



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

**TRABAJO DE TITULACIÓN
PARA LA OBTENCION DEL TÍTULO DE
INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE**

AUTOR (A):

Oswaldo Andrés Arias Granda

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA ESCUELA DE BUCEO EN
LA CIUDAD DE GUAYAQUIL”**

TUTOR:

Lcda. Beatriz Annabell Loor Ávila, MSc

**Guayaquil – Ecuador
2016**



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por el Sr. Oswaldo Andrés Arias Granda como requerimiento parcial para la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE.

Guayaquil, Marzo del 2016

TUTOR (A)

Lcda. Beatriz Annabell Loor Ávila, MSc

DIRECTOR DE LA CARRERA

Ing. Ángel Castro Peñarreta, MBA

Guayaquil, a los 22 días del mes de marzo del año 2016.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Oswaldo Andrés Arias Granda

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación “**propuesta para la creación de una escuela de buceo en la ciudad de Guayaquil**”, previo a la obtención del título de INGENIERO/A EN DESARROLLO DE NEGOCIOS BILINGÜE 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 autoría.

En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del trabajo de titulación en mención.

Guayaquil, a los 22 días del mes de marzo del año 2016.

EL AUTOR

OSWALDO ANDRES ARIAS GRANDA



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO**

AUTORIZACIÓN

Yo, Oswaldo Andrés Arias Granda

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la publicación en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: “propuesta para la creación de una escuela de buceo en la ciudad de Guayaquil”, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y autoría.

Guayaquil, a los 22 días del mes de marzo del año 2016.

EL AUTOR

AGRADECIMIENTO

A mis **PADRES**, que son lo más valioso que tengo, gracias por el apoyo incondicional, han sido pilares de fortaleza en mi vida. Mis esfuerzos y logros son gracias a ellos.

A **MIS HERMANOS**, por la motivación brindada, los momentos compartidos y porque en cada conversación que tenemos hay un aprendizaje de vida.

A mi **NOVIA, Jennifer Huacon Plas**, por la paciencia que me tiene y el apoyo que me brinda día a día. Es mi inspiración, mi motivo de superación y anhelos de un futuro mejor juntos.

A **TODOS LOS PROFESORES, DIRECTIVOS Y MI TUTOR**, por guiarme en este proceso universitario y salir airoso.

DEDICATORIA

A **DIOS** quien me bendice siempre y nunca me ha dejado solo.

A mis **PADRES**, por su esfuerzo constante para sacarnos adelante, por su preocupación, confianza, amor infinito y porque gracias a ellos soy una mejor persona y seré un padre ejemplar como me lo han inculcado.

A la memoria de mis **ABUELOS**, porque siempre se preocuparon porque me gradúe, por sus consejos y por el inmenso amor que me dieron.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Lcda. Beatriz Annabell Loor Ávila, MSc
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR

Eco. Andrés Navarro
PROFESOR DELEGADO



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES
CARRERA DE EMPRENDIMIENTO

CALIFICACIÓN

TUTOR (A)

Lcda. Beatriz Annabell Loor Ávila, MSc

Contenido

CERTIFICACIÓN	ii
DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD	iii
AUTORIZACIÓN	iv
AGRADECIMIENTO	v
DEDICATORIA	vi
CALIFICACIÓN	viii
ÍNDICE DE TABLAS	xv
ÍNDICE DE ILUSTRACIONES	xvii
RESUMEN.....	xviii
ABSTRACT	xix
INTRODUCCIÓN.....	xx
ABREVIATURAS.....	xxi
RESUMEN EJECUTIVO	xxii
1 DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN.....	2
1.1 Tema – Título	2
1.2 Justificación	2
1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio	4
1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio	5
1.5 Objetivos de la Investigación	7
1.5.1 Objetivo General	7
1.5.2 Objetivos Específicos	7
1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información	8
1.7 Planteamiento del problema.	8
1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto	9
1.8.1 Marco Referencial	9
1.8.3 Marco Conceptual	13
1.8.4 Marco Legal	13
1.8.5 Marco Lógico.....	14
1.9 Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.....	15
1.10 Cronograma	16
2 Descripción del negocio.	18
2.1 Análisis de la Oportunidad	18
2.1.1 Descripción de la Idea de Negocio.....	18

2.1.2	Descripción de la Idea de Producto o Servicio Razón social ...	19
2.2	Misión, Visión y Valores de la Empresa.....	19
2.3	Objetivos de la Empresa	21
2.3.1	Objetivo General	21
2.4	Estructura Organizacional.....	22
2.4.1	Organigrama	22
2.4.2	Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias.....	22
3	ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA	25
3.1	Aspecto Societario de la Empresa.....	25
3.1.1	Generalidades (Tipo de Empresa)	25
3.1.2	Fundación de la Empresa	26
3.1.3	Capital Social, Acciones y Participaciones.....	27
3.1.4	Juntas Generales de Accionistas y-o Socios	27
3.2	Aspecto Laboral de la Empresa	28
3.2.1	Generalidades.....	28
3.2.2	Mandato Constituyente #8	29
3.2.3	Tipos de Contrato de Trabajo.....	29
3.2.4	Obligaciones del empleador.....	31
3.2.5	Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración.....	32
3.2.6	Fondo de Reserva y Vacaciones.....	33
3.2.7	Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo.....	34
3.3	Contratación Civil.....	34
3.3.1	Principios Básicos de la Contratación.	34
3.3.2	Contratos de Prestación de Servicios	34
3.3.3	Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios.....	35
3.3.4	Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación	35
3.3.5	Generalidades de la Contratación Pública	35
3.3.6	Contrato de Confidencialidad	36
3.4	Políticas de Buen Gobierno Corporativo.....	36
3.4.1	Código de Ética.....	36
3.5	Propiedad Intelectual	36
3.5.1	Registro de Marca	36
3.5.2	Derecho de Autor del Proyecto	36
3.5.3	Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional).....	37
3.6	Seguros	37
3.6.1	Incendio	37

3.6.2	Robo.....	37
3.6.3	Fidelidad.....	37
3.6.4	Maquinarias y Equipos	37
3.6.5	Materia Prima y Mercadería	38
3.7	Presupuesto Constitución de la empresa	38
4.	AUDITORÍA DE MERCADO.....	40
4.1.	PEST.....	40
4.2.	Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria	45
4.3	Análisis del Ciclo de Vida de la Industria.....	45
4.4	Matriz BCG	46
4.5	Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado	46
4.6	Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones.....	47
4.7	Análisis de la Oferta.	49
4.7.1	Tipo de Competencia	49
4.7.2	Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial.....	50
4.7.3	Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.....	50
4.7.4	Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa	51
4.8	Análisis de la Demanda	52
4.8.1	Segmentación de Mercado	52
4.8.2	Criterio de Segmentación.....	53
4.8.3	Selección de Segmentos.....	54
4.8.4	Perfiles de los Segmentos.....	54
4.9	Matriz FODA.....	55
4.10	Investigación de Mercado.....	57
4.10.1	Método	57
4.10.2	Diseño de la Investigación	59
4.10.3	Conclusiones de la Investigación de Mercado	73
4.10.4	Recomendaciones de la Investigación de Mercado	74
5.	PLAN DE MARKETING.....	76
5.1	Objetivos: General y Específicos	76
5.1.1	Mercado Meta	76
5.2	Posicionamiento.....	78
5.2.1	Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.	

5.3	Marketing Mix.....	79
5.3.1	Estrategia de Producto o Servicios.....	79
5.3.2	Estrategia de Precios.....	83
5.3.3	Estrategia de Plaza: Punto de Ventas.....	85
5.3.4	Estrategias de Promoción.....	90
5.3.5	Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Projet)	101
5.3.6	Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.	102
6	PLAN OPERATIVO.....	104
6.1	Producción.....	104
6.1.1	Proceso Productivo.....	104
6.1.2	Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.....	105
6.1.3	Mano de Obra.....	108
6.1.4	Capacidad Instalada.....	108
6.1.5	Flujogramas de Procesos.....	109
6.1.6	Presupuesto.....	110
6.2	Gestión de Calidad.....	110
6.2.1	Procesos de planeación de calidad.....	110
6.2.2	Beneficios de las acciones proactivas.....	110
6.2.3	Políticas de calidad.....	111
6.2.4	Procesos de control de calidad.....	112
6.2.5	Certificaciones y Licencias.....	112
6.2.6	Presupuesto.....	112
6.3	Gestión Ambiental.....	113
6.3.1	Procesos de planeación ambiental.....	113
6.3.2	Beneficios de las acciones proactivas.....	113
6.3.3	Políticas de protección ambiental.....	113
6.3.4	Procesos de control de calidad.....	114
6.3.5	Logística Verde.....	114
6.3.6	Certificaciones y Licencias.....	114
6.3.7	Presupuesto.....	115
6.4	Gestión de Responsabilidad Social.....	115
6.4.1	Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social.....	115
6.4.2	Beneficios de las acciones proactivas.....	116
6.4.3	Políticas de protección social.....	116

6.4.4	Certificaciones y Licencias.....	116
6.4.5	Presupuesto.....	117
6.5	Balanced Scorecard & Mapa Estratégic.....	118
6.6	Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.).....	120
7.	ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO.....	122
7.1	Inversión Inicial.....	122
7.1.1	Tipo de Inversión.....	122
7.1.2	Financiamiento de la Inversión.....	124
7.1.3	Cronograma de Inversiones.....	126
7.2	Análisis de Costos.....	127
7.2.1	Costos Fijos.....	127
7.2.2	Costos Variables.....	129
7.3	Capital de Trabajo.....	130
7.3.1	Costos de Operación.....	130
7.3.2	Costos Administrativos.....	130
7.3.3	Costos de Ventas.....	131
7.3.4	Costos Financieros.....	131
7.4	Análisis de Variables Críticas.....	132
7.4.1	Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.....	132
7.4.2	Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.....	133
7.4.3	Análisis de Punto de Equilibrio.....	134
7.5	Entorno Fiscal de la Empresa.....	135
7.5.1	Planificación Tributaria.....	135
7.6	Estados Financieros proyectados.....	137
7.6.1	Balance General Inicial.....	137
7.6.2	Estado de Pérdidas y Ganancias.....	138
7.7	Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples... ..	142
7.7.1	Productividad.....	144
7.7.2	Precio Mercado Local.....	145
7.7.3	Precio Mercado Externo.....	145
7.7.4	Costo de Materia Prima.....	145
7.7.5	Costo de Materiales Indirectos.....	145
7.7.6	Costo de Suministros y Servicios.....	145
7.7.7	Costo de Mano de Obra Directa.....	146
7.7.8	Costo de Mano de Obra Indirecta.....	146
7.7.9	Gastos Administrativos.....	146

7.7.10	Gastos de Ventas.....	147
7.7.11	Inversión en Activos Fijos.....	148
7.7.12	Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).....	148
7.8	Balance General	149
7.8.1	Razones Financieras.....	151
8.	PLAN DE CONTINGENCIA.....	156
8.1	Plan de administración del riesgo	156
8.1.1	Principales riesgos	156
8.1.2	Reuniones para mitigar los riesgos	156
8.1.3	Tormenta de ideas (brainstorming)	157
8.2	Planeación de la respuesta al riesgo.	157
8.2.1	Monitoreo y control del riesgo	157
8.3	Plan de Contingencia y Acciones Correctivas	157
9	CONCLUSIONES.....	160
10	RECOMENDACIONES	162
11	FUENTES	164
12	ANEXOS	168
	<i>Encuesta sobre Buceo</i>	169
13	MATERIAL COMPLEMENTARIO.....	173

ÍNDICE DE TABLAS

<i>Tabla 1: Marco Lógico</i>	14
<i>Tabla 2: Cronograma</i>	16
<i>Tabla 3: Accionista</i>	27
<i>Tabla 4: Personal Administrativo</i>	29
<i>Tabla 5: Tercero y Décimo Cuarto Sueldo</i>	33
<i>Tabla 6: Entorno Económico</i>	41
<i>Tabla 7: Inflación</i>	42
<i>Tabla 8: Benchmarking</i>	51
<i>Tabla 9: Matriz FODA</i>	55
<i>Tabla 10: Tamaño de la Muestra</i>	60
<i>Tabla 11: Precios de la Competencia</i>	84
<i>Tabla 12: Presupuesto de Marketing</i>	102
<i>Tabla 13: Distribución del Espacio de la Empresa</i>	105
<i>Tabla 14: Cuadro de Muebles de Oficina</i>	105
<i>Tabla 15: Cuadro de Vehículo y Edificio</i>	106
<i>Tabla 16: Cuadro de Equipo de Buceo</i>	106
<i>Tabla 17: Presupuesto Proceso Productivo</i>	110
<i>Tabla 18: Presupuesto Gestión de Calidad</i>	112
<i>Tabla 19: Presupuesto de Responsabilidad Social</i>	117
<i>Tabla 20: Inversión Inicial</i>	122
<i>Tabla 21: Inversión Fija</i>	123
<i>Tabla 22: Inversión Diferida</i>	123
<i>Tabla 23: Inversión Corriente</i>	124
<i>Tabla 24: Cuadro de Amortización</i>	125
<i>Tabla 25: Cronograma de Inversiones</i>	126
<i>Tabla 26: Costos Fijos (Gastos Administrativos)</i>	128
<i>Tabla 27: Costos Fijos (Gastos Administrativos)</i>	128
<i>Tabla 28: Costos de Producción</i>	129
<i>Tabla 29: Costos Administrativos</i>	130
<i>Tabla 30: Costos de Ventas</i>	131
<i>Tabla 31: Costos Financieros</i>	132
<i>Tabla 32: Costos Financieros</i>	132
<i>Tabla 33: Costos Financieros</i>	133
<i>Tabla 34: Proyección de Costos</i>	134
<i>Tabla 35: Punto de Equilibrio</i>	135
<i>Tabla 36: Impuesto a la Renta</i>	136
<i>Tabla 37: Balance General Inicial</i>	138
<i>Tabla 38: Pérdidas y Ganancias</i>	139
<i>Tabla 39: Caja Proyecto</i>	140
<i>Tabla 40: TMAR</i>	140
<i>Tabla 41: VAN</i>	141
<i>Tabla 42: TIR</i>	141
<i>Tabla 43: PAYBACK</i>	142
<i>Tabla 44: Análisis de Sensibilidad</i>	143

<i>Tabla 45: Análisis de Sensibilidad</i>	<i>144</i>
<i>Tabla 46: Productividad</i>	<i>144</i>
<i>Tabla 47: Gastos Administrativos</i>	<i>146</i>
<i>Tabla 48: Gastos de Ventas</i>	<i>147</i>
<i>Tabla 49: Balance General</i>	<i>149</i>
<i>Tabla 50: Liquidez.....</i>	<i>152</i>
<i>Tabla 51: Endeudamiento.....</i>	<i>153</i>
<i>Tabla 52: Rentabilidad.....</i>	<i>154</i>

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

<i>Ilustración 1: Organigrama</i>	22
<i>Ilustración 2: Matriz BCG</i>	46
<i>Ilustración 3: Análisis de Ciclo de Vida</i>	47
<i>Ilustración 4: Análisis Cinco Fuerzas de Porter</i>	47
<i>Ilustración 5: Cobertura</i>	77
<i>Ilustración 6: Estrategia de Posicionamiento</i>	78
<i>Ilustración 7: LOGO</i>	81
<i>Ilustración 8: Estrategia de Plaza</i>	86
6. <i>Ilustración 9: Distribución del Espacio</i>	87
<i>Ilustración 10: Canales de Distribución</i>	88
<i>Ilustración 11: Diseño de Página Web</i>	96
<i>Ilustración 12: Estrategias de Marketing</i>	97
<i>Ilustración 13: Diseño de Fan Page</i>	99
<i>Ilustración 14: Cronograma de Marketing</i>	101
<i>Ilustración 15: Flujograma de Procesos</i>	109
<i>Ilustración 16: Procesos de Control de Calidad</i>	114
<i>Ilustración 17: Balanced Scorecard</i>	118
<i>Ilustración 18: Mapa Estratégico</i>	119

RESUMEN

El proyecto para la titulación consiste en la creación de una empresa especializada en un deporte acuático como es el buceo, ubicada en la ciudad de Guayaquil, también cabe mencionar que, con el evento de apertura, los clientes tendrán pleno conocimiento en lo que consistirán las clases tanto teóricas como prácticas antes de la toma de decisión final.

Este proyecto indaga la factibilidad de implementarlo mediante de un estudio global del entorno para poder identificar cuáles son las necesidades de nuestros clientes; acompañado de un plan de marketing para desarrollar estrategias de acuerdo a nuestro servicio y nuestros clientes alcanzo objetivos planteados; plan de contingencia para poder solucionar de una manera más ágil futuros problemas que puedan existir; y finalmente un plan financiero que nos demuestre que el proyecto es viable.

ABSTRACT

The project for certification is the creation of a specialized in aquatic sports as it is diving, located in the city of Guayaquil company also worth mentioning that, with the opening event, customers will have full knowledge about what they consist of both theoretical and practical classes before making a final decision.

This project investigates the feasibility of implementing it by means of a comprehensive study of the environment to identify what the needs of our customers; accompanied by a marketing plan to develop strategies according to our service and our customers reach objectives; contingency plan to resolve in a more agile way future problems that may exist; and finally a financial plan that shows us that the project is profitable.

INTRODUCCIÓN

En el sector turístico y otros servicios, es un mercado que ha ido incrementando, considerando que la gente no va a dejar de vivir nuevas aventuras, aprender a bucear, distraerse y ser parte de proyectos innovadores todo esto bajo la supervisión de profesionales. Por lo tanto, se puede decir que es un mercado atractivo.

Por lo tanto, se lanza el proyecto innovador en la ciudad de Guayaquil, estableciéndola como una empresa interesada en que puedan aprender todas las técnicas para poder bucear bajo las profundidades del mar, logrando una experiencia inolvidable y a su vez recibiendo un servicio de calidad por todos los que forman parte de la empresa.

ABREVIATURAS

TMAR: Tasa Mínima Aceptable Requerida

FODA: Fortalezas, oportunidades, debilidades y Amenazas

ATL: Above the Line

PIB: Producto Interno Bruto

IEPI: Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual.

INEC: Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

IVA: Impuesto al Valor Agregado

TIR: Tasa Interna De Retorno

BTL: Below the Line

RESUMEN EJECUTIVO

La escuela de buceo es un proyecto innovador que brinda clases para niños y adultos; recibiendo una preparación física y conciencia con el medio ambiente, dicho proyecto se va a establecer en la ciudad de Guayaquil, también conocida como Gran Guayaquil, teniendo una buena ubicación y de mayor atractivo en la provincia del Guayas, además de ser la ciudad más grande y poblada de la república del Ecuador.

Además, la escuela de buceo se plantea como un buen proyecto por las oportunidades que tiene de crecimiento mediante una actividad que mantiene contacto con el mundo marino.

La escuela de buceo llamada “AQUAGUAYAS” contará con una aula con capacidad para 10 personas que les permita captar mejor la información práctica y teórica, estas aulas contarán con sus respectivas comodidades, equipos de buceo y material teórico para el aprendizaje dentro de la escuela, además se tendrá muy en cuenta a nuestros competidores o aquellos que brinde un servicio similar que satisfagan las necesidades del cliente. Es por ello que se distinguen distintos tipos de competidores, como son los competidores actuales y potenciales.

Otro aspecto que también pretende aporta el proyecto de la escuela de buceo “AQUAGUAYAS” es un plan de marketing, el que tendrá como objetivo promover su propio servicio mediante el conocimiento de un deporte sano y atractivo-

La investigación se orientará en un plan de mercado, para ver que estrategias deben ser usadas con el fin de crear una imagen innovadora al mercado meta que se quiere llegar, debido a que su objetivo es dar a conocer AquaGuayas por su enseñanza teórica y práctica, experiencia y calidad de servicio de la empresa.

Las herramientas de marketing que se emplearan son compuestas por social media; como una fan page en Facebook, Instagram, Twitter y una página web con información actualizada, además obsequios con el nombre de la empresa, revistas deportivas, periódicos locales, flyers y envió de e-mails.

El proyecto estará orientado en mantener una buena planificación y organización en cada una de sus etapas correspondiente, también verificar que el equipo laboral realice cada una de las actividades en cada una de las áreas.

En conclusión, llevar a cabo un negocio involucra un gran riesgo, pero mientras sean analizados se tendrá la posibilidad de minimizarlo y actuar para solucionarlos.

