aspectos:

- Número de pasajeros que opera la embarcación en cada recorrido.
- Numero de paseos a la semana
- Conocer el porcentaje promedio de pasajeros por paseos

Tabla 16:
Detalle de ingresos anual por ventas

Empresa "Guayaca" DETALLE DE INGRESOS ANUAL POR VENTAS 2014															
%Variación incremento	5,00%														
DETALLE	AÑO 1			AÑO 2			AÑO 3			AÑO 4			AÑO 5		
Actividad principal	Cantidad	Precio	TOTAL	Cantidad	Precio	TOTAL	Cantidad	Precio	TOTAL	Cantidad	Precio	TOTAL	Cantidad	Precio	TOTAL
Paseo fluvial hacia Isla Puná	\$ 4.048	\$ 35,00	\$ 141.680,00	\$4.250,4	\$36,75	\$ 156.202,20	\$4.462,92	\$38,59	\$ 172.212,93	\$4.686,07	\$40,52	\$ 189.864,75	\$4.920,37	\$42,54	\$ 209.325,89
Venta de snacks	\$ 2.024	\$ 0,67	\$ 1.356,08	\$2.125,2	\$ 0,70	\$ 1.495,08	\$2.231,46	\$ 0,74	\$ 1.648,32	\$2.343,03	\$ 0,78	\$ 1.817,28	\$2.460,18	\$ 0,81	\$ 2.003,55
Venta de bebidas	\$ 2.024	\$ 1,92	\$ 3.892,59	\$2.125,2	\$ 2,02	\$ 4.291,58	\$2.231,46	\$ 2,12	\$ 4.731,46	\$2.343,03	\$ 2,23	\$ 5.216,44	\$2.460,18	\$ 2,34	\$ 5.751,12
Actividades secundarias															
Chiva acuática	\$ 1.560	\$ 15,00	\$ 23.400,00	\$1.638,0	\$15,75	\$ 25.798,50	\$1.719,90	\$16,54	\$ 28.442,85	\$1.805,90	\$17,36	\$ 31.358,24	\$1.896,19	\$18,23	\$ 34.572,46
Paseo por el río Guayas	\$ 3.510	\$ 6,00	\$ 21.060,00	\$3.685,5	\$ 6,30	\$ 23.218,65	\$3.869,78	\$ 6,62	\$ 25.598,56	\$4.063,26	\$ 6,95	\$ 28.222,41	\$4.266,43	\$ 7,29	\$ 31.115,21
TOTAL			\$ 191.388,67			\$ 211.006,00			\$ 232.634,12			\$ 256.479,12			\$ 282.768,23

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Detalle de gastos.

Adjunto se encontrarán los gastos por concepto de sueldos del personal:

Tabla 17:
Detalle de sueldos anual

DETALLE DEL SUELDO ANUAL					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Capitán	\$ 18.629,60	\$ 20.978,58	\$ 22.196,49	\$ 23.487,48	\$ 24.855,93
Tripulante	\$ 9.206,06	\$ 10.321,82	\$ 10.900,33	\$ 11.513,55	\$ 12.163,57
Guía	\$ 9.206,06	\$ 10.321,82	\$ 10.900,33	\$ 11.513,55	\$ 12.163,57
Gerente	\$ 14.550,10	\$ 16.409,71	\$ 17.373,89	\$ 18.395,92	\$ 19.479,28
Asistente administrativo	\$ 7.071,10	\$ 7.951,97	\$ 8.408,68	\$ 8.892,80	\$ 9.405,97
Jefe de ventas	\$ 8.566,90	\$ 9.643,51	\$ 10.201,72	\$ 10.793,43	\$ 11.420,63
Total	\$ 67.229,82	\$ 75.627,41	\$ 79.981,45	\$ 84.596,74	\$ 89.488,95

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Gastos de Sueldos.

La empresa no podría poner en marcha sus actividades si no tiene personal responsable de cada área de negocio, dentro de la cuenta de sueldos se incluye la remuneración de los trabajadores y a su vez los beneficios adicionales de ley.

Depreciación de activos.

La depreciación básicamente define el proceso de asignar a gastos el costo de un activo fijo en el período en el que se prevé generarán ingresos.

Tabla 18:

Depreciación de activos

Empresa "Guayaca"				
Depreciación de Activos				
2014				
ACTIVOS FIJOS	VALOR LIBROS	AÑOS VIDA UTIL	DEPRECIACIÓN ANUAL	DEPRECIACIÓN MENSUAL
Equipos de Oficina	\$ 180,00	5	\$ 36,00	\$ 3,00
Muebles y Enseres	\$ 726,00	5	\$ 145,20	\$ 12,10
Equipos de Computación	\$ 762,00	3	\$ 254,00	\$ 21,17
Catamarán	\$ 64.000,00	5	\$ 12.800,00	\$ 1.066,67
Equipos de Producción	\$ 1.690,00	5	\$ 338,00	\$ 28,17
			\$ 13.573,20	\$ 1.131,10

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Presupuesto de egresos.

Este presupuesto comprende los costos por la realización del servicio (directos e indirectos), así también como los gastos de operación (administrativos y financieros).