TEMA:

**“PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA ESCUELA DE BUCEO EN LA
CIUDAD DE GUAYAQUIL“**

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

CAPÍTULO 1

1 DESCRIPCIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

1.1 Tema – Título

Implementación de una Escuela De Buceo en Guayaquil.

1.2 Justificación

El presente trabajo de titulación se refiere a los problemas que está presentando al Ecuador con el turismo y la falta de promoción de ciertas zonas turísticas no explotadas y con mucha más razón el desconocimiento de ciertos deportes acuáticos como el buceo, hablando sobre este deporte y sus beneficios tenemos que aparte de que observarás cosas maravillosas en entornos naturales le estamos haciendo un favor a nuestro cuerpo, el buceo aunque no lo creamos ayuda muchísimo para la aptitud física y mental, también hace que trabajen todos los músculos de nuestro cuerpo, quemamos calorías con este deporte alrededor de 220 calorías por inmersión, ayuda al sistema respiratorio ayudando muchísimo al corazón, los músculos y fortalece a la circulación de la sangre, genera tranquilidad y paz interior, acelera el metabolismo.

En relación con la propuesta de la Matriz Productiva del Ecuador, en cuanto a la prestación de servicios direccionada al incremento del sector turístico me ha permitido concebir la formación de una empresa que reúna todas estas condiciones productivas: como turismo y en medio ambiente que respete a la naturaleza .

Esta investigación cumple con algunos de los objetivos del plan nacional del buen vivir, objetivo 3: mejorar la calidad de vida la población, objetivo 6: garantizar el trabajo estable, justo y digno en su diversidad de

formas. Por lo tanto mi propuesta es totalmente validada para dar un buen servicio a la ciudad de Guayaquil. (Plan Nacional del Buen Vivir)

La ciudad de Guayaquil es una zona que tiene mucho progreso, lo que a su vez, estimula el interés dentro del sector turístico debido a la diversidad de atractivos turísticos que concentran en su extensión territorial. En la actualidad, el turismo procura la máxima intervención de la población local, lo cual se entiende que la importancia de considerar la participación de las poblaciones, radica además, en la relación directa con la “biodiversidad”, debido a que existen distintas maneras con las cuales, las personas, únicos poseedores de la cultura, interactúan con el resto del planeta.

Para poder aprender este deporte acuático se dará unas clases, se enseñara un manual donde especifiquen todo sobre el buceo y sus equipos, se les dará charlas y prácticas de cómo colocarse el equipo, aprenderemos todo desde tener listo tu equipo de buceo hasta vaciar de agua la máscara de buceo sin salir de la superficie, enseñaremos algunos ejercicios de emergencia, compartir el gas que respiras, se dará la practica en la piscina con el equipo puesto, una vez cumplidas las inmersiones en la piscina tendremos las destrezas necesarias para bucear en aguas abiertas, además de ser un curso será un lugar donde podrás divertirse y hacer buenos amigos.

Se conversara con algunas compañías de turismo para poder llegar a un acuerdo de alianza con el fin de poder trasladar a los alumnos el momento que le toque dar el examen final que es aguas abiertas con tu SNSI instructor. En conclusión este proyecto dará realce al desarrollo, se generara plaza de trabajo y a su vez se aportara a la protección del medio ambiente.

El estudio efectuado, da como efecto, la idea de la creación de una escuela de BUCEO que no sólo da servicios primordiales e infraestructura

que demandan los turistas en general, sino además el valor agregado en atención y servicio. Por lo tanto la escuela de Buceo es un lugar ideal donde sin duda los turistas o clientes se sentirán contentos por la experiencia adquirida.

1.3 Planteamiento y Delimitación del Tema u Objeto de Estudio

Evidentemente, en la actualidad el turismo está evolucionando debido a que cada año incrementa el porcentaje de turistas que se desplazan de un lugar a otro, a nivel mundial. Además, la industria turística hoy en día ofrece distintos lugares de diversión y recreación, como es el caso, de “Escuela de Buceo AQUAGUAYAS”. La idea de implementar una escuela de Buceo surgió de la necesidad de brindarles a las personas que vivan en Guayaquil, turistas nacionales y extranjeros, la posibilidad de disfrutar del contacto con la vida marina y la naturaleza, dejando a un lado la vida cotidiana.

La escuela estará ubicada en la ciudad de Guayaquil la cual se encuentra en la provincia del Guayas considerada como la Perla del Pacífico y principal Puerto Marítimo del país, con una población de 3.645.483, ciudad de mucha actividad comercial y turística. Ofreciendo a las personas atractivos culturales y naturales entre los que a pocas horas se encuentran cerca varias comunas con playas destacadas. Como es el caso de la playa EL PELADO ubicado en el cantón Playas-Villamil, isla de la plata y LOS AHORCADOS en el cantón Puerto López, LOS FRAILES ubicado en Machalilla bajos y las ISLAS GALAPAGOS, donde los turistas nacionales e internacionales podrán disfrutar de la naturaleza.

La Escuela de Buceo AQUAGUAYAS será un lugar que contará con todos los equipos necesarios y personal altamente capacitado para

satisfacer las necesidades de los clientes, atenderlos con cortesía y de manera adecuada para brindarles un servicio de calidad, así mismo dispondrá de áreas amplias para la práctica de deportes acuáticos. Uno de los primordiales atractivos son las playas donde se podrá encontrar diversidad de peces y arrecifes, en las cuales en algunas de ellas se pondrá en práctica todo lo aprendido en la escuela; que además de eso se brindará tours en donde el turista podrá sentir contacto con la vida marina.

Para el impulso de este proyecto es útil ejecutar una apropiada investigación acerca de las necesidades de los clientes potenciales, como también los diferentes tipos de servicios que se estaría en capacidad de brindar. Luego de haber ejecutado un breve análisis del servicio que se brindará, se procederá a evaluar la factibilidad de invertir en este proyecto.

1.4 Contextualización del Tema u Objeto de Estudio

El mercado de este deporte llamado BUCEO es un mercado el cual nunca ha dejado de existir, pues se engloba en el mercado de unos de los deportes más practicados a nivel mundial.

La historia del buceo autónomo en Ecuador inicia en la década de 1970, expandiéndose rápidamente por las principales playas de la costa ecuatoriana. Teniendo un gran impacto social y económico ya que en muchos lugares también se practican diferentes deportes marinos liderados por el surf. La costa ecuatoriana y sus diferentes playas están conectadas por una carretera llamada Ruta del Sol conocida también como la Ruta del Spondylus. Uno de sus destinos es la playa Salango que es un sitio donde se puede partir hacia el Islote de los Ahorcados. La zona de estudio tiene como punto de inicio la playa Salango, ubicada al norte de Río Chico y al sur de Puerto López, perteneciente a la provincia de Manabí. Que a pesar de estar alejado del islote los Ahorcados, es un sitio óptimo para el buceo ya

que cuenta con la presencia de la Isla Salango como alternativa de buceo. Actualmente todo el sector de Salango y los Ahorcados está en proceso de integración al PNM, y los pescadores no desaprovecharon la oportunidad de servir como guías de buceo desde sus embarcaciones y han creado normas que regularicen y protejan la vida marina para hacer del Islote los Ahorcados un sitio atractivo para el buzo. Sabiendo que es un sector importante en la actividad del buceo, fue nuestro afán de investigar, estudiar y proponer estrategias de control para mejorar la calidad de vida de la playa Salango y sobre todo el buceo recreativo que se practica en el islote, conociendo las fortalezas y oportunidades del sitio, para poder explotar al máximo de sus recursos a nivel turístico y de conservación. Aportando de esta manera un estudio más hacia el desarrollo en investigaciones marinas en el país. (Palacios Portes, 2011)

En la actualidad existen varias empresas las cuales ofrecen estos servicios como lo son OPEN WATER DIVER, TORTUGA DIVERS entre otras. Muchas de las cuales se encuentran posicionadas en el mercado no solo como escuela de buceo sino como un lugar para divertirse, haciendo deporte en una piscina.

La oferta de la escuela en Guayaquil es infinita, tomando en cuenta que se tiene a estas grandes empresas que ofrecen sus servicios al público en general pero también se cuenta con aquellas personas amantes del deporte acuático quienes ofrecen sus productos desde sus casas, convirtiéndolo en un negocio pequeño e informal.

Esta investigación, cumple con: “Mejorar la Calidad de vida de la población”, objetivo número 3 del Plan Nacional del Buen Vivir con el cual se alinea. (Senplades, 2009-2013)

Este trabajo de investigación también cumple con los lineamientos del SINDE, con los PROBLEMAS AMBIENTALES Y SUS SOLUCIONES, esta

línea aborda una problemática de vital importancia en el mundo actual, relacionada de manera directa con la posibilidad de vida futura, por ende, se priorizan en ella temas vinculados con la búsqueda de posibles soluciones para la contaminación del suelo, el aire y las fuentes de agua, afectadas por causas del desarrollo tanto urbano como industrial, así como la atenuación de las consecuencias del calentamiento global, se corresponde con los objetivos del Plan Nacional de Desarrollo: Objetivo 3. Mejorar la calidad de vida de la población; Objetivo 4. Garantizar los derechos de la naturaleza y promover un ambiente sano y sustentable y el Objetivo 11. Establecer un sistema económico social, solidario y sostenible. (UCSG, 2013)

1.5 Objetivos de la Investigación

1.5.1 Objetivo General

Determinar la factibilidad de la implementación de una Escuela de Buceo en la ciudad de Guayaquil.

1.5.2 Objetivos Específicos

- ✓ Analizar la industria de centro de enseñanza de deportes acuáticos especialmente en Buceo.
- ✓ Establecer el potencial turístico de la ciudad de Guayaquil.
- ✓ Determinar la demanda potencial y real que existiría para este tipo de negocios.
- ✓ Desarrollar un plan de mercado para posicionar el centro de enseñanza y sea este un punto de referencia para turistas locales nacionales e internacionales.
- ✓ Analizar los costos de la puesta en marcha de este negocio y la rentabilidad financiera del mismo.

1.6 Determinación del Método de Investigación y Técnica de Recogida y Análisis de la Información

Para el proyecto se elaborará una investigación de mercado tanto cuantitativa como cualitativa.

Para utilizar el método de investigación cuantitativo se encuestó a 382 personas representativas de un mercado con el siguiente perfil: clientes nacionales y extranjeros de categoría socio-económica media, media-alta y alta; personas entre los 12 a 45 años y aquellas personas interesadas en practicar deportes acuáticos y amantes de la vida marina. Dichas encuestas se ejecutaron en sitios estratégicos como: Guayaquil, el Aeropuerto José Joaquín de Olmedo de la ciudad de Guayaquil, Agencias de Viajes, Hoteles y Hostales de la zona y Terminal Terrestre de Guayaquil.

Para utilizar el método investigativo cualitativo se visitó lugares estratégicos como los antes mencionados en donde se pudo observar de manera crítica y objetiva el comportamiento de futuros clientes potenciales. Posteriormente se analizará las tabulaciones y conclusiones de cada una de las investigaciones realizadas.

1.7 Planteamiento del problema.

¿De qué manera influye la explotación de deportes acuáticos en el desarrollo turístico y económico de Guayaquil?

Dado el potencial turístico que tiene esta zona es necesario desarrollar aún más el turismo haciendo énfasis en los deportes acuáticos como uno de los recursos poco explotados en la zona; por eso es necesario saber cuáles podrían ser los principales problemas que incidirían en el

desarrollo de los deportes acuáticos, uno de ellos podría ser el desconocimiento de la existencia de un mercado que está interesado en capacitarse en la práctica del buceo como deporte acuático por parte de la población así como de los turistas que acuden.

Además, de una deficiente promoción turística de la ciudad de Guayaquil por parte de las autoridades y de las personas residentes en el lugar causado quizás por falta de recursos económicos, repercutiendo esto en una escasa práctica de deportes acuáticos. La desorganización social de las personas más representativas del cantón Guayaquil que no permite trabajar de forma unida en función de desarrollar el turismo.

Otro problema a destacar sin duda es la inseguridad social evidente por la falta de protección de equipos en las instalaciones que sufre la población en general y los turistas en particular, este sin duda es un problema que no solo abarca a la ciudad antes mencionado sino a todo el Ecuador. Lo que queremos conseguir con este plan es mejorar la infraestructura, instalar el equipamiento necesario para la realización de actividades recreativas y deportes acuáticos con las prevenciones de seguridad necesarias.

1.8 Fundamentación Teórica del Proyecto

1.8.1 Marco Referencial

Para el estudio de la escuela de Buceo se busca examinar una relación directa entre los turistas nacionales e internacionales con la comunidad de Guayaquil, para que así surja un crecimiento económico y turístico en dicha ciudad. La creación de la escuela influirá de una manera positiva ofreciendo oportunidad de desarrollo de la ciudad dando origen a empleos y mejoramiento de las condiciones de vida de la comunidad. Uno

de los principales beneficios será la renovación, conservación y protección de dicha zona y crecimiento económico de la ciudad de Guayaquil, en la cual se está dando un enfoque para su desarrollo turístico.

El capitán Luis Cifuentes Escobar, miembro del GOE señaló que al final del curso teórico-práctico, que está siendo dictado por el experto del Grupo de Operaciones Policiales Especiales (GOPE-Chile), Ramiro Zapata Cambell, la Policía Nacional contará con maestros en buceo, en operaciones de rescate subacuático. Explicó que la Policía Nacional ha realizado la capacitación en las diferentes ramas del buceo con expertos nacionales e internacionales quienes al final de los cursos les entregaban las credenciales, diplomas y piochas, pero que ahora los alumnos que aprueben el curso podrán hacer lo mismo en representación de la Escuela Confederación Mundial de Actividades Subacuáticas de Chile. (Ministerio del Interior, 2014)

Otro beneficio será que las personas van a disfrutar no solo de una escuela de buceo sino de un centro de deportes acuáticos donde podrás pasar un momento agradable con tu instructor y alumnos, olvidando por un momento los problemas en casa y problemas laborales. Este lugar será una gran atracción no sólo para el público en general, sino que también para turistas nacionales e internacionales que podrán disfrutar de la emoción de poder realizar deportes bajo el agua y que de una manera u otra tenga conexión con la naturaleza y vida marina. Con estos beneficios se espera tener una buena aceptación por parte de la sociedad y en especial de los turistas.

1.8.2 Marco Teórico

La propuesta del trabajo de titulación se basa en la creación de una escuela de BUCEO formalizada con un mercado específico, la cual ofrecerá servicios de calidad obteniendo la satisfacción del cliente. Para lo cual se

definirán teorías sobre la industrialización y formalización de empresas, calidad y satisfacción del cliente. Para confirmar la investigación de este trabajo se toma en consideración información y aportes que son significativos en relación al tema de estudio y que han sido de otros autores:

El clima de la región costa del Ecuador depende de las corrientes marinas (Humbolt y El Niño) y de su inversión. Entre los meses de mayo y octubre, la corriente meridional fría del Humbolt afecta las aguas del océano ocasionando la presencia de altos niveles de humedad pero poca precipitación. Entre los meses de diciembre a abril, la corriente de El Niño ocasiona la llegada de masas de aire cálidas y húmedas engendrando un fuerte aumento pluviométrico (Pourrut & Gómez, 1998: 454). (Sistema De Informacion Cientifica, 2006)

El tratamiento del medio acuático en la escuela ha sido abordado habitualmente desde el punto de vista de la enseñanza analítica, orientado en primer lugar a la supervivencia en el medio y una vez superada esta etapa, al perfeccionamiento de los estilos de natación y de los deportes acuáticos. En los últimos años están apareciendo nuevas metodologías que, si bien mantienen estas fases (por otra parte lógicas aunque no únicas) de primero sobrevivir y después perfeccionar, lo hacen usando principios de enseñanza basados en el alumno y no tanto en el modelo o en progresiones de tareas. Estos métodos, que se sustentan en el aprendizaje comprensivo y en el descubrimiento por parte del alumno de los saberes fundamentales de las diferentes reglas de acción básicas de un deporte o actividad motriz, son los que queremos mostrar en esta comunicación adaptados al conocimiento del medio acuático. (EFDeportes, 2004)

Las actividades acuáticas, desde el punto de vista de la educación física, ofrecen diferentes áreas de actuación. En un primer momento se necesitan conocer y dominar de forma básica los principios y reglas de la

motricidad acuática y en una segunda fase se trabaja sobre el dominio de los deportes y actividades acuáticas más específicas. Es por ello que diferenciamos dos grandes principios de acción en el medio acuático: **Principio de acción de la motricidad acuática:** descubrir y aprovechar el máximo de las posibilidades motrices del cuerpo en el agua en relación con uno mismo, con los demás o con el entorno, según diferentes finalidades que van desde la supervivencia en el medio a la recreación. (EFDeportes, 2004)

Por otra parte, los deportes acuáticos tienen cada uno sus propios principios de acción, orientados en función de las características de la modalidad a tratar. Así encontramos principios comunes a los deportes de invasión (waterpolo), a los de ritmo y expresión (saltos, sincronizada, etc.) o a los psicomotores (natación, salvamento deportivo, nado con aletas, etc). Esta diversidad de acciones se podría resumir en lograr el máximo rendimiento en el medio acuático mediante una situación de enfrentamiento codificado y reglamentado entre individuos o equipos que se oponen para conseguir la mayor puntuación, la mejor marca o el mejor puesto. Por poner un ejemplo, detallamos a continuación el principio de acción de la natación, dado que se podría considerar una actividad deportiva que sirve de base para muchas de las que se desarrollan en el agua. (EFDeportes, 2004)

En definitiva, para llegar al mercado con el producto deseado y en las condiciones estratégicas requeridas, se han de tomar un conjunto de decisiones agrupadas en cuatro áreas: seleccionar los atributos que se debe tener el servicio turístico para satisfacer las necesidades de los cliente; determinar el precio adecuado para obtener la tasa de respuesta deseada de la demanda y lograr los objetivos de rentabilidad; hacer la oferta disponible en los canales de distribución masa eficientes para hacer llegar el servicio al cliente potencial; informar y convencer al mercado de las características de la oferta, donde puede obtenerse y de las actividades promovidas por la empresa turística. (Pelaez, 1996)

1.8.3 Marco Conceptual

Deportes acuáticos: Los deportes acuáticos son aquellos en los que el deportista realiza una actividad física en el agua y se practican en piscinas, lagos, ríos o en el mar.

Los deportes acuáticos pueden desarrollarse en:

El agua, Tales como la Natación, waterpolo, Natación sincronizada, saltos, etc. Sobre el agua, pueden ser clasificados también como deportes acuáticos, tal es el caso de: Remo, Esquí acuático, Vela, Surf, etc. Bajo el agua, el buceo, fotografía submarina, etc.

Cliente: "La palabra cliente proviene del griego antiguo y hace referencia a la «persona que depende de». Es decir, mis clientes son aquellas personas que tienen cierta necesidad de un producto o servicio que mi empresa puede satisfacer" (Barquero José Daniel, Rodríguez de Llauder Carlos, Barquero Mario y Huertas Fernando, McGraw, 2007)

Servicio: "Es cualquier actividad o beneficio que una parte ofrece a otra; son esencialmente intangibles y no dan lugar a la propiedad de ninguna cosa. Su producción puede estar vinculada o no con un producto físico". (Edison Jair Duque Oliva, 2005)

1.8.4 Marco Legal

- 1 Ley de Compañías (Implementación de una Escuela De Buceo en la ciudad de Guayaquil.)
2. Ley de propiedad intelectual
3. Código Penal.
4. Código Civil.
5. Código de Trabajo.

6. Superintendencia de Compañías
7. Servicio de Rentas Internas
8. IESS.
9. Registro Mercantil

1.8.5 Marco Lógico

Tabla 1: Marco Lógico

Objetivo	Indicador Variable	Fuentes de Verificación	Supuestos
Objetivo General: Crear una escuela de BUCEO determinada para la enseñanza de técnicas de deportes acuáticos en la ciudad de Guayaquil.	Ejecutar un análisis completo examinando el entorno.	*Charlas *Reuniones *Encuestas	En el mercado de Guayaquil la empresa tendrá una excelente acogida.
Objetivo Específico: Encontrar la ubicación perfecta para la ubicación de la escuela de Buceo en la ciudad de Guayaquil.	*analizar en la ciudad de Guayaquil el lugar más comercial. *Analizar en la ciudad de Guayaquil el sector con mayor población. *Analizar las calles más transitadas en la ciudad de Guayaquil.	*INEC *Encuestas	La escuela de Buceo Aquaguayas estará ubicada dentro de la ciudad de Guayaquil en lugar estratégico.
Objetivo Específico 2: Analizar un estudio completo sobre los costos, inversión inicial y precios dentro el primer año de actividad de la escuela.	*informes de ventas *VAN *TIR *Elaborar una cartera de precios establecidos en costos y en la competencia	*Estudios Financieros *Análisis Financiero *Presupuestos	La escuela obtendrá suficientes ventas para obtener un margen de ganancias alto.
Acciones: *Análisis financieros. *Investigaciones *Charlas	Ejecutar una investigación en un lapso de 3 meses. *realizar informes de ventas.	*Facturas *Proformas *Tabulación de encuestas *Conclusión de observaciones	Contar con los recursosnecesarios para la investigación del proyecto.

Elaborado por: El Auto

1.9 Formulación de la hipótesis y-o de las preguntas de la investigación de las cuáles se establecerán los objetivos.

- o ¿Será factible la introducción de una escuela de buceo en la ciudad de Guayaquil?
- o ¿Cuál será la demanda de los servicios que ofrecemos?
- o ¿En qué lugar estratégico de Guayaquil se debe ubicar la escuela de buceo?
- o ¿Es rentable el proyecto?
- o ¿Es la escuela sensible o no al precio en el mercado meta?
- o ¿Cuál es la actividad publicitaria que daría la mayor cantidad de ingresos a una escuela de Buceo?

1.10 Cronograma

IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESCUELA DE BUCEO EN GUAYAQUIL.

Tabla 2: Cronograma

AQUAGUAYAS S.A	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9
Planteamiento y desarrollo de la idea de negocio	X								
Búsqueda de información y fuentes.	X								
Entorno Jurídico de la empresa.	x	x	x						
Método de Investigación y Fundamentación Teórica del proyecto	X	x	x	x					
Elaboración del Plan Operativo					x	x	x		
Auditoría de Mercado						x	x	x	
Plan de Marketing						x	x	x	
Estudio Económico-Financiero-Tributario.							x	x	
Plan de Contingencia.								x	x

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO 2

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

CAPITULO 2

2 Descripción del negocio.

2.1 Análisis de la Oportunidad

La industria de los deportes acuáticos es una industria la cual no está sujeta al margen de error a crisis, y es notable en el mercado del crecimiento del turismo en nuestro país, ofreciendo una capacitación completa.

La oportunidad de este negocio resurge a la idea de crear una escuela donde guayaquileños, turistas nacionales y turistas extranjeros tengan una oportunidad de poder vivir una experiencia inolvidable bajo el agua, dejándoles una enseñanza y conocimiento de nuestro país.

2.1.1 Descripción de la Idea de Negocio

La escuela de buceo “AQUAGUAYAS” está sostenida al plan nacional del buen vivir ofreciendo al cliente más que nada una experiencia inolvidable debajo del agua, como un deporte que ayuda a mejorar la calidad de vida de la población, mejora la salud de las personas tanto física y mentalmente, fortaleciendo las capacidades y potencialidades de la ciudadanía y también garantizar los derechos de la naturaleza y promover la sostenibilidad ambiental, territorial y global.

Por este tipo de turismo ha habido un considerable crecimiento de hostales, hoteles, paseos en yates, botes, y demás sitios de atención al turista; según fuentes secundarias como información según bibliografía preliminar revisada, muchos turistas gustan de los deportes acuáticos como

es el buceo. Por otro lado, el ecoturismo estimula la conservación y sostenibilidad de los recursos naturales e históricos, que en un momento pueden tomar el riesgo de deteriorarse o perderse, al no tener un enfoque ambientalista de conservación y sostenibilidad.

La idea de negocio de la empresa es encargarse de la toma de decisiones acerca de la utilización de los factores de producción con la finalidad de brindar en el mercado bienes y servicios que logren satisfacer las necesidades de los futuros clientes. Para poder desarrollar su actividad y lograr sus objetivos se necesita disponer del espacio y el equipo necesario para obtener una buena enseñanza al cliente, la escuela de buceo surge de la necesidad de aprender un deporte acuático y tener una nueva experiencia para turistas nacionales e internacionales.

El objetivo inmediato es constituir una empresa dedicada a la organización y realización de actividades subacuáticas, incluyendo: organización de inmersiones en el mar, inmersiones temáticas, etc.

2.1.2 Descripción de la Idea de Producto o Servicio Razón social

El producto y servicio a ofrecer por la empresa "AQUAGUAYAS" es la de enseñar una nueva actividad diferente al cliente, asegurándole una experiencia inolvidable con el deseo de que lo vuelva a repetir, se les dará la facilidad de todos los implementos adecuados para obtener el curso, facilidad a la piscina, mascarilla, tanque de oxígeno, traje de buceo y una capacitación completa para el aprendizaje.

2.2 Misión, Visión y Valores de la Empresa

Misión

La misión de “AQUAGUAYAS” es brindar y educar al cliente en el medio ambiente practicando deportes acuáticos, brindándoles a los clientes nacionales y extranjeros una experiencia única e inolvidable bajo el agua.

Visión

Consolidar el posicionamiento de la escuela de Buceo como referente en la Costa del Pacífico Sur, abarcando la mayor parte del mercado, gracias a un servicio de calidad con un personal altamente capacitado y eficiente cumpliendo con todos los requerimientos del cliente.

Valores

✓ Trabajo en equipo

Fomentar siempre el trabajo en equipo, así sea desde el gerente hasta el instructor, demostrando compromiso, amor y respeto a los valores de la empresa, demostrando confianza con cada uno que forme parte del equipo de la empresa.

✓ Satisfacción del cliente

Cada uno de los integrantes de la empresa estará altamente capacitado para brindar un servicio de excelencia y calidad para que el cliente se sienta satisfecho por la atención recibida de la escuela AQUAGUAYAS.

✓ Liderazgo

Liderazgo lo tendrá cada uno de los que formen parte de la escuela, para así poder tener una mejor actitud influyendo positivamente en el trabajo de los demás.

✓ Honestidad

Formando un cuadro de confianza en las personas y demostrando al cliente que la escuela está formada de diferentes valores, así dándole una confianza al cliente.

2.3 Objetivos de la Empresa

2.3.1 Objetivo General

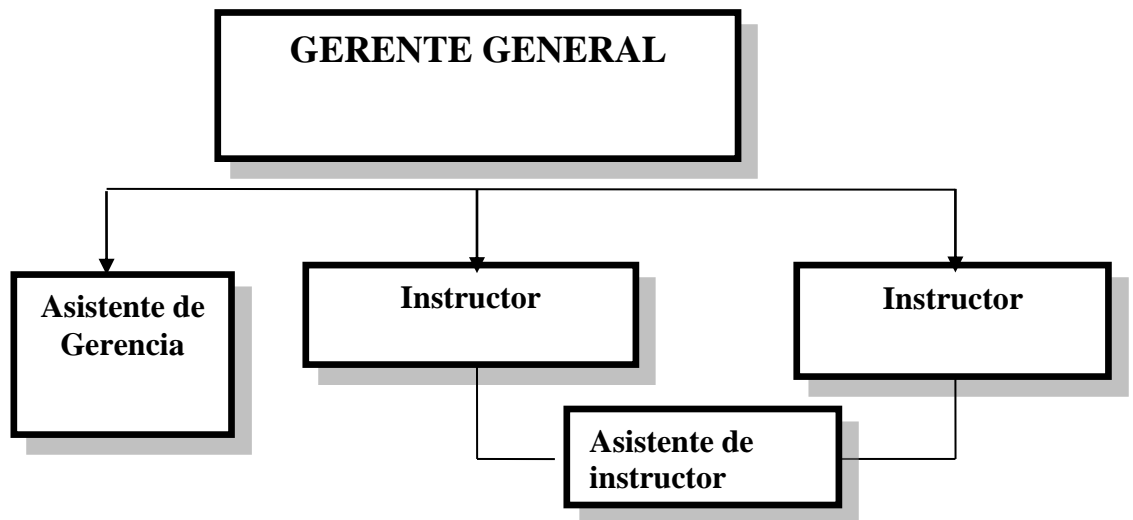
Posicionar a la empresa AQUAGUAYAS como una de las de mayor participación en el mercado.

- ✓ Lograr alcanzar las cantidades de ventas necesarias del servicio para cumplir con la rentabilidad proyectada. (aproximadamente 30%)
- ✓ Captar el 5% del mercado en los primeros años del proyecto.
- ✓ Crecer en una magnitud similar a lo que crece el mercado (5%).

2.4 Estructura Organizacional

2.4.1 Organigrama

Ilustración 1: Organigrama



Elaborado por; El Autor

2.4.2 Desarrollo de Cargos y Perfiles por Competencias

- ✓ **Gerente General:** puesto que será llevado por una persona con conocimientos de gestión empresarial que le permitan así el crecimiento de la empresa.

Funciones:

- Toma de decisiones.
 - Control de todos los departamentos
 - Planificar las actividades de la empresa.
 - Representante legal de la empresa.
- ✓ **Asistente de Gerencia:** puesto que será llevado a cabo por una persona capaz, educada, con buena presencia para la atención al cliente.

Funciones:

- atención al cliente.
 - Organización y archivo de los documentos de la empresa en general.
 - Informe de reporte.
 - Coordina actividades y las clases de buceo.
 - Manejar las redes sociales de la empresa.
- ✓ **Instructor:** persona altamente capacitada para la enseñanza de las clases de buceo.

CAPÍTULO 3

ENTORNO JURIDICO DE LA EMPRESA

CAPÍTULO 3

3 ENTORNO JURÍDICO DE LA EMPRESA

3.1 Aspecto Societario de la Empresa

3.1.1 Generalidades (Tipo de Empresa)

La compañía se denominará AQUAGUAYAS S.A (Escuela de buceo S.A), una escuela para clientes nacionales y extranjeros, que necesiten un espacio para Viajar por el agua en una forma agradable, emocionante y relajante, además conocer la cultura y la belleza de la fauna, flora y naturaleza del país. Se dedicará a la venta de cursos de buceo para que puedan experimentar otra clase de deporte acuático para clientes nacionales y extranjeros entre 12 y 45 años.

La escuela de Buceo su domicilio principal estará ubicado en la ciudad de Guayaquil, provincia del Guayas, En las calles Benjamín Carrión y Av. Segunda que se ubica en la zona residencial la Alborada 6ta Etapa MZ670D solar 9, cerca de la atracción que son centros comerciales a su alrededor como centro comercial LA ROTONDA, CITY MALL, RIOCENTRO NORTE. La compañía se podrá dedicar a algunas actividades: Promoción de la escuela "AQUAGUAYAS" en redes sociales, revistas, radio, tv, publicidad, Merchandising visual.

El plazo de duración de la compañía será el de cincuenta años contando la fecha de inscripción del contrato en el Registro Mercantil. Este se podrá prorrogar por disposición de la Junta de Accionistas; la escuela podrá disolverse de acuerdo al plazo señalado en los estatutos señalados en la ley de compañías.

La escuela será manejada directamente por las partes legal, judicial y extrajudicial por el representante legal.

La compañía estará bajo el cargo de la Junta General de Accionistas. Las juntas de la compañía se la llevarán a cabo dentro de los primeros meses del año en la cual el Gerente presentará los balances de la empresa. Las reuniones necesarias serán convocadas por el Administrador en el momento que sea necesario.

Los accionistas de la compañía serán:

- ✓ Ing. Andrés Arias Granda
- ✓ Arq. Ana María Arias
- ✓ Ing. Daniel Torre Robalino

En todo lo que no estuviere en los estatutos, se aplicarán las disposiciones de la Ley de Compañías y otras en lo que fuere pertinente.

3.1.2 Fundación de la Empresa

La compañía AQUAGUAYAS S.A. se sustituirá por ser una compañía de Sociedad Anónima, la cual será regulada por La Ley de Compañías y todas las leyes de la República del Ecuador. Esta será representada ante la Junta General de Accionistas por un Gerente General quien maneje el cargo de Representante Legal. Los accionistas solo tendrán derecho al monto de sus acciones y no a los bienes adquiridos, pero si tendrán derecho sobre las utilidades y el capital de la misma.

Pudiendo analizar que ahora en la sociedad anónima no se manejan ciertas limitaciones para un número máximo de socios, no habrá

inconveniente si terceras personas quisieran invertir en la compañía, eso sería un incentivo a la inversión de nuevos accionistas para así incrementar el capital y poder consolidarse en el mercado.

3.1.3 Capital Social, Acciones y Participaciones.

Este estará compuesto de 3 accionistas; 1 de ellos es mayoritario de \$ 30.000 cada uno y 2 minoritarios de \$ 20.000 cada uno, lo cual da un capital social de \$ 70.000, La suscripción de las acciones es la siguiente:

3.1.4 Juntas Generales de Accionistas y-o Socios

La escuela de Buceo estará determinada por la Junta General de Accionistas y administrada por el Gerente, quien tendrá derechos sobre la ley y los estatutos internos de la compañía. AQUAGUAYAS S.A. estará a cargo del Gerente – Administrador ósea el representate legal en forma individual, en todos los negocios. La junta General de Accionistas elegirán un Gerente para la compañía sea accionista o no, por un periodo de 4 años, dando el caso que puede ser reelegido.

Todo accionista que invierta en la compañía tendrá el derecho de asistir a las juntas Generales, como también tendrá derecho a participar con opiniones sobre la compañía y voto sobre las mismas. Todo cambio que sea aceptado por la Junta General de Accionista será aprobada si el 51% de los accionistas están a favor.

Tabla 3: Accionista

NOMBRE	C.I.	VALOR QUE APORTAN
Andres Arias Granda	0925633257	\$30.000
Ana Marias Arias	0982615249	\$20.000
Daniel Torre Robalino	0987596975	\$20.000

Elaborado por: El Autor

En nuestra legislación y de conformidad con nuestra Ley de Compañías, Art.230, la Junta General formada por los accionistas, legalmente convocados y reunidos, es el órgano supremo de la compañía. (Camara de Comercio de Quito, 2013)

3.2 Aspecto Laboral de la Empresa

3.2.1 Generalidades

La empresa AQUAGUAYAS S.A. se acogerá a las leyes del Código de Trabajo, y se trabajaran con contratos laborales con plazos de carácter indefinido y fijo con una cláusula de período de prueba de 90 días. Dado a su desempeño en el negocio también se considerara el pago de horas extras a los empleados de acuerdo a su interés laboral. Así mismo se maneja un reglamento donde estarán detalladas todas las descripciones de los contratos a los que deberán regirse los empleados para un excelente desempeño.

La empresa AQUAGUAYAS S.A. estará formada por un Gerente General, asistente de gerencia, 2 instructores y un capitán de barco, el cual llega a formar un grupo de 5 trabajadores, con sueldos mensuales detallados a continuación:

Tabla 4: Personal Administrativo

CARGO	NUMERO DE EMPLEADOS	MESES	SUELDO UNITARIO
Gerente General	1	12	\$550.00
Asistente de Gerencia	1	12	\$366.00
Instructor	2	12	\$366.00
Capitán Barco	1	12	\$366.00

Elaborado por: El Autor

3.2.2 Mandato Constituyente #8

AQUAGUAYAS S.A. efectuará sus actividades de contratación de personal con lo acordado en el Mandato Constituyente No. 8 de la Asamblea Constituyente que resume: la eliminación y prohibición de la tercerización, intermediación laboral, contratación laboral por horas y cualquier forma de precarización de las relaciones de trabajo, con la finalidad de promover el trabajo y garantizar estabilidad, protección y derecho a todos los beneficios de ley, incluido el fondo de reserva y la afiliación al régimen general del seguro social obligatorio. (Asamblea Constituyente, 2007)

3.2.3 Tipos de Contrato de Trabajo

Los trabajadores de la empresa AQUAGUAYAS S.A. firmarán un contrato de prueba por un lapso de 3 meses para así establecer un análisis sobre el desempeño laboral; una vez pasado el contrato a prueba, firmaran el contrato a plazo fijo que es de un año laboral con la opción de ser contratado nuevamente o en su defecto se dará por terminado el contrato.

En el caso de AQUAGUAYAS S.A. se manejara de manera expresa los contratos o que tengan un acuerdo que sustente y serian del siguiente tipo:

- Contrato de tiempo fijo: Es una modalidad de excepción del contrato de trabajo por la cual el empleador contrata al trabajador por un plazo determinado, sin plazo mínimo pero que no podrá exceder de cinco años. Debe formalizarse por escrito, y antes del vencimiento, empleador y trabajador, deben dar preaviso en un plazo entre uno y dos meses, de su decisión de poner fin al contrato en la fecha preestablecida. Si se omitiera esta comunicación (basta que la haga una sola de las partes) se entiende que el contrato se ha transformado en uno de tiempo indeterminado. Se exceptúa de esta obligación de comunicar en aquel contrato cuya duración sea de un mes. (Hilda, 2009)
- Contrato por tiempo indefinido: Un contrato laboral indefinido se caracteriza por carecer límite de tiempo en la prestación de los servicios. En principio, el contrato indefinido refleja estabilidad en la empresa por parte del contratado y compromiso por parte del contratante. El hecho de que sea indefinido no tiene por qué ser necesariamente a tiempo completo o a jornada parcial, también puede tratarse también por prestación de servicios, que serán fijos o discontinuos. El contrato podrá formalizarse de manera verbal o escrita. Únicamente se hará por escrito cuando el tipo de contrato así lo exija o lo haga alguna de las partes firmantes. (Debitoor.es, 2015)
- Contrato ocasional: Son contratos eventuales aquellos que se realizan para satisfacer exigencias circunstanciales de la empresa, tales como reemplazo de personal que se encuentra

ausente por vacaciones, licencias, enfermedad, maternidad y situaciones similares o atención de los incrementos de trabajo, motivados por una mayor demanda de producción o de servicio, en actividades habituales de la empresa o del empleador o relacionadas con las mismas. Su duración no excederá de seis meses en un año. (Awad, 2015)

Con las nuevas leyes que se han prescrito, se han eliminado la tercerización laboral, por lo que el acuerdo laboral será directo entre el empleador y trabajador.

3.2.4 Obligaciones del empleador.

Basándose en el Código de Trabajo, literal IV artículo 42 de las obligaciones por cumplir, tenemos los siguientes numerales:

- Numeral 1: Pagar las cantidades que correspondan al trabajador, en los términos del contrato y de acuerdo con las disposiciones de este Código. (Ministerio de Trabajo, 2015)
- Numeral 2: Instalar las fábricas, talleres, oficinas y demás lugares de trabajo, sujetándose a las medidas de prevención, seguridad e higiene del trabajo y demás disposiciones legales y reglamentarias, tomando en consideración, además, las normas que precautelan el adecuado desplazamiento de las personas con discapacidad. (Ministerio de Trabajo, 2015)
- Numeral 3. Indemnizar a los trabajadores por los accidentes que sufrieren en el trabajo y por las enfermedades profesionales, con la salvedad prevista en el Art. 38 de este Código. (Ministerio de Trabajo, 2015)
- Numeral 8. Proporcionar oportunamente a los trabajadores los útiles, instrumentos y materiales necesarios para la ejecución del

trabajo, en condiciones adecuadas para que éste sea realizado. (Ministerio de Trabajo, 2015)

- Numeral 13: Tratar a los trabajadores con la debida consideración, no infiriéndoles maltratos de palabra o de obra. (Ministerio de Trabajo, 2015)
- Numeral 15. Atender las reclamaciones de los trabajadores (Ministerio de Trabajo, 2015)

3.2.5 Décimo Tercera y Décimo Cuarta Remuneración

Art. 111.- Derecho a la décima tercera remuneración o bono navideño. (Sustituido por el Art. 21 de la Ley s/n, R.O. 483-3S, 20-IV-2015).- Los trabajadores tienen derecho a que sus empleadores les paguen mensualmente, la parte proporcional a la doceava parte de las remuneraciones que perciban durante el año calendario.