Los costos de producción son aquellos incurridos para la elaboración del bien final. Estos costos son: mano de obra directa e indirecta y materiales directos e

indirectos. El gasto financiero de este proyecto es causado por las obligaciones que se tiene debido al préstamo que se contrae para financiar una parte de la inversión inicial, con lo cual se compromete a realizar pagos anuales, lo que comprende la suma de intereses y parte de abono al capital.

Tabla 19:

Detalle de costo y gastos

Empresa "Guayaca"					
Detalle de costos y gastos					
2014					
Variación	0,05				
% incremento	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
DESCRIPCIÓN					
<u>COSTOS VARIABLES</u>	\$ 9.428,35	\$ 10.390,78	\$ 11.451,66	\$ 12.621,07	\$ 13.910,13
Costo de alimentos	\$ 720,54	\$ 794,40	\$ 875,83	\$ 965,60	\$ 1.064,57
Costo de bebidas	\$ 1.412,09	\$ 1.556,83	\$ 1.716,41	\$ 1.892,34	\$ 2.086,30
Vasos, servilletas	\$ 75,70	\$ 79,48	\$ 83,46	\$ 87,63	\$ 92,01
Costo box lunch	\$ 7.220,01	\$ 7.960,06	\$ 8.775,97	\$ 9.675,51	\$ 10.667,25
<u>COSTOS FIJOS</u>	\$ 81.775,72	\$ 87.936,02	\$ 91.969,75	\$ 96.228,91	\$ 100.726,20
Sueldos y remuneraciones de operación	\$ 37.041,72	\$ 41.622,22	\$ 43.997,16	\$ 46.514,59	\$ 49.183,06
Depreciación equipos de operación	\$ 13.138,00	\$ 13.138,00	\$ 13.138,00	\$ 13.138,00	\$ 13.138,00
Combustible	\$ 30.000,00	\$ 31.500,00	\$ 33.075,00	\$ 34.728,75	\$ 36.465,19
Mantenimiento de equipos de operación	\$ 1.500,00	\$ 1.575,00	\$ 1.653,75	\$ 1.736,44	\$ 1.823,26
Seguro	\$ 96,00	\$ 100,80	\$ 105,84	\$ 111,13	\$ 116,69
<u>GASTOS DE ADMINISTRACION Y VENTA</u>	\$ 39.773,30	\$ 44.047,89	\$ 46.507,37	\$ 48.855,62	\$ 51.608,97
Sueldos y remuneraciones administración y ventas	\$ 30.188,10	\$ 34.005,19	\$ 35.984,30	\$ 38.082,15	\$ 40.305,88
Depreciación Activos fijos	\$ 435,20	\$ 435,20	\$ 435,20	\$ 181,20	\$ 181,20
Suministros de oficina	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
Arriendo*	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Servicios Básicos	\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91
Uniforme	\$ 270,00	\$ 283,50	\$ 297,68	\$ 312,56	\$ 328,19
Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
Materiales de limpieza	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
Honorarios profesionales contador	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
<u>GASTOS FINANCIEROS</u>	\$ 5.348,60	\$ 4.386,73	\$ 3.313,56	\$ 2.116,21	\$ 780,29
Interés de préstamo	\$ 5.348,60	\$ 4.386,73	\$ 3.313,56	\$ 2.116,21	\$ 780,29
Gastos de preoperación	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Gastos de instalación	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL DE COSTOS Y GASTOS	\$ 139.325,96	\$ 146.761,42	\$ 153.242,34	\$ 159.821,81	\$ 167.025,59

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Flujo de caja anual.

El flujo de caja anual muestra las transacciones que se realizan al año, en cuanto al dinero necesario para la operatividad del plan de negocio.

Tabla 20:

Flujo de caja anual del proyecto

	FLUJO DE CAJA				
DETALLE	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
OPERATIVO					
Ingresos	\$ 191.388,67	\$ 211.006,00	\$ 232.634,12	\$ 256.479,12	\$ 282.768,23
Ventas	\$ 191.388,67	\$ 211.006,00	\$ 232.634,12	\$ 256.479,12	\$ 282.768,23
Egresos	\$ 120.404,17	\$ 146.346,62	\$ 158.006,00	\$ 171.141,43	\$ 185.499,61
COSTOS DE VENTAS	\$ 78.066,07	\$ 85.188,80	\$ 90.283,41	\$ 95.711,98	\$ 101.498,33
Costo box lunch	\$ 7.220,01	\$ 7.960,06	\$ 8.775,97	\$ 9.675,51	\$ 10.667,25
Snacks	\$ 720,54	\$ 794,40	\$ 875,83	\$ 965,60	\$ 1.064,57
Bebidas	\$ 1.412,09	\$ 1.556,83	\$ 1.716,41	\$ 1.892,34	\$ 2.086,30
Vasos, servilletas	\$ 75,70	\$ 79,48	\$ 83,46	\$ 87,63	\$ 92,01
Sueldos de operación	\$ 37.041,72	\$ 41.622,22	\$ 43.997,16	\$ 46.514,59	\$ 49.183,06
Combustible	\$ 30.000,00	\$ 31.500,00	\$ 33.075,00	\$ 34.728,75	\$ 36.465,19
Mantenimiento	\$ 1.500,00	\$ 1.575,00	\$ 1.653,75	\$ 1.736,44	\$ 1.823,26
Seguro	\$ 96,00	\$ 100,80	\$ 105,84	\$ 111,13	\$ 116,69
GASTOS DE AMINISTRACIÓN	\$ 39.338,10	\$ 61.157,82	\$ 67.722,60	\$ 75.429,45	\$ 84.001,28
Sueldos de administración	\$ 30.188,10	\$ 34.005,19	\$ 35.984,30	\$ 38.082,15	\$ 40.305,88
Arriendo	\$ 1.440,00	\$ 1.512,00	\$ 1.587,60	\$ 1.666,98	\$ 1.750,33
Servicios básicos	\$ 1.800,00	\$ 1.890,00	\$ 1.984,50	\$ 2.083,73	\$ 2.187,91
Suministros oficina	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
Materiales de limpieza	\$ 720,00	\$ 756,00	\$ 793,80	\$ 833,49	\$ 875,16
Publicidad	\$ 1.200,00	\$ 1.260,00	\$ 1.323,00	\$ 1.389,15	\$ 1.458,61
Uniforme	\$ 270,00	\$ 283,50	\$ 297,68	\$ 312,56	\$ 328,19
Impuesto a la renta	\$ -	\$ 9.735,73	\$ 12.013,74	\$ 14.846,26	\$ 18.074,92
Participación trabajadores	\$ -	\$ 7.809,41	\$ 9.636,69	\$ 11.908,77	\$ 14.498,60
Honorarios profesionales contador	\$ 3.000,00	\$ 3.150,00	\$ 3.307,50	\$ 3.472,88	\$ 3.646,52
Gastos iniciales	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FLUJO OPERATIVO	\$ 70.984,50	\$ 64.659,39	\$ 74.628,12	\$ 85.337,69	\$ 97.268,62
INVERSIONES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Venta de Activo Fijo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Egresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Compra de Activo Fijo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
TOTAL INVERSIONES	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
FINANCIERO	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Ingresos	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Nuevo préstamo	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Egresos	\$ 13.660,68	\$ 13.660,68	\$ 13.660,68	\$ 13.660,68	\$ 13.660,68
Abono de capital	\$ 8.312,08	\$ 9.273,95	\$ 10.347,12	\$ 11.544,47	\$ 12.880,38
Abono de interés	\$ 5.348,60	\$ 4.386,73	\$ 3.313,56	\$ 2.116,21	\$ 780,29
TOTAL FINANCIERO	\$ -13.660,68	\$ -13.660,68	\$ -13.660,68	\$ -13.660,68	\$ -13.660,68
FLUJO DE EFECTIVO DEL PERIODO	\$ 57.323,82	\$ 50.998,71	\$ 60.967,44	\$ 71.677,01	\$ 83.607,94

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Estado de resultado proyectado.

El Estado de resultados o Estado de pérdidas y ganancias, es un estado financiero que muestra de forma detallada y ordenada la forma de cómo se obtuvo el resultado del

ejercicio durante un periodo determinado. El estado financiero es dinámico, ya que abarca un período durante el cual deben identificarse perfectamente los costos y gastos que dieron origen al ingreso del mismo. Por lo tanto debe aplicarse perfectamente al principio del periodo contable para que la información que presenta sea útil y confiable para la toma de decisiones. En la Tabla 20 se detalla el Estado de Resultados Proyectado de la empresa.

Tabla 21:

Estado de resultados del proyecto

Empresa "Guayaca" Estado de resultados 2014					
Detalle	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas/ Ingresos	\$ 191.388,67	\$ 211.006,00	\$ 232.634,12	\$ 256.479,12	\$ 282.768,23
(-) Costo de Venta	\$ 91.204,07	\$ 98.326,80	\$ 103.421,41	\$ 108.849,98	\$ 114.636,33
UTILIDAD BRUTA VTA	\$ 100.184,60	\$ 112.679,20	\$ 129.212,71	\$ 147.629,14	\$ 168.131,90
Gastos de Administración y Ventas	\$ 39.773,30	\$ 44.047,89	\$ 46.507,37	\$ 48.855,62	\$ 51.608,97
Gastos Financieros	\$ 5.348,60	\$ 4.386,73	\$ 3.313,56	\$ 2.116,21	\$ 780,29
Gastos de Constitución	\$ 3.000,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
UTILIDAD ANTES DE PARTICIPACIÓN	\$ 52.062,70	\$ 64.244,59	\$ 79.391,78	\$ 96.657,31	\$ 115.742,64
Participación a trabajadores 15%	\$ 7.809,41	\$ 9.636,69	\$ 11.908,77	\$ 14.498,60	\$ 17.361,40
UTILIDAD ANTES DE IMPUESTOS	\$ 44.253,30	\$ 54.607,90	\$ 67.483,01	\$ 82.158,71	\$ 98.381,24
Impuesto a la renta 22%	\$ 9.735,73	\$ 12.013,74	\$ 14.846,26	\$ 18.074,92	\$ 21.643,87
UTILIDAD LIQUIDA	\$ 34.517,57	\$ 42.594,16	\$ 52.636,75	\$ 64.083,80	\$ 76.737,37

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Balance general.