A pedido escrito de la trabajadora o el trabajador, este valor podrá recibirse de forma acumulada, hasta el veinte y cuatro de diciembre de cada año. La remuneración a que se refiere el inciso anterior se calculará de acuerdo a lo dispuesto en el artículo 95 de este Código. Art. 112.-Exclusión de la decima tercera remuneración. El goce de la remuneración prevista en el artículo anterior no se considerará como parte de la remuneración anual para el efecto de pago de aportes al Instituto Ecuatoriano de Seguridad Social, ni para la determinación del fondo de reserva y jubilación, ni para el pago de las indemnizaciones y vacaciones prescritas en este Código. Tampoco se tomara en cuenta para el cálculo del impuesto a la renta del trabajo. (Ministerio de Trabajo, 2015)

La Décimo Cuarta remuneración abarca el período comprendido entre el 1° de marzo del año anterior y el 28 de febrero del año en curso para las regiones Costa e Insular y 1° de agosto del año anterior hasta el 3 de julio

del año en curso para las regiones Sierra y Amazonia. De acuerdo al salario mínimo que actualmente es de \$366.00. (Ministerio de Trabajo, 2015)

Tabla 5: Tercero y Décimo Cuarto Sueldo

CARGO	SUELDO MENSUAL	DECIMO TERCER	DECIMO CUARTO
Gerente General	\$500.00	\$41.67	\$30.50
Asistente de Gerencia	\$366.00	\$30.50	\$30.50
Instructor	\$366.00	\$30.50	\$30.50
Instructor	\$366.00	\$30.50	\$30.50
Capitán de Barco	\$366.00	\$30.50	\$30.50
TOTAL.	\$1964.00	\$163.67	\$152.50

Elaborado por: El Autor

3.2.6 Fondo de Reserva y Vacaciones

Como lo dispone el Art. 196.- Derecho al fondo de reserva.- todo trabajador que preste servicio por más de un año tiene derecho a que el empleador le abone una suma equivalente a un mes de sueldo o salario por cada año completo posterior al primero de sus servicios, estas sumas constituirá en su fondo de reserva o trabajo capitalizado. (Ministerio de Trabajo, 2015)

Como lo dispone el Código de Trabajo en Art. 69.- Vacaciones anuales. Todo trabajador tendrá derecho a gozar anualmente de un periodo ininterrumpido de quince días de descanso, incluidos los días no laborables. Los trabajadores que hubieren prestado servicios por más de 5 años en la

misma empresa o al mismo empleador, tendrá derecho a gozar adicionalmente de un día de vacaciones por cada uno de los años excedentes o recibirán en dinero la remuneración correspondiente a los días excedentes. (Ministerio de Trabajo, 2015)

3.2.7 Inserción de Discapacitados a Puestos de Trabajo

Acorde con el Art. 42 inciso 33 del Código de Trabajo, en la sección De las Obligaciones del Empleador indica que: “El empleador público o privado, que cuente con un número mínimo de veinticinco trabajadores, está obligado a contratar, al menos, a una persona con discapacidad”. (Ministerio de Trabajo, 2015)

Por lo tanto, la compañía AQUAGUAYAS S.A. No estará apta para contratar personal discapacitado porque no cuenta con la cantidad de personal establecido en el código de trabajo que establece el inciso 32.

3.3 Contratación Civil

3.3.1 Principios Básicos de la Contratación.

La escuela AQUAGUAYAS S.A. se maneja con los principios básicos de la contratación como está estipulado en el código de trabajo del artículo 1 al 8. (Ministerio de Trabajo, 2015)

3.3.2 Contratos de Prestación de Servicios

El contrato de prestación de servicios es de carácter civil y no laboral, por lo tanto no está sujeto a la legislación de trabajo y no es considerado un contrato con vínculo laboral al no haber relación directa entre empleador y trabajador, por ello, no cuenta con período de prueba y no genera para el contratante la obligación de pagar prestaciones sociales. (Alvarez, 2015)

3.3.3 Principales Cláusulas de los Contratos de Prestación de Servicios.

Como estipula el art 21 del código de trabajo los Requisitos del contrato escrito.-

En el contrato escrito deberán consignarse, necesariamente, cláusulas referentes a:

La clase o clases de trabajo objeto del contrato; La manera como ha de ejecutarse: si por unidades de tiempo, por unidades de obra, por tarea, etc.;

La cuantía y forma de pago de la remuneración;

Tiempo de duración del contrato; Lugar en que debe ejecutarse la obra o el trabajo;

La declaración de si se establecen o no sanciones, y en caso de establecerse la forma de determinarlas y las garantías para su efectividad. Estos contratos están exentos de todo impuesto o tasa. (Ministerio de Trabajo, 2015)

3.3.4 Soluciones Alternativas para Solución de Conflictos: Arbitraje y Mediación

AQUAGUAYAS S.A. para la solución de alternativas de conflictos, se manejará mediante la mediación, donde se permitirá de un tercero ayude a ambas partes a solucionar de manera tranquila y satisfactoria. Dependiendo a cualquier acuerdo que lleguen las partes se realizara por medio de un contrato.

3.3.5 Generalidades de la Contratación Pública

AQUAGUAYAS S.A. no participará de la contratación pública. Sin embargo de considerar participar en este tipo de contratación, el representante legal deberá registrarse como proveedor de estado para lo que deberá cumplir con los requisitos establecidos por el Instituto Nacional de Compras Públicas, (INCOP). (instituto nacional de compras publicas, 2008)

3.3.6 Contrato de Confidencialidad

La compañía AQUAGUAYAS S.A. se maneja con un Contrato de Confidencialidad que será señalado en una de las cláusulas del contrato, donde será firmado por los trabajadores y proveedores, para así evitar que cuya información a la que tienen acceso se filtre fuera de la compañía. De ocurrir lo contrario deberán cumplir con las respectivas sanciones impuestas por la ley.

3.4 Políticas de Buen Gobierno Corporativo

3.4.1 Código de Ética

AQUAGUAYAS S.A se establecerá un reglamento interno donde los códigos de ética y moral deberán cumplir cada persona que forma parte, para ser una empresa responsable con el ambiente y la sociedad.

3.5 Propiedad Intelectual

3.5.1 Registro de Marca

La empresa AQUAGUAYAS S.A. registrará su nombre y logotipo “Aquaguayas” en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) de acuerdo a las reglas y normativas ecuatorianas.

3.5.2 Derecho de Autor del Proyecto

Se registrara en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI) de la siguiente manera “IMPLEMENTACIÓN DE UNA ESCUELA DE BUCEO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL.”

3.5.3 Patente y-o Modelo de Utilidad (opcional)

De acuerdo con lo antes lo mencionado no se patentará los productos de “AQUAGUAYAS S.A” siendo un servicio que ya existe en el mercado.

3.6 Seguros

.3.6.1 Incendio

La compañía “Aquaguayas” contratará una póliza de seguros lo cual dentro del cubran los bienes muebles e inmuebles.

3.6.2 Robo

La compañía “Aquaguayas” contratará un seguro donde dentro del cubra los bienes sustraídos por un acto de robo.

3.6.3 Fidelidad

La compañía “Aquaguayas” no considera necesaria una póliza por el momento, ya que la empresa recién empieza sus labores.

3.6.4 Maquinarias y Equipos

La compañía “Aquaguayas” no contratará un seguro de maquinarias y equipos por lo que el momento de la compra, el proveedor dará con un contrato de garantía por un tiempo determinado.

3.6.5 Materia Prima y Mercadería

La compañía “Aquaguayas” no considera contratar una póliza de materia prima y mercadería.

3.7 Presupuesto Constitución de la empresa

AQUAGUAYAS S.A. contara con un presupuesto de \$1000.00 dólares de los Estados Unidos de América para la constitución como empresa.

CAPÍTULO 4

AUDITORIA DE MERCADO

CAPÍTULO 4

4. AUDITORÍA DE MERCADO

4.1. PEST

El análisis PEST es una herramienta de gran utilidad para comprender el crecimiento o declive de un mercado, y en consecuencia, la posición, potencial y dirección de un negocio. Es una herramienta de medición de negocios. PEST está compuesto por las iniciales de factores Políticos, Económicos, Sociales y Tecnológicos, utilizados para evaluar el mercado en el que se encuentra un negocio o unidad. (Alan Chapman, 2004)

Entorno Político:

La empresa AQUAGUAYAS está ubicada en la ciudad de Guayaquil, en cuanto a la situación política de nuestro país, las leyes y normativas están siendo modificadas, en donde están afectando a las empresas donde muchas están cerrando su actividad comercial debido a los impuestos que hoy se paga.

Quito (Pichincha).- El número de turistas extranjeros que llegó a Ecuador, en el primer mes del año, creció un 11 por ciento, así lo informó la ministra de Turismo, Sandra Naranjo. “Empezamos el año con pie derecho”, destacó la secretaria de Estado en su cuenta de Twitter. Detalló que los visitantes pasaron de 152.576 en enero de 2014 a 169.378 en el mismo mes de este 2015. Varias campañas se han emprendido por parte del Gobierno Nacional para incrementar el turismo y consolidar a ese sector como uno de los más importantes en cuanto a generación de divisas y empleo. Una de las campañas que ha resaltado en los últimos tiempos es All You Need is Ecuador (Todo lo que necesitas es Ecuador) que fue presentada la semana pasada en un comercial de promoción turística exhibida durante la final del fútbol americano o Super Bowl, el mayor evento deportivo y televisivo de Estados Unidos. Durante el 2014, Ecuador recibió más de 1,5 millones de

turistas, un crecimiento de 14 por ciento respecto a 2013. Las visitas llegaron en mayor medida de Colombia, Estados Unidos y Perú. (El Ciudadano, 2015)

Entorno Económico:

Mostrando como datos financieros una tasa total de desempleo en el 2014 de 4.65% en el Ecuador, pertenecientes a Guayaquil con una tasa de desempleo del 3.85% en el transcurso del año, finalizando el 2014 se puede apreciar que la tasa total de desempleo en el Ecuador culmina con 4.54% por lo que pertenece a Guayaquil aumento para un 4.01% (Banco Central del Ecuador, 2015)

La deuda externa pública ha tenido una trayectoria variable donde se puede ver reflejado que en el 2013 mantiene un porcentaje del 12.10% frente al 17.40% del mes de diciembre 2014, teniendo un aumento de endeudamiento del 17.80% a comienzos del 2015 y terminando con un porcentaje del 20.80% lo que implica cada vez un aumento de endeudamiento. (Banco Central del Ecuador, 2015)

Tabla 6: Entorno Económico

FECHA	VALOR
Noviembre-30-2015	20.80 %
Octubre-31-2015	20.50 %
Septiembre-30-2015	20.50 %
Agosto-31-2015	20.60 %
Julio-31-2015	20.60 %
Junio-30-2015	20.20 %
Mayo-31-2015	20.30 %
Abril-30-2015	19.50 %
Marzo-31-2015	19.20 %
Febrero-28-2015	18.70 %
Enero-31-2015	17.80 %
Diciembre-31-2014	17.40 %
Noviembre-30-2014	16.70 %

Octubre-31-2014	16.60 %
Septiembre-30-2014	16.50 %
Agosto-31-2014	15.20 %
Julio-31-2014	15.10 %
Junio-30-2014	15.00 %
Mayo-31-2014	13.20 %
Abril-30-2014	12.80 %
Marzo-31-2014	12.80 %
Febrero-28-2014	12.90 %
Enero-31-2014	12.80 %
Diciembre-31-2013	13.70 %

Fuente: Banco Central del Ecuador

Inflación.-

La inflación, a nivel de precios es un aumento constante. En este punto influye sobre el volumen adquisitivo.

La inflación anual del Ecuador, podemos observar que al inicio del 2014 se manejaba un porcentaje del 2.92% y finalizando el mismo año subió a un 3.67% y comenzando el año 2015 se observa que decayó a un 3.53% y finalizando el mismo año termino con un 3.38%. (Banco Central del Ecuador, 2014)

Tabla 7: Inflación

FECHA	VALOR
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %

Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %
Diciembre-31-2014	3.67 %
Noviembre-30-2014	3.76 %
Octubre-31-2014	3.98 %
Septiembre-30-2014	4.19 %
Agosto-31-2014	4.15 %
Julio-31-2014	4.11 %
Junio-30-2014	3.67 %
Mayo-31-2014	3.41 %
Abril-30-2014	3.23 %
Marzo-31-2014	3.11 %
Febrero-28-2014	2.85 %
Enero-31-2014	2.92 %

(Banco Central del Ecuador, 2014)

Fuente: Banco Central del Ecuador

Entorno Social:

La ciudad de Guayaquil tiene una extensión compuesta de 374 km cuadrados de superficie, de los cuales 316 km cuadrados equivalentes al 91.9% del total, mientras que los restantes 29km cuadrados son equivalentes al 8.1% pertenecen a cuerpos de agua que comprenden ríos y esteros, además el área metropolitana de Guayaquil más allá de los límites de la aglomeración urbana incluyen a ciudades como Milagro, Daule, Playas, entre otros.

Dándole una población consolidada de 3.645.483 habitantes, también cabe mencionar que es la ciudad más poblada de la república del Ecuador conocido como Gran Guayaquil, alineándose entre las ciudades más grandes de América Latina.

El clima en Guayaquil es el resultado de varios factores por su ubicación en plena zona ecuatorial, considerándose con una temperatura cálida durante casi todo el año, además su proximidad al océano pacifico hace que dos corrientes como es el caso de EL NIÑO Y HUMBOLT marcando dos periodos climáticos bien diferenciados como es la temporada húmeda y lluviosa.

Entorno Tecnológico:

El gobierno actual del Ecuador y el municipio mantienen planes para optimizar las telecomunicaciones, para que de esta manera lograr el acceso a nuevas tecnologías como el uso del internet, el cual es un gran reto que actualmente ya se viene dando en escuelas y colegios que no cuentan con equipos necesarios y personas capacitadas, debido a que se pudo observar que algunos sectores no contaban con acceso a tecnología y medios de comunicación (TV, Radio) haciendo la situación un poco critica.

En lo que respecta a la escuela de Buceo AQUAGUAYAS será promocionada nacional e internacionalmente y esto será posible con la utilización de correos electrónicos, realización de página web, redes sociales, gestores de opinión para dar a conocer a nivel mundial, captando la atención de nuevos clientes y llegando a nuevos mercados considerándose esto como una excelente estrategia de marketing y ventas.

De un total de 142 países analizados en 2012, Ecuador se ubica en el puesto 96, subiendo doce escaños con relación al año anterior, fecha en la que según el informe del FEM del 2011, estaba en el 108. En el informe de 2007, Ecuador ocupaba el puesto 97, de un total de 122 economías analizadas. Ahora en el reporte de 2012 se incluye en el estudio a 142 países. En noviembre de 2011, el Ministerio de Telecomunicaciones esbozó el plan Ecuador Digital, con el que espera reducir la brecha en 21 puntos en los próximos cuatro años. (El Universo, 2012)

4.2. Atractividad de la Industria: Estadísticas de Ventas, Importaciones y Crecimientos en la Industria

Los deportes acuáticos es el punto clave de interés para poder realizar la investigación correspondiente, pero de acuerdo a lo analizado no se puede observar dicho rubro cuantificable del aporte económico que genera esta industria, sin embargo se analizará la industria de crecimiento de Otros Servicios.

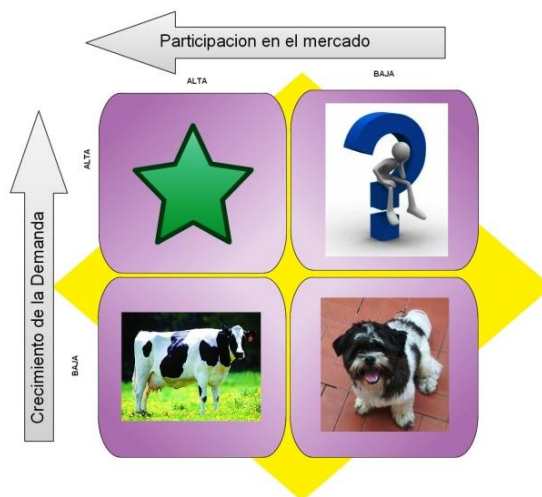
El sector Otros Servicios según lo analizado por el informe PIB del Ecuador, tomando en cuenta el tercer trimestre la variación interanual de otros servicios del 2014, se puede observar que contribuye con el crecimiento del país en un 0,09% y con una tasa de variación por la industria anual de 1,4% . (MIND MARKETING, 2015)

4.3 Análisis del Ciclo de Vida de la Industria

Como impulso económico y como fenómeno Natural, en Ecuador el turismo y ecoturismo está ganando un lugar muy importante. El turismo en Ecuador trabaja con metas claras sobre promoción turística. En el país, el sector del turismo es ahora destino estrella rebosante de vida, energía, cultura y encanto. Se encuentra en una etapa muy buena, tanto así que recibió un gran reconocimiento, nada más y nada menos que Lonely Planet, la biblia de los viajeros de todo el mundo. En la cual cita a Ecuador como el cuarto (best in) destino para visitar durante el 2013. Por lo tanto este reconocimiento beneficia al turismo global en el Ecuador.

4.4 Matriz BCG

Ilustración 2: Matriz BCG



Fuente: Google

El negocio se encuentra en el cuadrante estrella, pues ocupa una posición del mercado que abarca una parte relativamente considerable ya que muchas personas e internacionales cada vez disfrutan más de la aventura acuática y a su vez tiene un gran crecimiento.

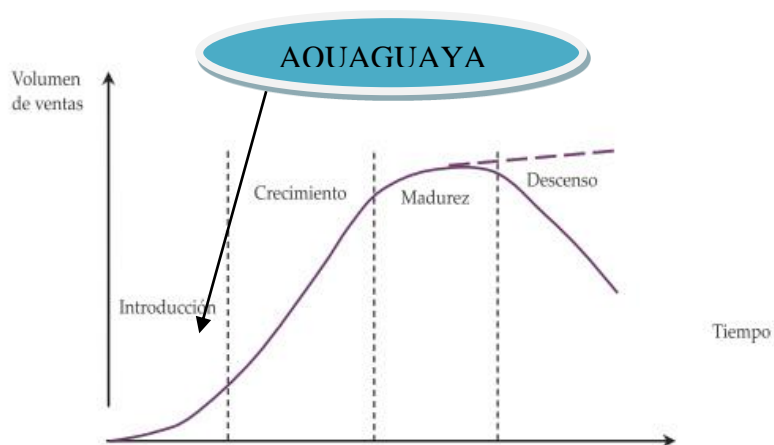
Se espera llegar a tomar la mayor participación del mercado existente sin tener el conocimiento del porcentaje que se podrá alcanzar, debido que existen nuevos competidores. Por lo cual se establecerán estrategias de posicionamiento para convertir en la empresa en una de las escuelas de buceo en el Ecuador con mayor participación.

4.5 Análisis del Ciclo de Vida del Producto en el Mercado

En base a lo antes mencionado **“AQUAGUAYAS”** se encuentra en una etapa de introducción, debido a que recién iniciara sus actividades en la ciudad de Guayaquil, que se concentrara en el mercado por medio de

publicidad, medios de comunicación y canales de distribución, para posteriormente debido al crecimiento económico de la empresa pueda avanzar a la siguiente etapa

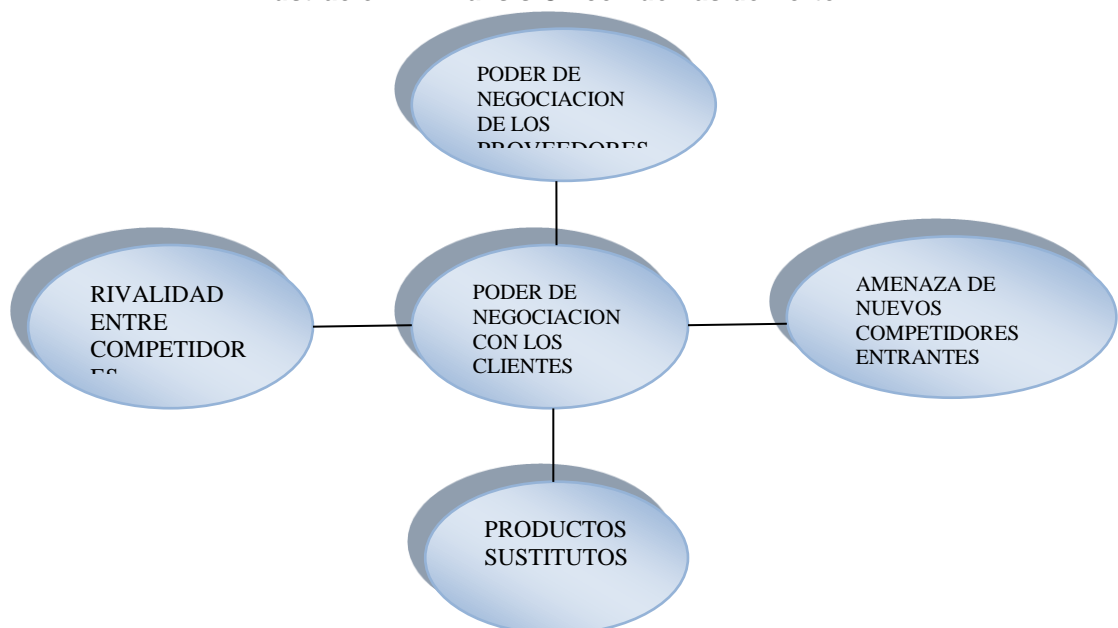
Ilustración 3: Análisis de Ciclo de Vida



Fuente: Google

4.6 Análisis de las Cinco Fuerzas Competitivas de Porter y Conclusiones

Ilustración 4: Análisis Cinco Fuerzas de Porter



Elaborado por: El Autor

PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES.-

En este caso se llegará a tener un nivel bajo de negociación con los proveedores, por el motivo de que en el mercado en el que se desarrolla el proyecto, es considerado de estructura de competencia perfecta, con lo que existe diversas alternativas a escoger entre los proveedores existentes con una gama de precios y productos diversos.

RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.-

Se considera que la rivalidad existente entre los competidores es alta, debido a que los servicios que se ofrecen se pueden considerar homogéneos. Además la misma estructura de mercado en la que se desarrolla la empresa, considera que la variable de decisión por parte del consumidor es el precio. Cabe recalcar que para cierto segmento del mercado existen otras variables de decisión como son: Los equipos, los horarios, prestigio de los instructores entre otros.

PODER DE NEGOCIACIÓN CON LOS CLIENTES.-

El poder de negociación de los clientes es alto ya que ellos tienen diversas alternativas al momento de buscar una empresa que ofrezcan servicios similares. Además existen empresas que ya están bastante posicionadas en esta industria (muchos años en el mercado) con lo que es bastante difícil competir contra ellas.

AMENAZA DE NUEVOS COMPETIDORES ENTRANTES.-

La amenaza de nuevos competidores se podría considerar alta, ya que existen empresas (informales) que también ofrecen este servicio (en las mismas playas). Además las restricciones legales para la creación de esta

clase de empresa no son muy altas. La restricción más alta es la económica, si es que se quiere ofrecer un servicio con mucho valor agregado (propia embarcación, vehículo, instructores certificados).

PRODUCTOS SUSTITUTOS.-

Se considera alto ya que existen otros servicios tales como snorkel , buceo en apnea que no utilizan los mismos instrumentos que el buceo convencional, con lo que económicamente hablando son más baratos y no se necesita de ninguna certificación para realizar dichas actividades.

Después de analizar las fuerzas de Porter se puede considerar que el entorno donde se desarrolla la empresa es difícil, ya que la mayor clase de poder de negociación los tienen todos los actores externos a la empresa. Sin embargo como se mencionó anteriormente los consumidores quieren algo nuevo, ya no lo convencional en este servicio, quieren nuevas rutas, mayor camaradería y no solo lo relacionado a obtener una certificación o pasar un momento bajo del mar; con lo que la industria presenta nuevos retos pero así mismo se hace atractiva para empresas innovadoras y con mejores y diferentes propuestas.

4.7 Análisis de la Oferta.

4.7.1 Tipo de Competencia

AQUAGUAYAS S.A. Tendrá en el mercado 2 tipos de competencias de forma directa e indirecta y son:

- Competencia directa.- en la ciudad de Guayaquil existe gran cantidad de competidores directos como lo son algunas escuelas de buceo dentro de la ciudad como OCEAN REEF, TORTUGA DIVERS, SSI OPEN WATER DIVERS entre otras, enfocándose en un segmento similar.

- Competencia indirecta.- Hoy en día existe una gran variedad de competencia en la ciudad de Guayaquil, cabe mencionar que existen distintas agencias u operadores que brindan este servicio a ciudadanos nacionales y extranjeros, brindándoles información de otras escuelas de buceo que son consideradas como competidores indirectos.

4.7.2 Marketshare: Mercado Real y Mercado Potencial

El mercado potencial está formado por diferentes grupos de clientes con diferentes motivaciones, preferencias, necesidades y con percepciones distintas. El principal mercado, serán las personas que les gusta los deportes acuáticos y el contacto con la vida marina, que buscan otras alternativas de recreación, les encante el riesgo, la aventura, y a su vez relajarse y salir fuera de lo común, además que les encanta explorar lugares nuevo y pocos conocidos.

En conclusión, el mercado meta son los habitantes a nivel nacional, así como extranjeros, que estén dentro de un rango de edad desde niños mayores a 12 años hasta personas Adultas hasta 45 años y que sean personas con un nivel socio económico medio.

4.7.3 Características de los Competidores: Liderazgo, Antigüedad, Ubicación, Productos Principales y Línea de Precio.

Se tendrá un nivel bajo de competencia potencial, debido a que actualmente la ciudad de Guayaquil es un importante destino, además cabe mencionar que es la ciudad más grande de Ecuador con un desarrollo que ha ido aumentando, gracias al apoyo del municipio y gobierno, los cuales han realizado distintas actividades que han dado a conocer más a cada

distintas ciudades que cuenta el Ecuador, por lo que se poseerá un nivel de amenaza bajo ya que existen muy pocas opciones para elegir una escuela de Buceo, por lo cual en un futuro no muy lejano la ciudad seguirá incrementando dando origen a la creación de nuevos lugares de servicios y nuevas empresas.

Aun así el grupo de los competidores indirectos está conformado por agencias de viajes en las que ofrecen paquetes turísticos donde resaltan algunos deportes acuáticos como lo es el Buceo, estas agencias son aquellas que satisfacen la misma necesidad de una manera muy similar, aunque estos establecimientos se encuentren en diferentes sitios del Ecuador, a más de otro grupo de competidores indirectos que son los propios habitantes de la ciudad en la que ellos ofrecen clases de Buceo pero no tienen sus propias oficinas, sino que ofrecen el servicio en piscinas alquiladas que muchas veces crean de una manera actividades acuáticas con la finalidad de satisfacer al cliente aunque el producto ofrecido no sea similar.

4.7.4 Benchmarking: Estrategia de los Competidores y Contra estrategia de la Empresa

Tabla 8: Benchmarking

NOMBRE	UBICACIÓN	ANTIGÜEDAD	PRINCIPALES PRODUCTOS	RANGOS DE PRECIOS
Bioelite S.A.	Guayaquil	5 años	SNSI certificado, curso de buceo, curso snorkeling, curso	\$550

			avanzado de buceo.	
Open Water Diver	Guayaquil	3 años	SNSI certificado, curso de buceo, curso snorkeling, curso avanzado de buceo	\$600
Tortuga divers	Guayaquil	4 años	PADI certificado, curso de buceo, curso snorkeling, curso avanzado de buceo	\$500

Elaborado por: El Autor

Las estrategias de publicidad más utilizadas de los competidores son la de medios locales, como el periódico donde tiene mucha más acogida por las personas en la ciudad de Guayaquil, también se manejan por canales deportivos en televisión. Las estrategias más comunes es la que se llama el volanteo, en la que se le da a cada persona que se ve para que sepan sobre el servicio y darse a conocer en el mercado.

La publicidad escogida por la escuela AQUAGUAYAS, es similar a la de sus competidores antes mencionadas, por donde la escuela se dará a conocer como son los medios de revistas deportivas, redes sociales, televisión, periódicos, entre otras.

4.8 Análisis de la Demanda

4.8.1 Segmentación de Mercado

Con el objetivo de tener éxito en el sector turístico, se ha decidido segmentar el mercado en dos tipos de clientes potenciales, para poder

satisfacer las necesidades de estos dos grupos y poder servirles con provecho y mejor que los competidores potenciales .

Macro-Segmentación

El mercado al que se está enfocado es el de personas o grupos de personas, ya sean familias o amigos, de poder adquisitivo medio alto a alto. Que además busquen distracción, recreación y aventura, en el que se ofrece actividades acuáticas, aprovechando la naturaleza, las playas aledañas, islotes y lugares turísticos que ofrece nuestras playas en nuestro país.

Micro-Segmentación

El Centro de actividades AQUAGUAYAS está orientado a satisfacer las necesidades más exigentes de personas de estrato medio-alto, alto que buscan alternativas de entretenimiento, descanso y salud, para una mejor salud física, mental y espiritual de la familia. Con personalidad inquieta, activa, visionarios, que se preocupan por el bienestar familiar. Nuestro grupo objetivo busca principalmente diversión, distracción y aventura.

4.8.2 Criterio de Segmentación

Los criterios de segmentación a seguir en el mercado son los siguientes:

- **Geográfica:** personas que viven en la ciudad de Guayaquil.
- **Demográfico:** personas que tengan entre 12 y 45 años de edad.

- **Psicográfica:** aficionados a deportes náuticos especialmente Buceo y que disfruten de actividades que se relacionen con la naturaleza
- **Socioeconómica:** personas que pertenezcan a un nivel socioeconómico medio y medio-alto.

4.8.3 Selección de Segmentos

El segmento seleccionado en este caso corresponde a hombres y mujeres que vivan en la vía Samborondón y ciudad de Guayaquil, que sus edades fluctúen entre los 12 y 45 años de edad, que pertenezcan a un estrato social medio-alto, que quieran conocer más sobre los deportes acuáticos.

4.8.4 Perfiles de los Segmentos

El perfil de los segmentos deberán cumplir con algunos requerimientos como:

- Que gusten del mar, de la flora y fauna.
- Que les guste el cuidado con el medio ambiente.
- Que busquen una experiencia diferente y no tengan miedo a la aventura que se vivirá bajo el mar, apreciando las diferentes especies y arrecifes de las hermosas playas que tiene nuestro país.
- Que busque relajarse y pasar un momento inolvidable junto a familiares, amigos, pareja etc.

4.9 Matriz FODA

La matriz FODA (conocido por algunos como FODA, y SWOT en inglés) es una herramienta de gran utilidad para entender y tomar decisiones en toda clase de situaciones en negocios y empresas. FODA es el acrónimo de Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas. Los encabezados de la matriz proveen un buen marco de referencia para revisar la estrategia, posición y dirección de una empresa, propuesta de negocios, o idea. (Alan Chapman, 2004)

Tabla 9: Matriz FODA

	<u>FORTALEZAS:</u>	<u>DEBILIDADES</u>
<u>MATRIZ FODA</u>	<ul style="list-style-type: none"> -Precios asequibles y competitivos. - Personal altamente capacitado para el servicio a realizar. 	<ul style="list-style-type: none"> -Ser parte de un mercado competitivo. - Falta de publicidad en la zona.
<u>OPORTUNIDADES</u>	<u>F+O</u>	<u>D+O</u>
<ul style="list-style-type: none"> - En el ámbito de la responsabilidad social no daña al medio ambiente. - Implementación de curso OnLine. - Mercado no saturado. 	<ul style="list-style-type: none"> -El mercado del buceo está creciendo por lo que se deberá hacer un estudio de mercado para analizar la necesidad del cliente aprovechando costos y mercado. 	<ul style="list-style-type: none"> -Realizar un plan de marketing para que la empresa se dé a conocer en el mercado
<u>AMENAZAS</u>	<u>F+A</u>	<u>D+A</u>
<ul style="list-style-type: none"> -No contar con el capital necesario para ser una empresa solvente. -falta de clientes sin enseñanza en la natación y miedo al mar. - Delincuencia. - Clima. 	<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer una enseñanza de curso de natación gratuito al cliente que no sepa nadar. -Realizar campañas que permitan que el consumidor sepa de la alta calidad del servicio. 	<ul style="list-style-type: none"> -Incrementar publicidad con el fin de posicionarse en la mente de nuestros clientes, de esta manera se creara un alto nivel de fidelidad con el servicio que se brindara.

Elaborado por: El Autor

Una vez realizado el análisis FODA es importante recalcar que por medio de esta matriz se puede tener una visión más clara de la situación actual de la empresa, ya que permite analizar características tanto internas como externas y a su vez el desempeño tanto presente como futuro de la empresa, el cual se puede apreciar sus fortalezas, oportunidades, debilidades y amenazas que servirán para el conocimiento de AQUAGUAYAS, por lo tanto detallaremos a continuación los siguientes puntos:

Fortalezas:

- ✓ Precios asequibles y competitivos que permiten tener más participación de mercado y a su vez se podrá ver de forma directa el volumen de sus ventas.
- ✓ El personal altamente capacitado, AQUAGUAYAS cuenta con instructores con licencia NSNI.

Oportunidades:

- ✓ La compañía en el ámbito de responsabilidad social no daña al medio ambiente ya que por medio de esta se involucrara a las personas para que tengan conciencia en cuanto a su entorno natural como es la flora y la fauna.
- ✓ Mercado no saturado, en cuanto a este análisis se ha podido identificar que dentro de la provincia del Guayas existen pocas escuelas que brindan dicho servicios, por lo que será una ventaja para AQUAGUAYAS dentro del mismo.

Debilidades:

- ✓ Se considera como una debilidad la falta de publicidad sobre deportes acuáticos en la ciudad de Guayaquil.

Amenazas:

- ✓ Una de las amenazas más frecuentes en los deportes acuáticos son los cambios climáticos, ya que se pueden clasificar con dos etapas como alta y baja.

4.10 Investigación de Mercado

4.10.1 Método

Para estar al tanto de lo que los clientes realmente necesitan, se realizara una investigación cualitativa establecida en la observación directa y a la vez cuantitativamente se usara las encuestas.

INVESTIGACION CUALITATIVA

Observación directa

La observación se ejecutó en la ciudad de Guayaquil, tanto en el centro, norte, sur y lugares aledaños a la ciudad con el fin de evaluar el comportamiento de los clientes potenciales. Este sondeo fue llevado a cabo en lugares estratégicos, donde se pudo adquirir información ventajosa para el estudio, obteniendo resultado favorable que la mayoría de personas están dispuestas e interesada en practicar deportes acuáticos.

En la gran mayoría de clientes, el único propósito practicar un deporte acuático en Guayaquil es recrear, mantenerse saludable y divertirse, presentando gran oportunidad de efectuar el proyecto, brindando un servicio con el cual las personas tendrán más opciones para divertirse dentro de la ciudad. En el proyecto la investigación cualitativa se ejecutó por medio de la observación directa, ya que por medio de esta se tiene un contacto más

cercano con los clientes o plaza, es por ellos que los resultados logrados se consideraran datos estadísticos originales. Una vez que se ejecuta este método en la investigación, se podrá considerar las necesidades, sugerencias y requerimientos de nuestro mercado.

INVESTIGACION CUANTITATIVA

Encuesta

Las encuestas serán utilizadas como instrumento de captación de información que colaboren a determinar las preferencias hacia el servicio que ofrece la empresa. Es decir, esta información ayudara para la creación y complementación del servicio que se ofrecerá. Gracias a las encuestas se puede estandarizar datos, permitiendo un análisis estadístico y procedimiento informático. Se ha seleccionado un grupo de personas idóneas para desarrollar la encuesta requerida.

La técnica de muestreo que se aplicará será la de muestreo estratificado, ya que esta se aplica para grupos que tienen características homogéneas, en este caso que practiquen buceo ya que no todos serán objeto de la misma.

El número de encuestas que se realizaran son de 382 encuestas a los clientes que se encuentren dentro de la ciudad de Guayaquil y sus alrededores como Samborondón y Duran. Las edades de los encuestados van desde los 12 hasta los 45 años. Al formular el cuestionario se consideró que debe ser corto y enfocado en preguntas sencillas, ya que de lo contrario se disminuye el porcentaje de respuestas. Una vez examinados los resultados se definirá el requerimiento de los encuestados como por ejemplo si les gusta la idea de la creación de una escuela donde la actividad principal es el buceo, si estarían dispuestos a practicar dicho deporte, si les parece apropiada su ubicación y si se encontrarían satisfechos con dicho servicio.

4.10.2 Diseño de la Investigación

4.10.2.1 Objetivos de la Investigación: General y Específicos (Temas que desean ser investigados)

Objetivos General:

Identificar los tipos de recreación y deportes acuáticos por el que tienen preferencia los clientes que residen en la ciudad de Guayaquil-Ecuador, que permita la ejecución de una escuela donde podrá aprender todos los conocimientos relacionados con la escuela de buceo.

Objetivos Específicos:

- Determinar el tamaño de mercado en la ciudad de Guayaquil.
- Establecer el nivel de gusto al servicio personalizado de acuerdo al contacto que se tendrá en la primera cita.
- Conocer el tipo de personas que le gusten realizar deportes acuáticos con frecuencia.
- Conocer los competidores directos e indirectos. (cliente fantasma)

4.10.2.2 Tamaño de la Muestra

La investigación se realizó en la ciudad de Guayaquil cuya población es de 3.645.483 habitantes, sin embargo se delimitó que sea entre hombres y mujeres de 12-45 años formando una población de 2.099.741 que abarca un 58.5% de población.

Tabla 10: Tamaño de la Muestra

ECUATORIANOS	16.027.000
Guayaquileños	3.645.483
12 a 45 años	2.099.741

Elaborado por: El Autor

La siguiente tabla enseña cómo se calculó el tamaño de la muestra: con una cantidad de 382 encuestas, analizando un nivel de confianza del 95% y un 5% de error.

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

Variables	Valores
Z	1,96
P	0,5
q = (1-p)	0,5
E	5%
N	2.099.741
N	382

Elaborado por: El Autor

4.10.2.3 Técnica de recogida y análisis de datos

Encuestas realizadas a ciudadanos que cumplen el perfil en la que la escuela está enfocada, para determinar las diferentes opiniones y actitudes.

4.10.2.3.1 Exploratoria (Entrevista preliminar, Observación, Grupo Focal, etc.)

Para la recolección y análisis de datos sobre la industria del buceo, se procederá a realizar encuestas en la ciudad de Guayaquil a personas tanto del sexo masculino y femenino.

4.10.2.3.2 Concluyente (Encuesta)

Se escogió esta herramienta para el análisis y la recolección de datos de 382 encuestados, personas entre hombres y mujeres de 12-45 años en el sector urbano de la ciudad de Guayaquil.

4.10.2.4 Análisis de Datos

Las encuestas realizadas para el análisis de datos, fueron realizadas en el transcurso de los meses Noviembre hasta Diciembre del 2015 y los meses Enero hasta Febrero del 2016, las encuestas dieron información de mucha importancia para el estudio del comportamiento de clientes potenciales. Las encuestas realizadas a 382 personas en la ciudad de Guayaquil tanto hombre como mujeres, pertenecientes a un estatus social medio-medio y medio-alto, proyectaron resultados notables que servirán al momento de analizar el comportamiento de nuestro mercado meta.

4.10.2.5 Resumen e interpretación de resultados

El resumen e interpretación de resultados fueron realizados por medio de un estudio de mercado, que se obtuvo a través de las encuestas los siguientes resultados:

1) **Datos Generales**

Datos Generales	
hombres	225
mujeres	175



Fuente: Universidad Católica

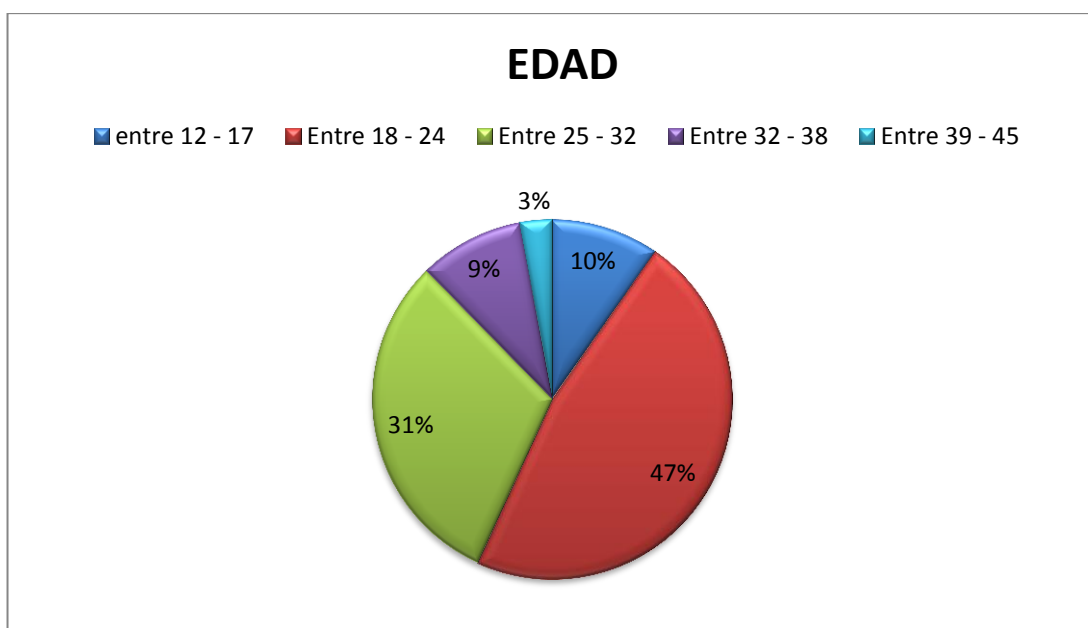
Elaborado por: El Autor

Según las encuestas realizadas la mayor parte de ellos son hombres abarcando con 56% mientras que el 44% son mujeres.