El balance general muestra la situación financiera contable de la empresa ante los diferentes escenarios por los que atraviesa durante los años proyectados. El total de los activos debe ser igual al total de los pasivos junto con el patrimonio de la empresa, para conocer la situación real por la que cruza la organización en cada periodo.

Tabla 22:

Balance general de la empresa

Empresa "Guayaca" Balance General 2014					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
ACTIVOS					
Activo Corriente	\$62.323,82	\$113.322,53	\$174.289,97	\$245.966,98	\$329.574,92
Caja - Bancos	\$62.323,82	\$113.322,53	\$174.289,97	\$245.966,98	\$329.574,92
Activos Fijos	\$53.784,80	\$40.211,60	\$26.638,40	\$13.319,20	\$0,00
Equipos de Oficina	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00	\$180,00
Muebles y Enseres	\$726,00	\$726,00	\$726,00	\$726,00	\$726,00
Equipos de Computación	\$762,00	\$762,00	\$762,00	\$762,00	\$762,00
Equipos de Producción	\$65.690,00	\$65.690,00	\$65.690,00	\$65.690,00	\$65.690,00
Depreciación de activos	-\$13.573,20	-\$27.146,40	-\$40.719,60	-\$54.038,80	-\$67.358,00
TOTAL ACTIVOS	\$116.108,62	\$153.534,13	\$200.928,37	\$259.286,18	\$329.574,92
PASIVOS					
Pasivo Corriente	\$17.545,13	\$21.650,43	\$26.755,03	\$32.573,51	\$39.005,27
Impuesto por pagar	\$9.735,73	\$12.013,74	\$14.846,26	\$18.074,92	\$21.643,87
Participación Trabajadores	\$7.809,41	\$9.636,69	\$11.908,77	\$14.498,60	\$17.361,40
Pasivo Largo plazo	\$44.045,92	\$34.771,97	\$24.424,86	\$12.880,38	\$0,00
Préstamos	\$44.045,92	\$34.771,97	\$24.424,86	\$12.880,38	\$0,00
TOTAL PASIVOS	\$61.591,05	\$56.422,40	\$51.179,89	\$45.453,90	\$39.005,27
PATRIMONIO					
Aporte de accionistas	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00	\$20.000,00
Utilidades Ejercicio	\$34.517,57	\$42.594,16	\$52.636,75	\$64.083,80	\$76.737,37
Utilidades retenidas	\$0,00	\$34.517,57	\$77.111,73	\$129.748,48	\$193.832,28
TOTAL PATRIMONIO	\$54.517,57	\$97.111,73	\$149.748,48	\$213.832,28	\$290.569,65
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	\$116.108,62	\$153.534,13	\$200.928,37	\$259.286,18	\$329.574,92

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Evaluación financiera.

Se trata de un análisis financiero de la empresa donde se miden los beneficios, ganancias y riesgos que permitirán facilitar futuras tomas de decisiones. Esta evaluación involucra el análisis de la tasa interna de retorno de la inversión, el valor actual neto y el aspecto beneficio / costo para determinar el periodo en el cual la inversión será recuperada en su totalidad.

Tabla 23:

Evaluación financiera del proyecto

EVALUACIÓN DEL PROYECTO		
	Inversión inicial	-72.358,00
	Flujos 1	57.323,82
	Flujos 2	50.998,71
	Flujos 3	60.967,44
	Flujos 4	71.677,01
	Flujos 5	83.607,94
TD	TASA DE DESCUENTO	12%
VPN	VALOR PRESENTE NETO	\$ 139.168,47
TIR	TASA INTERNA DE RETORNO	76,32%
B/C	BENEFICIO / COSTO	1,92
PRI	PERIODO DE RECUPERACIÓN DE	1,37 1 año 4 meses 13 días

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Valor Actual Neto o Valor Presente Neto.

El valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es uno de los criterios económicos más ampliamente utilizado en la evaluación de proyectos de inversión, y consiste en determinar la equivalencia en el tiempo cero de los flujos de efectivo que genera un proyecto y comparar esa equivalencia con el desembolso inicial.

Para poder realizar el análisis correspondiente, se necesita obtener el flujo de efectivo, que no es más que el detalle de los movimientos de ingresos y egresos que permiten establecer la disponibilidad de fondos a una fecha determinada.

Para obtener el valor actual neto, se ha considerado la tasa de descuento del 12% por una inversión de un año en \$ 72,358.00; y adicionalmente los flujos de caja detallados en el cuadro anterior, como también la inversión inicial estipulada en el principio de este análisis.

En el estudio financiero, el VAN arroja un resultado de \$139.168,47; lo que significa que la inversión producirá beneficios y utilidades por encima de la rentabilidad exigida.

Valor	Significado	Decisión a tomar
$VAN > 0$	La inversión produciría ganancias por encima de la rentabilidad exigida	El proyecto puede aceptarse

Figura 31: Situación del valor actual neto

Tasa Interna de Retorno o Tasa de Rentabilidad.