2 **¿Qué edad tiene?**

EDAD	CANTIDAD
entre 12 - 17	37
Entre 18 - 24	180
Entre 25 - 32	118
Entre 32 - 38	36

Entre 39 - 45	11
TOTAL	382



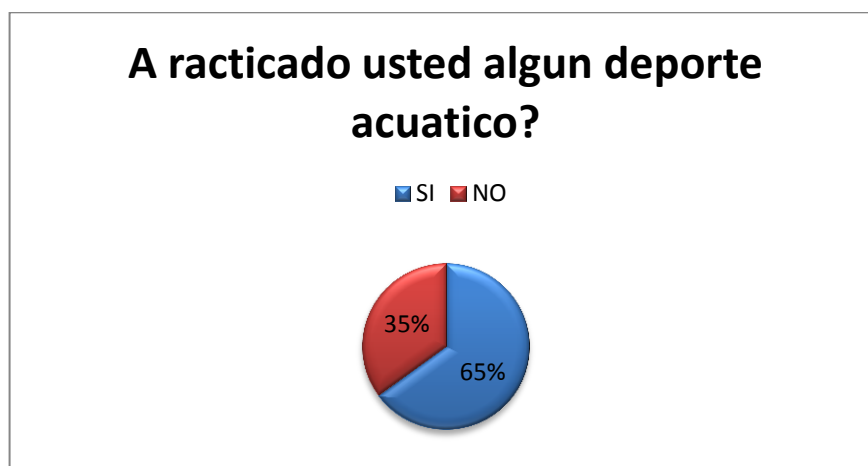
Fuente: Universidad Católica

Elaborado por: El Autor

De acuerdo a los resultados obtenidos por medios de las encuestas, podemos observar que los porcentajes más altos que son un 47% personas entre las edades de 18 a 24 años, 31% personas entre las edades de 25 a 32 años, obtuvimos porcentajes bajos de 10% que son entre 12 a 17 años, 9% entre 32 a 38 años y un 3% entre 39 a 45 años.

3. A practicado usted algún deporte acuático? si es No vaya a la 6ta pregunta

SI	248
NO	134



Fuente: Universidad Católica

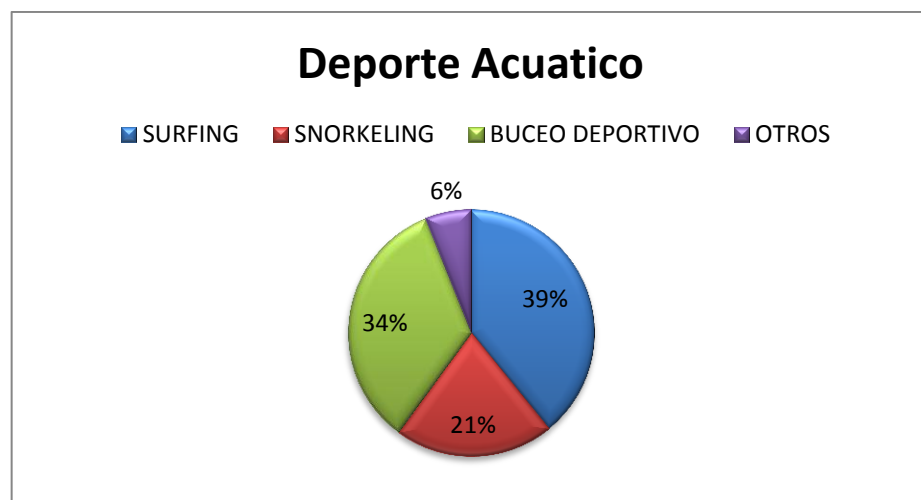
Elaborado por: El Autor

Como se puede apreciar en el grafico, la mayor cantidad de los encuestados con 65% que equivale a 248 personas si han practicado deportes acuáticos y el 35% que equivale a 134 personas no han practicado, siendo así que se les pregunto el motivo a las personas que no han practicado y algunas de ellas supieron responder que le tienen miedo al mar, otras que no saben nadar.

4. Que Deporte acuático?

DEPORTE	CANTIDAD
SURFING	97
SNORKELING	52
BUCEO	
DEPORTIVO	84
OTROS	15

TOTAL	248
-------	-----



Fuente: Universidad Católica

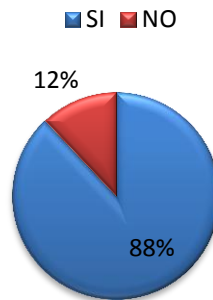
Elaborado por: El Autor

Como se puede analizar en el grafico este análisis solo es evaluado con la cantidad de las personas que respondieron SI en la pregunta #4 que equivale a 248 personas, siendo así que el Buceo deportivo tiene el segundo porcentaje más alto como deporte más practicado.

5. Te gustaría conocer sobre el Buceo?

SI	336
NO	46

Te gustaría conocer sobre el Buceo?



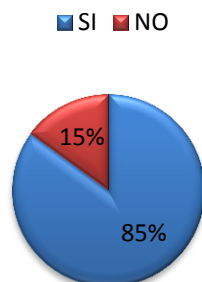
Fuente: Universidad Católica

Elaborado por: El Autor

6. Participarías en clases de Buceo? Si la respuesta es NO fin de la encuesta

SI	325
NO	57
TOTAL	382

Participarías en clases de Buceo?



Fuente: Universidad Católica

Elaborado por: El Autor

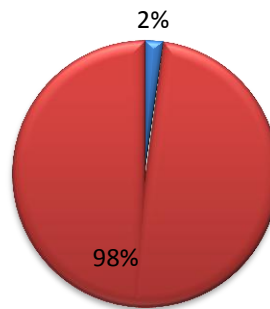
7 . Como evaluaría usted los siguientes puntos según la importancia dentro de la empresa

	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
<i>Servicio al cliente</i>	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input checked="" type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente
<i>Seguridad</i>	<input type="radio"/> Malo	<input checked="" type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente
<i>Equipo de Buceo</i>	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input checked="" type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente
<i>Profesionales calificados</i>	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input checked="" type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente
<i>Limpieza</i>	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input checked="" type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente
<i>Puntualidad</i>	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input checked="" type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente

Servicio al Cliente	
Malo	-
Regular	-
Bueno	-
Muy bueno	7
Excelente	318

Servicio al Cliente

■ Muy bueno ■ Excelente



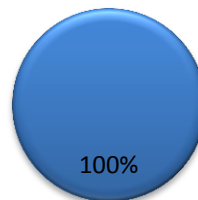
Fuente: Universidad Católica

Elaborado por: El Autor

Seguridad	
Malo	-
Regular	-
Bueno	-
Muy bueno	-
Excelente	325

Seguridad

■ - Excelente



Fuente: Universidad Católica

Elaborado por: El Autor

Equipo de Buceo	
Malo	-
Regular	-
Bueno	-
Muy bueno	-
Excelente	325



Fuente: Universidad Católica

Elaborado por: El Autor

Limpieza	
Malo	-
Regular	-
Bueno	-
Muy bueno	13
Excelente	312



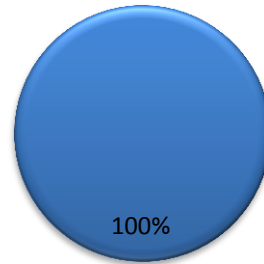
Fuente: Universidad Católica

Elaborado por: El Autor

Profesionales Calificados	
Malo	-
Regular	-
Bueno	-
Muy bueno	-
Excelente	325

Profesionales Capacitados

■ - Excelente



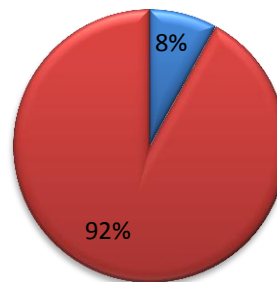
Fuente: Universidad Católica

Elaborado por: El Autor

Puntualidad	
Malo	-
Regular	-
Bueno	-
Muy bueno	26
Excelente	299

Puntualidad

■ Muy bueno ■ Excelente



Fuente: Universidad Católica

Elaborado por: El Autor

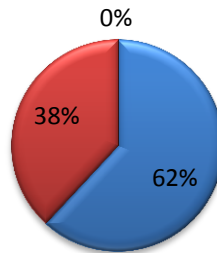
Como se puede apreciar en este punto se les hace una pregunta sobre los puntos que al cliente le gustaría que tengan más control y poder ofrecer un servicio de primera, los puntos que son es Servicio al Cliente que alcanzo un 98% excelente y 2% Muy bueno demostrando que la atención al cliente es lo primordial, Seguridad 100% siendo así que al cliente le gustaría estar en lugar seguro, Equipos de Buceo también alcanzo un 100% de excelente de la encuestas ya que al cliente le gustaría trabajar con equipos que este en un excelente estado, Profesional capacitado también obtuvo un 100% siendo así que al cliente le gustaría que la persona que los capacite tenga un amplio conocimiento, Limpieza alcanzo 96% excelente y 4% Muy bueno quedando en un rango que la escuela deberá tener el lugar en excelente estado y por último la Puntualidad alcanzando 92% excelente y 8% Muy Bueno.

8. A su Criterio, que valor estaría dispuesto usted pagar por un curso de Buceo?

	PRECIO
\$300 - \$350	201
\$350 - \$400	124
\$400 - \$ 450	-

A su criterio, que valor estaria dispuesto pagar por un curso de Buceo?

■ 200-250 ■ 250-300 ■ 300-350



Fuente: Universidad Católica

Elaborado por: El Autor

Como podemos apreciar en el grafico la mayor cantidad de los encuestados que equivale a 62% estaría dispuesto a pagar entre \$200 a \$250 dólares por los cursos, mientras que el otro 38% estaría dispuesto a pagar entre \$250 a \$300 dólares, siendo un mercado medio-medio a medio-alto.

4.10.3 Conclusiones de la Investigación de Mercado

Las encuestas arrojaron que un 65% de las personas si han practicado algún deporte acuático y un 35% dijeron que no lo han experimentado, obteniendo un porcentaje favorable de personas que ya han realizado una práctica en el agua. En cuanto a que deportes acuáticos han realizado se pudo obtener que el deporte con mayor frecuencia es el Surfing con un 39%, como segundo lugar de deportes con mayor frecuencia pudimos observar que los encuestados eligieron a buceo deportivo con un

34%, seguido de snorkeling con un 21% y otros deportes suelen ser menos atractivos dando como resultado un 6%.

Además se pudo obtener como resultados que un 88% están interesados en conocer sobre buceo lo que da un resultado muy atractivo para la investigación, y un 12% dijeron que no están interesados representado un porcentaje mínimo frente al 88% que dijeron si, otro porcentaje muy optimo es que el 85% participaría en las clases de buceo y un 12% que no.

En cuanto al tema de que características que más aprecian en la escuela de buceo, se obtuvieron varias con una valoración de excelencia del 100% estas fueron seguridad, equipo de buceo y profesionales capacitados siendo factores principales que hacen que el servicio sea consumido y recomendado. Finalmente el nivel de grado que presentan los encuestados es favorable, ya que es una propuesta atractiva y poca ofrecida en la ciudad de Guayaquil.

4.10.4 Recomendaciones de la Investigación de Mercado

De acuerdo a la conclusión antes realizada podemos recomendar los siguientes puntos:

- En base a los resultados obtenidos se pudo detectar que con el tiempo la escuela puede abarcar otro tipo de aprendizaje en deportes acuáticos, siendo un ejemplo snorkeling.
- Finalmente otro punto importante, es que se debe enseñar al cliente apreciar el servicio de calidad que la escuela brinda, para que de esta manera evalúe el costo pagado.

CAPÍTULO 5

PLAN DE MARKETING

CAPÍTULO 5

5. PLAN DE MARKETING

5.1 Objetivos: General y Específicos

Objetivo General:

Elaborar un plan de marketing que permita posicionarse en el mercado como la primera escuela de buceo en la ciudad de Guayaquil.

Objetivos específicos:

- ✓ Analizar la aceptación de los clientes hacia la idea de negocio.
- ✓ Alcanzar un crecimiento del 15% al 20% de ventas en el primer año.
- ✓ Captar la atención de nuevos clientes que busquen un deporte sano y atractivo.

5.1.1 Mercado Meta

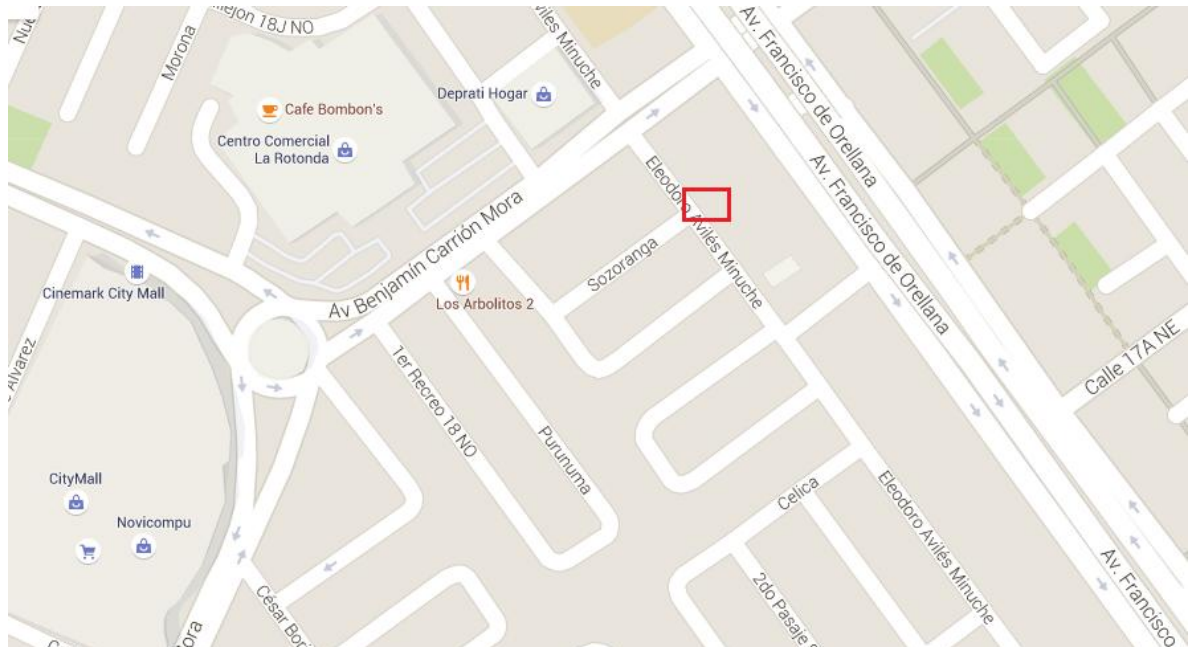
5.1.1.1 Tipo y Estrategias de Penetración

“AQUAGUAYAS” se utilizará como estrategia de penetración la de dar a conocer nuestros servicios y beneficios en la escuela de buceo, Por otra parte para alcanzar un reconocimiento en la mente del cliente, se hará un brindis de pre-inauguración donde se promocionara por medio de las redes sociales, se elegirán un número de personas en la que se deberán inscribir en la página web o por medio de las redes sociales para formar parte de los eventos exclusivos que la escuela organice, para que así compartan con los instructores y gente de la escuela sus enseñanzas, siendo así para que tengan su propio concepto de percepción y puedan hablar de la escuela a sus conocidos.

5.1.1.2 Cobertura

AQUAGUAYAS tendrá una cobertura en la ciudad de Guayaquil, especialmente para el sector Norte de la ciudad de Guayaquil como Urdesa, Garzota, Alborada, Ceibos etc. Ubicado en la alborada 6ta etapa Mz 670 solar 4, las calles son Av. Benjamín Carrión Mora y Eleodoro Avilés Minuche, por relacionarse de un sector socio-económico medio-alto, y también se espera llegar hasta la vía costa y vía Samborondón.

Ilustración 5: Cobertura



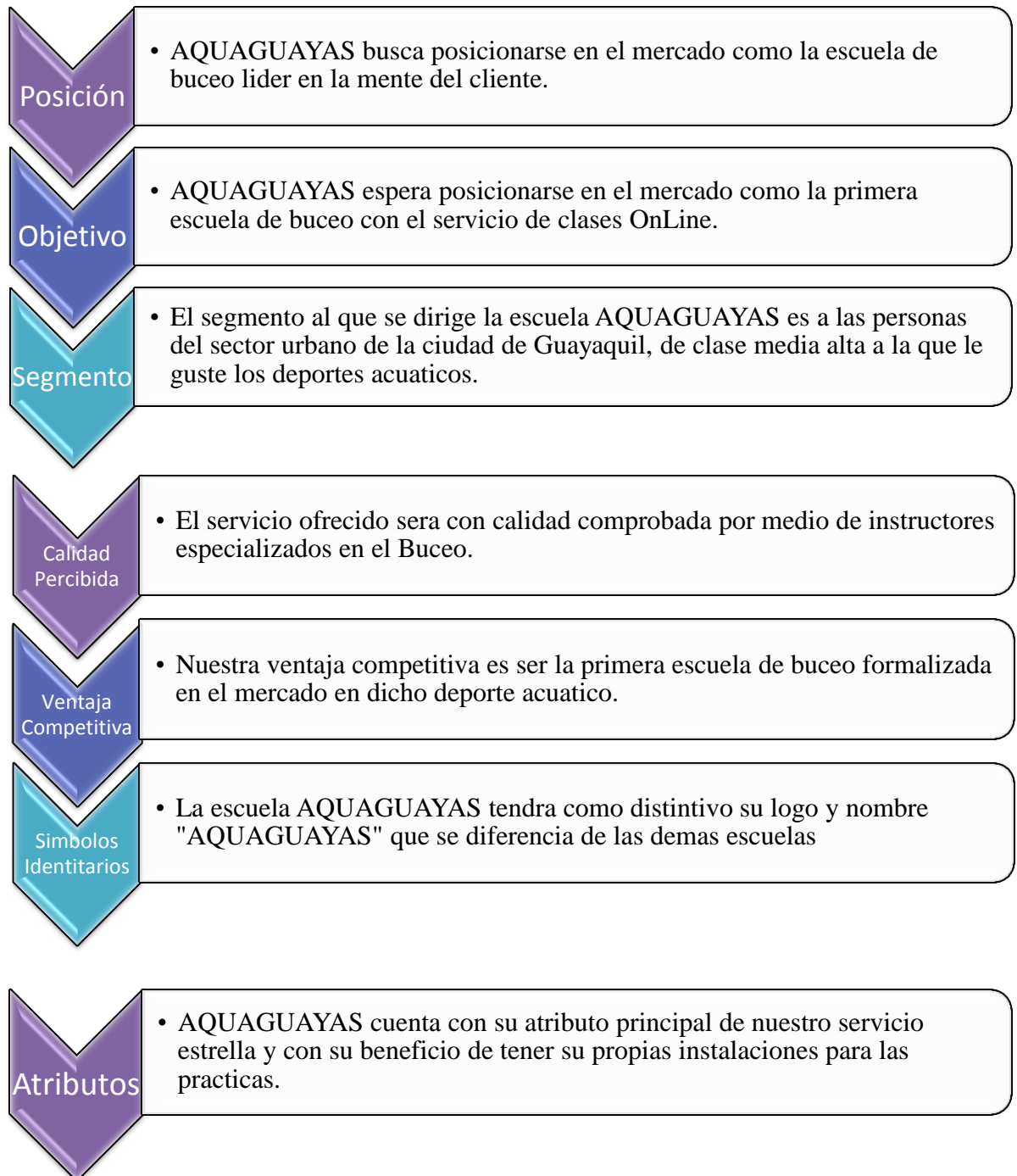
Fuente: Google Maps

Elaborado por: El Autor

5.2 Posicionamiento

5.2.1 Estrategia de Posicionamiento: Posición, Objetivo, Segmento, Atributos, Calidad Percibida, Ventaja Competitiva, Símbolos Identitarios.