La tasa interna de retorno o tasa interna de rentabilidad (TIR) de una inversión, está definida como la tasa de interés con la cual el valor actual neto o valor presente neto (VAN o VPN) es igual a cero. Como anteriormente mencionamos, El VAN o VPN es calculado a partir del flujo de caja anual, trasladando todas las cantidades futuras al presente. Es un indicador de la rentabilidad de un proyecto, a mayor TIR, mayor rentabilidad.

Se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión. Para ello, la TIR se compara con una tasa mínima o tasa de corte, el coste de oportunidad de la inversión (si la inversión no tiene riesgo, el coste de oportunidad utilizado para comparar la TIR será la tasa de rentabilidad libre de riesgo). Si la tasa de rendimiento del proyecto - expresada por la TIR- supera la tasa de corte, se acepta la inversión; en caso contrario, se rechaza.

Periodo de recuperación de la inversión.

Este periodo es el tiempo necesario para que los beneficios netos de un proyecto amorticen el capital invertido. Su objetivo primordial es la de conocer en qué tiempo una inversión genera los recursos suficientes para igualar el monto de la inversión inicial. Para el presente proyecto la recuperación se efectuará en un periodo de 1 año y 3 meses.

Razones financieras.

Las razones financieras o ratios financieros dan paso al estudio exhaustivo y comparación de diversas variables que se relacionan para determinar el grado de aceptación o rechazo que tiene el proyecto a lo largo de los años.

Tabla 24:

Ratios financieros

RATIOS FINANCIEROS						
ÍNDICE	FÓRMULA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO %	Utilidad bruta / Ventas	52%	53%	56%	58%	59%
MARGEN NETO %	Utilidad neta / Ventas	18%	20%	23%	25%	27%
ROA - RETORNO SOBRE ACTIVOS %	Utilidad Neta / Activo	30%	28%	26%	25%	23%
ROE - RETORNO SOBRE PATRIMONIO %	Utilidad Neta / Capital	63%	44%	35%	30%	26%
CAPITAL DE TRABAJO \$	Activo corriente - Pasivo corriente	\$ 44.778,69	\$ 91.672,11	\$ 147.534,94	\$ 213.393,46	\$ 290.569,65
RAZÓN CIRCULANTE \$	Activo corriente / Pasivo corriente	\$ 3,55	\$ 5,23	\$ 6,51	\$ 7,55	\$ 8,45

Nota. Elaboración: autoras de la tesis

Toda empresa del sector turístico, se centra en la explotación y el manejo inadecuado de los recursos naturales con el único fin de obtener dinero mientras que olvidan la capacitación del personal y el ofrecer un servicio de excelencia a todos los turistas, que es un factor que en la industria genera el periodo de vida de una empresa y a su vez es el éxito al momento alcanzar las metas financieras.

Existe una gran oportunidad de operar una embarcación de estilo catamarán en el río Guayas que ofrezca la variedad y calidad de servicio que se desea brindar a todos los visitantes que utilicen los servicios analizados en la presente investigación.

El proyecto resulta económicamente factible, y presenta beneficios reflejados por medio de una TIR de 76,32% y un VAN de \$139.168,47.

CAPÍTULO VI

Impactos

En este apartado se detallada a profundidad los impactos que el proyecto generaría al momento de ponerlo en marcha, reflejando los impactos que se producirán en la Isla Puná y en la Ciudad de Guayaquil como punto de partida.

La técnica de observación en el punto de destino, ha proporcionado datos claves que marcarán el grado de impacto en el lugar.

Tabla 25:

Matriz de impactos en la Isla Puná

Isla Puná				
Impactos	Alta	Media	Baja	
1. Económicos				
El turismo atrae más inversión en la zona	✓			
Aumento del nivel de vida por gasto de turistas	✓			
Mejor dotación de infraestructura	✓			
Aumento de precios		✓		
Aumento de las desigualdades de renta		✓		
2. Sociocultural				
Inmigración			✓	
Mayor intercambio cultural	✓			
Mayores dotaciones de equipamientos de ocio	✓			
Restauración de infraestructura y conservación de los recursos naturales	✓			
Aceptación de los estereotipos de turistas	✓			
Cambios en la cultura tradicional		✓		
Menor calidad de vida			✓	
3. Ambientales				
Congestión en zonas de esparcimiento		✓		
Ruido, Polución		✓		
Destrucción del ambiente natural			✓	
4. Turístico				
Mayor afluencia de turistas	✓			
Mayor conocimiento de historia, flora y fauna de la zona a visitar y del punto de partida.	✓			

Diversidad de actividades en momentos de ocio	✓
Motivar a los turistas a emprender más actividades turísticas en las zonas aledañas	✓

Nota. Fuente: Observación – Investigación

Elaboración: Autoras de la tesis

En la siguiente tabla se presentan los impactos que se causarían en la ciudad de partida, Guayaquil, destacando aspectos en cada una de las áreas posibles afectadas.

Tabla 26:

Matriz de impactos en Guayaquil

Guayaquil				
Impactos	Alta	Media	Baja	
1. Económicos				
El turismo atrae más inversión en la zona	✓			
Aumento del nivel de vida por gasto de turistas	✓			
Mejor dotación de infraestructura	✓			
Aumento de precios	✓			
Aumento de las desigualdades de renta	✓			
2. Sociocultural				
Inmigración			✓	
Mayor intercambio cultural	✓			
Mayores dotaciones de equipamientos de ocio		✓		
Restauración de infraestructura y conservación de los recursos naturales	✓			
Aceptación de los estereotipos de turistas	✓			
Cambios en la cultura tradicional		✓		
Menor calidad de vida			✓	
3. Ambientales				
Congestión en zonas de esparcimiento	✓			
Ruido, Polución		✓		
Destrucción del ambiente natural			✓	
4. Turístico				
Mayor afluencia de turistas	✓			
Mayor conocimiento de historia, flora y fauna de la zona a visitar y del punto de partida.	✓			
Diversidad de actividades en momentos de ocio	✓			
Motivar a los turistas a emprender más actividades turísticas en las zonas aledañas	✓			

Nota. Fuente: Observación – Investigación

Elaboración: Autoras de la tesis

CONCLUSIONES

En la ciudad de Guayaquil existen recursos que no han sido desarrollados en toda su expresión para brindar actividades nuevas a todos sus habitantes y se puede concluir que con la iniciativa de empresas privadas y de organismos públicos se podrían crear sitios, actividades y zonas de actividad turística para satisfacer la demanda interna y externa de visitantes de la ciudad.

En la actualidad, existe apoyo por parte de instituciones gubernamentales y gran oportunidad de poner en marcha una empresa que permita el progreso e integración de comunidades que cuenten con potencial para el desarrollo de actividades relacionadas con el turismo, lo que favorece al desarrollo del presente trabajo.

Hoy por hoy, existen rutas navegables estudiadas por el Instituto Nacional Oceanográfico de la Armada por el río Guayas hacia la Isla Puná, por lo que este aspecto no es un impedimento para la realización del proyecto analizado.

De acuerdo al estudio realizado al comportamiento del mercado y las técnicas de recolección de datos empleadas, se puede apreciar un alto nivel de aceptación por parte de los diversos usuarios en adquirir un servicio como el que se propone y el bajo nivel de desarrollo de empresas para satisfacer este mercado.

De acuerdo al estudio financiero realizado, el presente proyecto “Servicios de paseos fluviales desde el Malecón Simón Bolívar de Guayaquil hacia la Isla Puna en embarcación de estilo catamarán con servicio de entretenimiento, guianza, alimentos y bebidas a bordo” resulta económicamente factible, puesto que cuenta con beneficios reflejados por medio de una TIR de 76,32 % y un VAN de \$ 139.168,47.

Las comunidades del lugar de destino están predispuestas al trabajo conjunto para el desarrollo de actividades turísticas junto con empresas interesadas en difundir a Isla Puná como destino turístico.

RECOMENDACIONES

Se recomienda para la ejecución del presente proyecto la aceptación de todos los participantes involucrados tanto entidades públicas que ofrezcan el apoyo legal, como de las comunidades para lograr beneficios conjuntos.

Se recomienda elaborar un plan de marketing que permita conocer el servicio a ofrecer previo al lanzamiento para lograr el éxito financiero que se refleja como resultado en la presente investigación.

Se recomienda manejar un plan de cuidado del medio ambiente para que la ejecución de la actividad propuesta a futuro no cause impacto a los recursos utilizados.

Se recomienda que la actividad propuesta se vea enfocada en el apoyo y desarrollo de las comunidades de la isla Puná para lograr el impulso y crecimiento económico de esta zona.

Se recomienda la contratación de personal calificado para ofrecer de esta forma un servicio de calidad que cumpla con estándares para fidelizar a los clientes.

Se recomienda el manejo de una cartera de clientes y las visitas constantes a empresas y colegios para ofrecer los servicios fluviales como actividades de recreación para abarcar un mercado que no ha sido considerado por otras empresas.

REFERENCIAS

- Alava, C., & Inés, B. (2013). *Propuesta para la creación de una ruta turística fluvial en el Cantón Babahoyo como alternativa de desarrollo de un turismo recreativo en la zona (Thesis)*. Retrieved from <http://repositorio.ucsg.edu.ec:8080/handle/123456789/316>
- Alcivar, W. (2014). *Contruccion de Catamarán, características y costos*.
- Amorim, E., Andrade, C., Frederico, N., & Umbelino, J. (2012). *Cruceros turisticos en el Douro y el segmento de vinos y gastronomía*. Retrieved from <http://www.estudiosenturismo.com.ar/PDF/V21/N04/v21n4a14.pdf>
- Avilés, E. (2012). *Enciclopedia del Ecuador-GUAYAS, Cuenca del Río*. Retrieved June 9, 2014, from <http://www.encyclopediadelecuador.com/temasOpt.php?Ind=998>
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Cifras económicas del Ecuador. Mayo 2014*. Retrieved from <http://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie201405.pdf>
- Campoverde, L., Murillo, K., & Pico, K. (2013). *Proyecto de valoración financiera para el reposicionamiento de una empresa de servicio turístico fluvial en Guayaquil*.
- Casas, A. C., Soler, A., & Jaime, V. (2012). El turismo comunitario como instrumento de erradicación de la pobreza: Potencialidades para su desarrollo en Cuzco (PERÚ). *Cuadernos de Turismo*, 30, 91–108.