Ilustración 6: Estrategia de Posicionamiento



Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

5.3 Marketing Mix.

5.3.1 Estrategia de Producto o Servicios.

AQUAGUAYAS es una escuela con una idea totalmente nueva en el mercado de la ciudad de Guayaquil, y por tal motivo busca posicionarse en la mente del consumidor y consumidores potenciales.

5.3.1.1 Descripción del Producto: Definición, Composición, Color, Tamaño, Imagen, Slogan, Producto Esencial, Producto Real, Producto Aumentado.

AQUAGUAYAS es una escuela que se especializara en la enseñanza de deportes acuáticos como lo es el Buceo, creada para las personas amantes a los deportes bajo el agua, busca ofrecer al mercado guayaquileño entre 12 a 45 años experimentar otro tipo de vida y alcanzar un mejor estilo de vida para la salud.

La escuela contara con espacio amplio para sus instalaciones que son en un terreno de 10m de ancho por 25m de largo, contando con una amplia sala de espera y recepción para atención al cliente, una aula para las futuras clases teóricas que el instructor dictara, contara con una amplia piscina de 7m de ancho y 9m de largo para dar las clases prácticas con el equipo necesario.



La escuela contará con las clases de buceo que se dividirán en 3 módulos como son:

- ✓ 6 horas de clases teóricas.



- ✓ 3 sesiones de clases en la piscina.



✓ 4 inmersiones en mar abierto.



El logo de la escuela, se caracterizará por tener una mezcla de colores y un diseño que transmite el concepto de lo que la escuela es en realidad, con estilo propio, innovador y algo totalmente nuevo para el cliente.

Ilustración 7: LOGO



Elaborado por: El Autor

Producto Esencial: El servicio que se brindara en la escuela será clases de buceo en las respectivas instalaciones, brindadas por instructores capacitados y certificados con licencias SNSI.

5.3.1.2 Adaptación o Modificación del Producto: Componente Central, Empaque y Servicio de Apoyo, Requerimientos del Cliente, Condiciones de Entrega, Transporte, Embalaje, etc.

La adaptación o modificación del servicio influirá de acuerdo al cliente específico, el cual decidirá las características y el servicio que desea, para de esa forma adquirir el servicio final, siendo así, el cliente tendrá toda la decisión en el caso que él tenga su propia piscina en su hogar y si el cliente quiere que las clases sean ahí el tendrá que ponerse de acuerdo con el instructor con horarios en las que el instructor no tenga clases dentro de la escuela para darle más facilidad al cliente.

El tipo de transporte se le dará a conocer al cliente antes de que pague el curso, que para finalizar las clases que son en mar abierto el cliente tendrá que ver sus posibilidades de trasladarse el mismo con el equipo completo que la escuela le ofrece para todas las clases que se necesitan, en el caso si el cliente desea que la escuela se encargue del transporte, se le cobrara un plus aparte.

5.3.1.3 Empaque: Reglamento del Mercado y Etiquetado

Aquaguayas no cuenta con empaque ya que este está caracterizado por ofrecer un servicio el cual contara con clases con instructores altamente capacitados por lo que el cliente final recibirá conocimientos que abarcan clases teóricas y prácticas dentro de la escuela, los mismo serán brindados

de una manera personalizada para asegurar que lleguen al objetivo de la empresa. Además es importante mencionar que la escuela contarán con su debido logo y publicidad de la empresa para que los clientes mantengan un mayor reconocimiento.

5.3.1.4 Amplitud y Profundidad de Línea

La escuela de buceo ofrecerá a sus clientes distintas clases prácticas y teóricas que abarcan con el conocimiento necesario de distintos temas sobre el deporte acuático, y los equipos necesarios para la práctica dentro de la escuela siendo estos sus productos principales.

5.3.1.5 Marcas y Submarcas

La escuela de buceo de acuerdo a su marca será reconocida única y exclusivamente, “Aquaguayas”. De acuerdo a su iniciación en sus actividades no se realizarán submarcas.

5.3.2 Estrategia de Precios

La estrategia de fijación de precios será usada de acuerdo a los precios que maneja la competencia directa, considerando que es una empresa que recién está entrando en el mercado.

5.3.2.1 Precios de la Competencia

Los competidores que ofrecen el mismo servicio son las siguientes escuelas ubicadas en la ciudad de Guayaquil que se demostraran los precios de la competencia en la siguiente tabla:

Tabla 11: Precios de la Competencia

COMPTENCIA	RANGO DE PRECIOS
Open Water Diver	\$ 600
Tortuga Divers	\$ 450
Bioelite	\$550

Elaborado por: El Autor

5.3.2.2 Poder Adquisitivo del Mercado Meta

El mercado meta de la empresa está conformado por todas las personas que les guste los deportes acuáticos, la conservación y contacto con la vida marina, además gustosos de explorar lugares poco frecuentados por personas y encantados por conocer distintos peces, arrecifes, y demás animales marinos, en conclusión, el mercado meta son los habitantes que vivan en la ciudad de Guayaquil o lugares aledaños de la misma, con un poder adquisitivo medio alto y sobre todo que estén en un rango de edad entre 12 a 45 años.

5.3.2.3 Políticas de Precio: Sobreprecio y Descuento, Márgenes Brutos de la Compañía, Precio al Menudeo (kilo, tonelada), Términos de Venta, Métodos de Pago.

La política de precios utilizada por la empresa es la que permita mantener la empresa en aumento obteniendo sus costos netos más un porcentaje de ingreso considerable. El acuerdo que mantendrá la escuela con el proveedor de los equipos es la de 50/50, se pagara la mitad el día del pedido y el otro 50 el momento de la entrega y supervisar que los equipos hayan llegado en buen estado, también se buscara un descuento para la compra siendo la cantidad necesaria que necesitamos del equipo de buceo, lo cual permitirá tener capital para poder dar las clases de buceo.

5.3.3 Estrategia de Plaza: Punto de Ventas

La estrategia de plaza de la empresa AQUAGUAYAS consiste en la selección de los lugares o punto de venta en donde venderán u ofrecerán los servicios a los consumidores. Algunas estrategias que se aplicaran son:

- ofrecer nuestros productos vía Internet, llamadas telefónicas, envío de correos, visitas a domicilio.
- hacer uso de intermediarios y, de ese modo, lograr una mayor cobertura de nuestros servicios, o aumentar nuestros puntos de ventas.

Se refiere a los medios de distribución o canales adecuados por lo cual el cliente podrá tener acceso a los productos que se ofrecen. Esto incluye: Puntos de venta o de atención, almacenamiento, formas de distribución, intermediarios, todo aquello con lo que la empresa garantizará que el consumidor pueda tener posesión del producto. Para ello se debe elaborar todo un plan acorde a la necesidades y recursos con los que cuenta

la empresa, los atributos del producto y cuál es el mercado meta que se pretende abarcar. (Marketing Digital, 2013).

Ilustración 8: Estrategia de Plaza



Fuente: Investigación.

Elaborado por: El Autor

5.3.3.1 Localización Macro y Micro

Macro localización.-

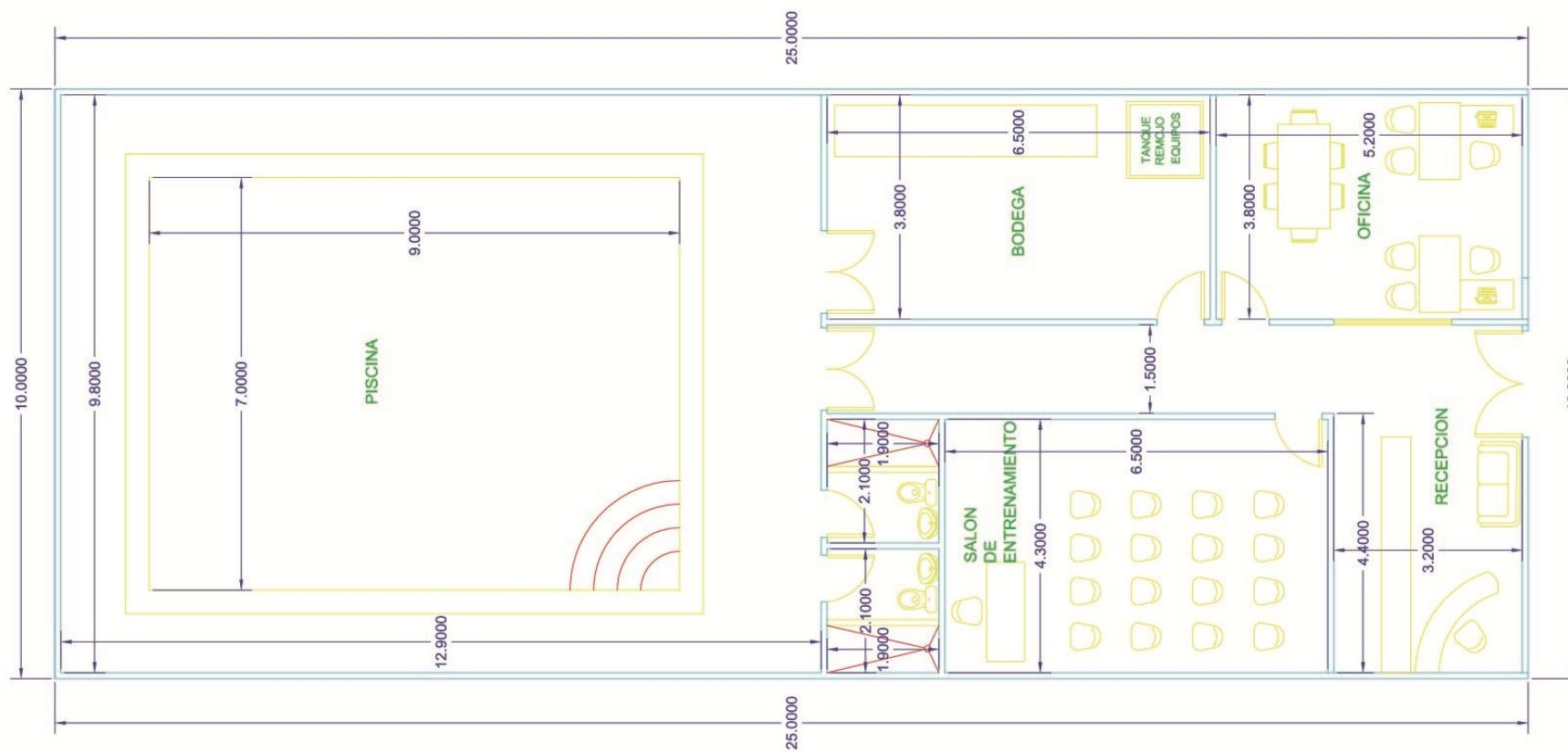
La escuela de Buceo AQUAGUAYAS específicamente se ubicara en la ciudad de Guayaquil, siendo esta ciudad una de las que tiene mayor comercio en el país.

Micro localización.-

La escuela AQUAGUAYAS estará ubicada en la Alborada por ser este un sector comercial específico con mayor movimiento.

5.3.3.1.1 Distribución del Espacio

6. Ilustración 9: Distribución del Espacio



La escuela AQUAGUAYAS tendrá su espacio físico y estará distribuido de la siguiente manera:

5.3.3.1.2 Merchandising

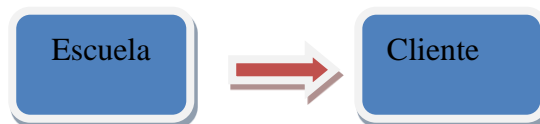
La escuela como estrategia de merchandising será de manejar su propia publicidad dentro del establecimiento donde estará ubicada, se maneja con flyers que se les darán a futuros clientes que entren a preguntar por nuestros servicios, etc.

5.3.3.2 Sistema de Distribución Comercial

5.3.3.2.2 Canales de Distribución: Minoristas, Mayoristas, Agentes, Depósitos y Almacenes.

AQUAGUAYAS establecerá el trato directamente con el cliente que requiera el servicio de las clases de Buceo.

Ilustración 10: Canales de Distribución



Elaborado por: El Autor

5.3.3.2.3 Penetración en los Mercados Urbanos y Rurales.

La escuela AQUAGUAYAS no aplicará sus operaciones en zonas rurales puesto que no es considerado su mercado meta.

5.3.3.2.4 Logística

La logística de entrada de los equipos necesarios para las clases de Buceo será llevado por los instructores de la escuela, ellos se encargaran de recibir y chequear que los equipos recibidos estén en buen estado. La escuela por ser una empresa que brinda un servicio, no habrán compras muy seguidas de equipo por que se establecerá cuidados y mantenimientos para el buen uso de los equipos, este será una compra a largo plazo, la siguiente compra será después de 3 años dependiendo del uso y mantenimiento de los trajes y equipo.

5.3.3.2.5 Red de Ventas

No aplica, debido a que la escuela AQUAGUAYAS desarrollará sus propias actividades en su lugar de comercialización.

5.3.3.2.6 Políticas de Servicio al Cliente: Pre-venta y Post-venta, Quejas, Reclamaciones, Devoluciones

Las políticas de servicio al cliente son unas de las más importantes para la compañía creando una lealtad en los clientes y atraer cada día más a futuros clientes:

- ✓ Ofrecer un servicio de calidad.

- ✓ Responder todas las inquietudes de los clientes de una manera rápida y educada.
- ✓ Hacer que la visita a las instalaciones sean una experiencia agradable.

5.3.4 Estrategias de Promoción

5.3.4.1 Estrategias ATL y BTL

ATL (Above The Line): La estrategia ATL será la de publicar todo sobre la compañía, promociones en medios como son revistas deportivas, TV o periódicos locales.

- ***La Revista***, una revista deportiva para jóvenes y adultos con temas variados. Dando información sobre la escuela y Presentando todos los servicios que se ofrecerán.

BTL (Below The Line): Esta estrategia será manejada a través de los medios no tradicionales, para así alcanzar a un sector específico. La compañía si efectuará varias estrategias BTL, entre las cuales hemos considerado las siguientes:

- ***Flyers:*** Se realizarán flyers de 16 cm x 22 cm para el lanzamiento de la escuela, con colores que distingan nuestra compañía, mostrando logo el cual nos diferenciara de las demás y dirección de la escuela, se realizara una logística para la repartición de los flyers, siendo entregados en centro comerciales como Mall del sol, San Marino, City mall, C.C La Rotonda, riocentro entre ríos, ceibos, norte, etc, también será hara un volanteo en las calles principales cerca de la escuela y también en calles como Francisco de Orellana, Víctor Emilio Estrada, 9 de Octubre entre otras.

5.3.4.2 Elaboración de Diseño y Propuesta Publicitaria: Concepto, Mensaje

AQUAGUAYAS establecerá una propuesta publicitaria donde la meta es posicionar el logo y los colores en la mente de los futuros clientes potenciales, así asocien nuestra marca.

El logo fue diseñado con la ayuda de un diseñador gráfico el cual la escuela pueda transmitir el concepto de lo que es en sí, un estilo totalmente diferente.

5.3.4.3 Promoción de Ventas

5.3.4.3.2 Venta Personal

AQUAGUAYAS maneja la venta personal por medio de sus empleados e instructores de la escuela, dando a conocer sus servicios y separando citas para así poder dar más información al cliente.

5.3.4.3.3 Trading: Exposiciones, Ferias Comerciales, Competiciones, Concursos y Premios, Descuentos, Primas por Objetivos, Muestras, Productos Gratuitos, Publicidad en el Punto de Venta, Publicidad y Promoción Cooperativa, Primas por objetivos, Distinciones, Otras.

AQUAGUAYAS establecerá una publicidad dentro de sus establecimientos con la entrega de flyers donde se obtenga toda la información necesaria sobre los servicios que brinda la compañía, además intentaremos realizar alianzas con distintos establecimientos que no sea el mismo servicio de la empresa, así podremos realizar un marketing diferente y dar a conocer diferentes empresas de diferentes servicios. Se buscarán las fechas donde se hagan ferias en el Centro de Convenciones Simón Bolívar de Guayaquil para que así la empresa se pueda ofrecer sus servicios y

brindar información a futuros clientes. Se harán promociones en diferentes meses del año, así ofreciendo descuentos o armar paquetes de ventas donde al cliente se le haga atractivo y económico.

5.3.4.3.4 Clienting: Muestras Gratuitas, Documentación Técnica, Obsequios, Asistencia a Congresos, Seminarios y Conferencias, Rebajas, Descuentos, Mayor Contenido de Producto por Igual Precio, Productos Complementarios Gratis o a Bajo Precio, Cupones o Vales Descuento, Concursos, Premios, Muestras, Degustaciones, Regalos, Otras.

Se establecerán diferentes formas para llamar la atención de los clientes:

- **Cupones:** Se le otorgará un cupón de descuento para los otros servicios que ofrece la escuela cuando compren el paquete de las clases de buceo, así se lo incentivara para que por medio de él otra persona se anime usar nuestro servicio.
- **Descuentos:** Se hará reducción al precio regular del servicio con descuento del 10%, cuando en el transcurso del curso se vea que el cliente atraiga a 5 personas más y venga recomendado por la persona que está tomando las clases de buceo, la devolución del 10% si es que el cliente logra hacerlo, se le dará al final del curso siendo efectivo, por medio de transferencia o por cheque.
- **Concursos o sorteos:** la escuela realizara sorteos o concursos por medio de las redes sociales para incentivar a los clientes la oportunidad de ganar cenas, conciertos, inmersiones gratis, etc.

- **Especialidades publicitarias:** la escuela regalara a sus clientes como plumas, gorras, llaveros, prendedores, vasos térmicos donde en cada uno de ellos ira grabado el logo e información que se pueda usar como publicidad para la compañía.

5.3.4.4 Publicidad

5.3.4.4.2 Estrategia de Lanzamiento

La estrategia de la escuela a usar es por medio de las redes sociales, revistas deportivas, presencia en ferias donde se podrá a conocer más sobre nuestro servicio directamente con el producto. Además el día de inauguración se mostraran videos para que el cliente se incentive.

5.3.4.4.3 Plan de Medios: Tipos, Costos, Rating, Agencias de Publicidad.

La compañía establecerá un plan de medios que se utilizara para dar a conocer nuestros servicios, por medio de los periódico locales, revistas deportivas, redes sociales sin dejar a un lado la publicidad de medios impresos como son los flyers y él envió a de e-mails , para lo cual se establecerá un valor que será pagado por publicidad.

5.3.4.4.4 Mindshare

La escuela AQUAGUAYAS se establecerá una meta en determinado tiempo para posicionarnos en redes sociales como uno de los primeros, siendo así si una persona va a buscar algo sobre clases de Buceo, que nuestra página web salga al inicio de su búsqueda, sabemos que para eso tendremos que buscar las palabras claves y realizar una página web con la información adecuada.

5.3.4.4.5 Relaciones Públicas

La compañía AQUAGUAYAS planificará y ejecutará meetings con escuelas de natación, seminarios sobre el buceo y sus beneficios, asesoría, estas se realizarán en las instalaciones de AQUAGUAYAS. Se darán a conocer dichas reuniones mediante publicaciones en la página web, por medio de envíos de email, dando a conocer toda la información necesaria. Además se involucrarán a buzos con otro tipo de nivel en estas para que así se obtenga una relación directa.

5.3.4.4.6 Marketing Relacional

AQUAGUAYAS realizará su marketing relacional el momento que se separe la cita y se le ofrezca servicio personalizado al cliente, además contaremos con una base de datos.

5.3.4.4.7 Gestión de Promoción Electrónica del Proyecto

5.3.4.4.7.1 Estrategias de E-Commerce , E-Business e E-Marketing

La empresa AQUAGUAYAS establecerá estrategias de E-commerce para aumentar ventas utilizando redes sociales, como estrategias se han establecido:

- Postear al menos 3 veces al día los servicios de la empresa en las redes sociales.
- Subir diariamente contenido valioso como promociones, noticias, imágenes, lo fundamental es que debe llamar la atención a los clientes.
- Elegir el mejor horario para postear.

Se establecerá estrategias de E-Business la cual se maneja por medio de preguntas online, donde se podrá acceder a cualquier inquietud que el cliente necesite, también se establecerán estrategias de E-Marketing se basarán en mailing y anuncios en redes sociales siendo las más óptimas opciones para la gestión de promoción electrónica del proyecto.