Chapman, A. (2004). *Análisis DOFA y análisis PEST*. Retrieved from

http://www.degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest

Club de Vela Alcossebre. (2013). *Iniciación al Catamarán*. Retrieved from

<http://cvalcossebre.com/wp-content/uploads/2013/06/Manual-Catamaran.pdf>

David, F. R., Sánchez, C. M. A., & Valdés, H. L. A. (2003). *Conceptos de*

administración estratégica. México: Pearson Educación.

Gitman, L. J., Joehnk, M. D., & Aguado, J. C. (2005). *Fundamentos de inversiones*.

Madrid, [etc.]: Pearson Educación.

Hernandez, J. A. (2006). *Transporte fluvial entre Argentina y Uruguay y su incidencia*

en la integración y desarrollo regional - Google Académico. Retrieved July 8,

2014, from

<http://scholar.google.es/scholar?hl=es&q=Hern%C3%A1ndez+%282006%29+evalu%C3%B3+la+potencialidad+que+tiene+el+transporte+fluvial+entre+las+ciudades+de+Buenos+Aires+y+de+Montevideo+&btnG=&lr=>

Hitt, M. A., Black, S. J., Porter, L. W., & Pérez De Lara Choy, M. I. (2006).

Administración. Naucalpan de Juréz: Pearson Educación de México.

INEC. (2010a). *Ecuador turístico*. Retrieved from

http://www.inec.gob.ec/documentos_varios/Turismo.pdf

INEC. (2010b). *Resultados del Censo 2010 de población y vivienda en el Ecuador*.

Retrieved from

http://www.inec.gob.ec/cpv/descargables/fasciculo_nacional_final.pdf

López, J. M., & López, L. M. (2008). *La capacidad de carga turística: Revisión crítica de un instrumento de medida de sostenibilidad*. *El Periplo Sustentable*, (15), 123–150.

López-Guzmán, T., & Sánchez, S. (2009). *Turismo comunitario y generación de riqueza en países en vías de desarrollo. Un estudio de caso en El Salvador*. REVESCO. *Revista de Estudios Cooperativos*, 99, 85–103.

Mateos, F. D., & Llamazares, T. J. M. (2005). *Turismo fluvial: actividad lúdica y económica*. Retrieved from <http://www.unizar.es/fnca/duero/docu/p215.pdf>

Méndez, C. (2007). *Metodología: diseño y desarrollo del proceso de investigación con énfasis en ciencias empresariales* (cuarta.). Limusa.

Merino, M., Pintado, T., Sánchez, J., Estévez, M., & Grande, I. (2010). *Introducción a la investigación de mercados*. Madrid: ESIC.

Ministerio de Turismo. (2014a). *La experiencia turística en el Ecuador. Cifras esenciales de turismo interno y receptor*. Retrieved from http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Minis_Turismo_folleto_espanol_completo.pdf

Ministerio de Turismo. (2014b). *Principales indicadores de turismo*. Retrieved from <http://servicios.turismo.gob.ec/images/estadisticas/Boletin-julio-2014.compressed.pdf>

Office of Government Commerce. (2010). *Estrategia del servicio (The Stationary Office.)*. Reino Unido: The Stationery Office.

Olmos, L., & García, R. (2011). *Estructura del mercado turístico*. Madrid: Paraninfo.

OMT. (n.f.). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Retrieved July 18, 2014, from <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>

Orgaz, F. (2013a). *El turismo comunitario como herramienta para desarrollo sostenible de destinos subdesarrollados*. Nómadas. Revista Crítica de Ciencias Sociales Y Jurídicas, 38. Retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=18128245006>

Orgaz, F. (2013b). *La Cooperación al Desarrollo a través del turismo en países subdesarrollados*. Global Education Magazine, 5, 76–81.

Paredes, W. (2011). *Historia de la Provincia del Guayas - Prefectura del Guayas*. Retrieved June 9, 2014, from <http://www.guayas.gob.ec/historia>

Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo. Teoría, Clasificación y Actividad* (Segunda Edición.). San José: Editorial Universidad Estatal a Distancia.

Quintero de Contreras, M. E. (2005). *La actividad turística como base económica del desarrollo sustentable de la comunidad de Gavidia ubicada en el parque nacional Sierra Nevada*, pp. 59–84.

RAE. (2014). *Diccionario de la lengua española*. Retrieved July 18, 2014, from <http://lema.rae.es/drae/?val=turismo>

Ruiz, E., Hernández, M., Coca, A., Cantero, P., & Del Campo, A. (2008). *Turismo comunitario en Ecuador*. Comprendiendo el community-based tourism desde la comunidad. PASOS. Revista de Turismo Y Patrimonio Cultural, 6, 399–418.

Ruiz, J. (2007). *Metodología de la investigación cualitativa* (quinta., Vol. 15). Deusto.

Shull, F., Singer, J., & Sjøberg, D. I. K. (Eds.). (2008). *Guide to advanced empirical software engineering*. London: Springer.

Stoner, J. A. F. (1995). *Management* (6th ed., Annotated instructor's ed.). Englewood Cliffs, N.J: Prentice Hall.

ANEXOS

Manuel de normas de seguridad terrestre, aérea, fluvial e industrial

Según el manual de normas de seguridad terrestre, aérea, fluvial e industrial de la Armada del Ecuador, se dispone las siguientes medidas de seguridad que se deben seguir para salvaguardar la vida y protección de los pasajeros en actividades fluviales.

Todo el personal encargado de una embarcación fluvial deberá tomar en cuenta las siguientes normas de seguridad

Normas de seguridad
• Antes de realizar un viaje o recorrido fluvial verificar completamente el estado de la embarcación, sea esta canoa, lancha, deslizador u otra.
• Identificar al personal de pasajeros que no saben nadar, para tomar las precauciones pertinentes en caso de producirse una emergencia o viraje.
• Mantener actualizados los documentos necesarios, como son: registro de mantenimiento, carta fluvial, registro de combustible, bitácora naval, etc.
• Verificar que todo el personal que vaya a ser transportado utilice chaleco salvavidas.
• Al transportar personal verificar que el peso de la embarcación se encuentre equilibrado y controlar que cada persona ocupe un lugar o asiento.
• No transportar, en lo posible, combustibles, grasas o materiales inflamables cuando se esté llevando pasajeros.
• No exceder en ningún momento la capacidad de carga de la embarcación.
• Tener precaución al transportar armamento, munición o equipos especiales, a fin de evitar la posibilidad de que se produzca un incendio.
• Exponer a los pasajeros, antes de empezar un viaje, las normas de seguridad a ser empleadas en la embarcación.
• Conducir u operar una embarcación única y exclusivamente si se encuentra habilitado o debidamente capacitado.

• En la proa (parte delantera de la embarcación) deberá ir un guía el mismo que por tener mayor visión deberá indicar al conductor de la embarcación la ruta a seguir, con eso se evitará golpear contra troncos, piedras, remolinos y evitar encallar.
• El proel evitará que la embarcación se golpee cuando realice una maniobra de atraque o desatraque y así mismo, guiará al operador realizando señales convencionales.
• De existir una emergencia o mal funcionamiento el timonel deberá acercarse a la orilla lo más rápido posible para desembarcar y posteriormente tratar de dar parte por el medio disponible para su auxilio.
• Al acercarse con la embarcación a la orilla o puerto, realizarlo a baja velocidad, controlando que no exista personal en el borde de la embarcación. Efectuarlo hacia un lugar de pequeña pendiente para facilitar el desembarque del personal o material.

Fuente: Manual de seguridad

Autor: Fuerzas Armadas del Ecuador

Formato de encuesta

Sexo: F ☐ M ☐

Edad: 15 – 24 ☐ 25 – 44 ☐ 45 – 64 ☐ 65 en adelante ☐

Ocupación: Estudiante ☐ Jubilado ☐ Profesional ☐ Otros: _____

Procedencia: Norteamérica ☐ Sudamérica ☐ Europa ☐ Otros: _____

1. Estadía habitual en la ciudad de Guayaquil

Residencia ☐

Estudio ☐

Turismo ☐

Salud ☐

Trabajo / Negocio ☐

Otros: _____

2. ¿Qué actividad de recreación realiza en Guayaquil?

Observación de naturaleza ☐

Visita a centros comerciales ☐

Visitar sectores históricos ☐

Otras: _____

3. ¿Con quién realiza sus actividades de recreación habitualmente?

Familia ☐

Compañeros de trabajo ☐

Amigos ☐

Pareja ☐

4. ¿Conoce de paseos que se realicen en el Río Guayas partiendo del Malecón Simón Bolívar (Malecón 2000)? Si su respuesta es No, continúe a la pregunta 6

Si ☐

No ☐

5. ¿Ha realizado alguno de estos paseos?

Si ☐

No ☐

6. ¿Le gustaría realizar un paseo turístico por el Río Guayas con servicio de guianza, entretenimiento y alimentos y bebidas en CATAMARAN (embarcación liviana con gran estabilidad para la navegación)?

Si ☐

No ☐

7. En este paseo turístico, ¿Qué le gustaría realizar?

Ida y retorno a un destino turístico ☐

Chiva acuática ☐

Solo paseo a lo largo del Río Guayas ☐

Otros: _____

8. ¿Le gustaría visitar la Isla Puná como destino de este paseo fluvial?

Si ☐

No ☐

9. ¿Cuánto estaría usted dispuesto a pagar por un servicio de paseo fluvial en catamarán desde Guayaquil hacia la Isla Puná que ofrezca entretenimiento, guianza, alimentos y bebidas?

Menor a \$ 50 ☐

\$ 50 - \$ 55 ☐

\$ 56 - \$ 60 ☐

\$ 61 – \$ 65 ☐

10. ¿Qué actividades le gustaría desarrollar en el punto de destino?

Senderismo ☐

Actividades de sol y playa ☐

Degustación de gastronomía ☐

Otros: _____