5.3.4.4.7.2 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Hoy en día nuestros competidores se encuentran actualizados con el mundo tecnológico por la cual les resulta fácil manejar cuentas como twitter, instagram o Facebook las cuales los clientes pueden acceder a información de una manera más rápida sobre los servicios y productos que este brinda, Aquaguayas se diferencia por contar con una página web que brinda información, imágenes y promociones actualizada para mantener a los clientes satisfechos.

5.3.4.4.7.3 Diseño e Implementación de la Página Web (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

Aquaguayas contara con una Página web , donde se podrá acceder a varios vínculos sobre datos generales de la Escuela de Buceo, así como también los clientes podrán hacer consultas y visitas virtuales .

- **Empresa:** descripción de la empresa, la misión, visión, valores y objetivos empresariales.
- **Servicio:** este módulo contara con imágenes donde podrá ser percibido visualmente las instalaciones de la escuela de buceo, capacitaciones, aulas, vestuarios, accesorios de buceo con su

respectiva descripción para el conocimiento de los interesados y futuros clientes además se presentará videos actuales de la práctica realizada por alumnos.

- **Contactos:** en este vínculo se facilitara un cuadro donde puedan solicitar información directamente y nos llegue al correo electrónico de la compañía, números telefónicos y dirección para que los clientes o proveedores tengan una facilidad de contactarse con la empresa.
- **Redes Sociales:** se contará con un hipervínculo para darle facilidad de acceder a nuestras redes sociales como son la fan page en facebook, instagram y la cuenta en twitter.
- **Servicio en Línea:** Los clientes pueden solicitar información adicional a la que pueden ver reflejada en la página web, además escribir sugerencias, comentarios, quejas y reclamos a cualquier hora del día.

Ilustración 11: Diseño de Página Web



Elaborado por: El Autor

5.3.4.4.8 Estrategias de Marketing a través de Redes Sociales

La escuela AQUAGUAYAS establecerá cuentas en diferentes redes sociales como son twitter, facebook, YouTube, con el objetivo de proporcionar información y dar a conocer de forma rápida a los clientes como son las promociones que establezca la compañía, los descuentos.

Las promociones por medio de la redes sociales como son facebook y twitter serán promociones especiales para futuros clientes, para todo esto tendremos que tener agregado a clientes potenciales y a clientes de la competencia.

- Ventas online sobre el servicio.
- Asociarse con otras compañías.

Ilustración 12: Estrategias de Marketing



Fuente: Google

Elaborado por: El Autor

5.3.4.4.8.1 Análisis de la Promoción Electrónica de los Competidores

Actualmente los competidores cuentan con diferentes redes sociales como son en twitter, instagram o Facebook donde se les da facilidad a los clientes que puedan obtener información sobre los servicios y productos que ofrecen.

5.3.4.4.8.2 Diseño e Implementación de Fans Pages, en Redes Sociales (Inglés-Español-Idioma del Mercado Meta)

La compañía facilitara la información sobre la misma, promociones de los servicios, por medio de las redes sociales con mayor reconocimiento en el medio como facebook, twitter e instagram, contara también con una fan page en facebook

Ilustración 13: Diseño de Fan Page



Elaborado por: El Autor

5.3.4.4.3 Marketing Social (en función de la Gestión de Responsabilidad Social Capítulo 4)

La escuela AQUAGUAYAS realizará campañas de marketing social como la donación de ropa y juguetes a fundaciones en días festivos. Para ello, se realizara un análisis completo que se mencionara en capítulos siguientes.

5.3.4.5 Ámbito Internacional

5.3.4.5.2 Estrategia de Distribución Internacional (solo aplica en caso de exportación)

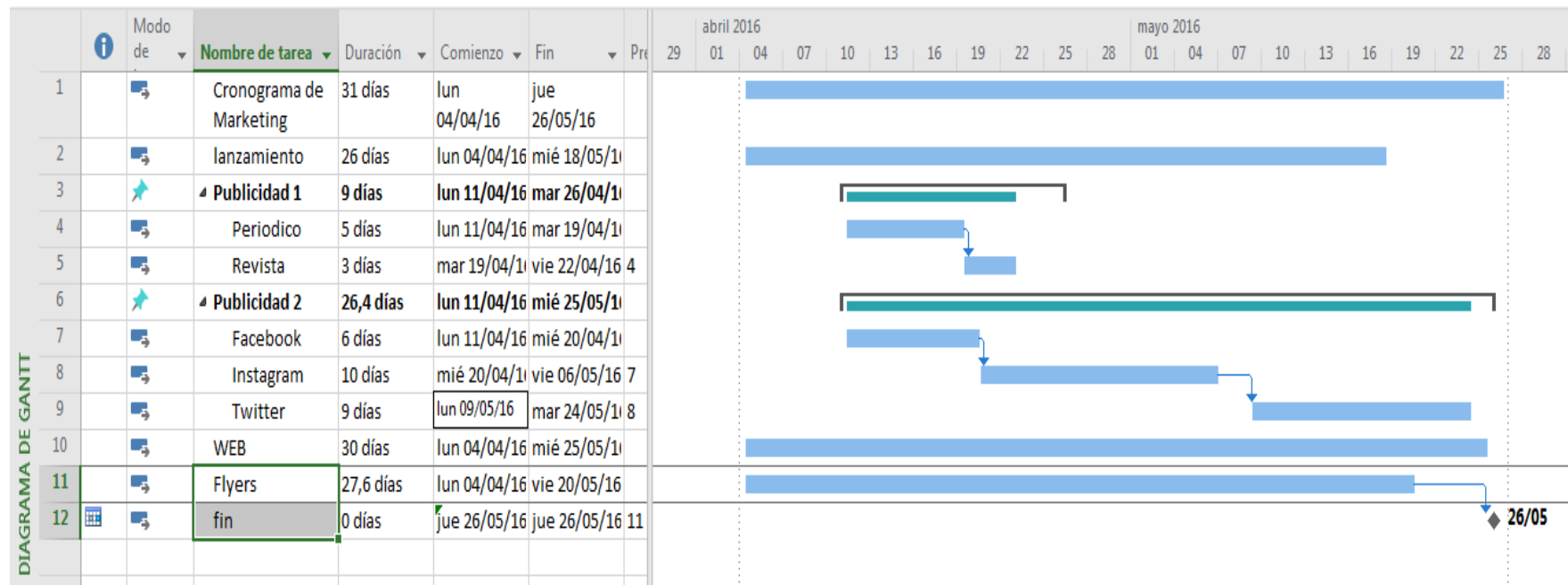
No establece estrategias de distribución internacional debido al modelo de negocio, estas se comercializará dentro de la ciudad de Guayaquil.

5.3.4.5.3 Estrategias de Precio Internacional

No establece estrategias de de precio internacional debido al modelo de negocio, estas se comercializará dentro de la ciudad de Guayaquil.

5.3.5 Cronograma (Calendario de Acción de la Campaña utilizar Projet)

Ilustración 14: Cronograma de Marketing



Elaborado por: El Autor

5.3.6 Presupuesto de Marketing: Costo de Venta, Costo de Publicidad y Promoción, Costo de Distribución, Costo del Producto, Otros.

El presupuesto de Marketing al que la compañía se va a establecer son los siguientes gastos: gastos de publicidad, página web, eventos a realizar.

Tabla 12: Presupuesto de Marketing

CUADRO DE PRESUPUESTO DE MARKETING		
PERIODOS	T1	
	MENSUAL	ANUAL
PUBLICIDAD	\$ 66,67	\$ 800,00
PAGINA WEB	\$ 25,00	\$ 300,00
EVENTOS	\$ 100,00	\$ 1.200,00
TOTAL GASTO DE VENTAS	\$ 191,67	\$ 2.300,00

Elaborado Por: el Autor

CAPÍTULO 6

PLAN DE OPERATIVO

CAPÍTULO 6

6 PLAN OPERATIVO

6.1 Producción.

6.1.1 Proceso Productivo

Proceso Productivo.-

En este proceso productivo tendremos dos procesos que manejaremos para la producción de ventas y para la producción de servicio de la compañía los mismos que constan de las siguientes etapas:

Proceso de ventas.-

- ✓ Inducción e información sobre el contenido del curso.
- ✓ Detectar la necesidad del cliente.
- ✓ Ofrecer un servicio de postventa.
- ✓ Creación de la base de clientes.
- ✓ Efectividad de la venta.
- ✓ Cierre de la venta.

Proceso de servicio.-

- ✓ Contar con el equipo y material necesario.
- ✓ Facilitar manual de instrucciones.
- ✓ Establecer programación de horarios.
- ✓ Clasificar por edades. (8 – 17 años) (17 – 45 años).
- ✓ Ingresar con el modulo teórico (duración 6 horas).
- ✓ Modulo de práctica en la piscina (duración 3 horas).
- ✓ Practica final en mar abierto (2 días – 4 inmersiones).
- ✓ Entrega de certificado.

6.1.2 Infraestructura: Obra Civil, Maquinarias y Equipos.

Para la infraestructura de la empresa será establecida en un local de 10 ancho x 25 metros de largo con costo de \$60.000 siendo un costo bajo para la compra, por el motivo que es un patrimonio familiar y estará distribuido de la siguiente manera:

Tabla 13: Distribución del Espacio de la Empresa

Cuarto de almacenamiento	4M x 5M
Oficina	4M x 7M
Baños mujeres	2M x 2,25M
Baños hombres	2M x 2,25M
Atención al público	4M x 6M
piscina	9M x 7M
cuarto de charlas	7M x 4,5M

Elaborado por: El Autor

Es totalmente necesario para una empresa poder contar también con muebles y equipos de oficina los que se detallan a continuación:

Tabla 14: Cuadro de Muebles de Oficina

Cantidad	DESCRIPCIÓN	Valor de Adquisición Individual	Valor de Adquisición Total
MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA			
2	ESCRITORIOS DE OFICINA	\$ 120,00	\$ 240,00
1	ARCHIVADORES	\$ 60,00	\$ 60,00
1	LAPTOP	\$ 650,00	\$ 650,00
1	TELEFONO INALAMBRICO	\$ 30,00	\$ 30,00
1	ROUTER	\$ 58,00	\$ 58,00
2	AIRE ACONDICIONADO SPLIT	\$ 600,00	\$ 1.200,00
1	IMPRESORAS CANON	\$ 250,00	\$ 250,00

2	SILLAS GIRATORIAS EJECUTIVAS	\$	35,00	\$	70,00
1	MESA RECTANGULAR	\$	89,00	\$	89,00
1	INFOCUS	\$	650,00	\$	650,00
1	DISPENSADORES DE AGUA	\$	35,00	\$	35,00
3	REPISAS	\$	60,00	\$	180,00
1	PIZARRA	\$	30,00	\$	30,00
10	SILLAS COMUNES	\$	23,00	\$	230,00
1	EXTINTOR DE INCENDIOS	\$	40,00	\$	40,00
1	SOFA	\$	500,00	\$	500,00
1	COMPUTADORA DE ESCRITORIO	\$	450,00	\$	450,00
1	SOFTWARE DE COBRANZA	\$	500,00	\$	500,00
TOTAL DE MUEBLES Y EQUIPOS DE OFICINA				\$	5.262,00

Elaborado por: El Autor

Tabla 15: Cuadro de Vehículo y Edificio

Descripción	Cant.
Terreno	1
Vehiculo	1

Elaborado por: El Autor

Tabla 16: Cuadro de Equipo de Buceo

Descripción	Cant
Equipos de buceo	20

Elaborado por: El Autor

- ✓ Traje de buceo
- ✓ Tanque de oxígeno.
- ✓ Mascara para buceo.
- ✓ Aletas de propulsión.
- ✓ Cinturón de plomo para hebilla de escape rápido.
- ✓ Botella de aire comprimido.
- ✓ Regulador de aire.

- ✓ Reloj de buceo.
- ✓ Boyarin con señalización de buceo.
- ✓ Escritorios, computadoras, sillas, equipos de oficina, etc.



6.1.3 Mano de Obra.

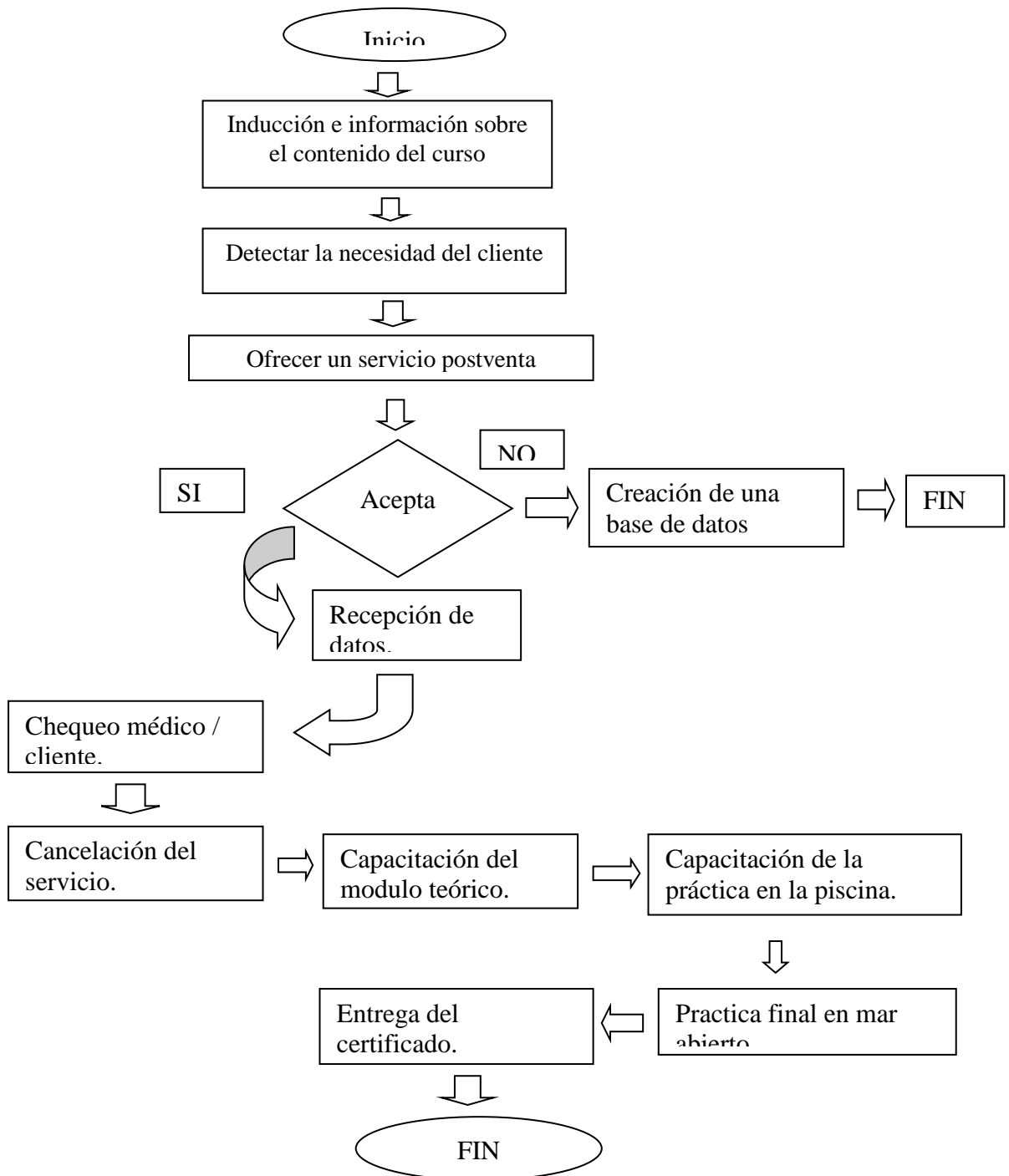
El personal que la empresa contratara estará distribuido en dos áreas administrativas y la del servicio, en la parte de atención al cliente todo el personal está capacitado para atender de una manera agradable y con el fin de ofrecer todos los beneficios de la empresa. El instructor se hará cargo de las clases tanto como la charla y la practica en la piscina.

6.1.4 Capacidad Instalada

- Analizar la capacidad de clientes que se puede dar por charla, obteniendo un grupo de unas 10 personas para que los clientes capten mejor el momento de la charla teórica y la charla practica, establecer horarios grupales y facilitándole al cliente horarios flexibles.
- Dos turnos en la mañana.
- Dos en la tarde.
- También se harán cursos los días sábados.

6.1.5 Flujogramas de Procesos

Ilustración 15: Flujograma de Procesos



Elaborado por: El Auto

6.1.6 Presupuesto

El presupuesto que necesitara la compañía para poder acceder a la compra maquinaria, equipos y materiales es de \$97.862.00 y se lo detalla a continuación:

Tabla 17: Presupuesto Proceso Productivo

Presupuesto	
descripción	Valor
edificio	\$ 60.000,00
vehículo	\$ 14.000,00
Muebles y Eq. De oficina	\$ 5.262,00
Equipo de Buceo	\$ 18.600,00
TOTAL	\$ 97.862,00

Elaborado por: El Autor

6.2 Gestión de Calidad

6.2.1 Procesos de planeación de calidad.

La empresa establecerá como planeación de calidad empleara el método de medición, la cual trata de un control de calidad, planeación de calidad y mejoramiento de calidad con el fin de ser evaluados durante la supervisión de procesos.

- ✓ Establecer un objetivo.
- ✓ Tener identificados a los clientes.
- ✓ Establecer las necesidades de los clientes.

6.2.2 Beneficios de las acciones proactivas.

Los beneficios que la compañía desea adquirir con una correcta aplicación, desempeño y compromiso de todas las actividades que están previstas a realizar por cada integrante y mejorando para bien de la compañía.

- ✓ Ofrecer un servicio de calidad a los clientes.
- ✓ Que el consumidor vea y perciba que estamos ofreciendo un servicio eficaz.
- ✓ Establecer un buen uso a los equipos para obtener un mejor rendimiento y provecho de ellos.

6.2.3 Políticas de calidad.

La compañía establecerá políticas de calidad que son:

- ✓ Los puestos de trabajo de la empresa son de carácter poli funcional, ningún empleado podrá negarse a cumplir una actividad en la que está debidamente capacitado.
- ✓ Mantener nuestra imagen.
- ✓ El cliente siempre tiene la razón.
- ✓ Atender al cliente es responsabilidad de todos los integrantes de la empresa, para lo cual deberán conocer todos los procedimientos a fin de orientarlos.
- ✓ Transparencia y honestidad: principios que guían nuestra conducta en el accionar comercial y operativo.
- ✓ Mantener una excelente higiene en la compañía, en la que será supervisada por empleados de la misma.

6.2.4 Procesos de control de calidad.

Llevado a cabo el plan de calidad antes mencionada, cada departamento trabajara colectivamente por el bienestar de la compañía y se realizaran auditorias para conocer si está aplicando las políticas y normas de calidad que la empresa estableció.

6.2.5 Certificaciones y Licencias.

Las certificaciones y licencias son documentos que acreditan a las compañías, debido a que el proyecto está en una etapa inicial no contara con certificaciones ISO para los primeros cinco años, por la tanto se proyectara a un futuro obtener dichas certificaciones y licencias.

6.2.6 Presupuesto.

A continuación se detalla el presupuesto de la gestión de calidad de la empresa:

Tabla 18: Presupuesto Gestión de Calidad

Mantenimiento de equipo.	\$ 250
Capacitación al personal.	\$ 500
Norma ISO 9001 (futuro)	\$ 5.000
TOTAL	\$ 5.750

Elaborado por: El Autor

6.3 Gestión Ambiental

6.3.1 Procesos de planeación ambiental

La compañía establecerá políticas ambientales que contribuyan el impacto del medio ambiente, estas son:

- ✓ Reciclaje.
- ✓ Uso de papel.
- ✓ Ahorro de energía.

6.3.2 Beneficios de las acciones proactivas

Los Beneficios que establecerá la compañía se verán apreciadas en el ahorro de energía y aplicando de una mejor manera el uso diario del papel. Se obtendrá mejores y grandes resultados con el reciclaje.

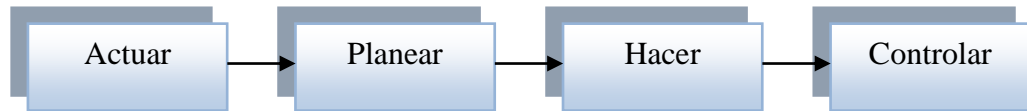
- ✓ Motivar a las empresas la protección ambiental.
- ✓ Inculcar a los trabajadores para una buena imagen de la empresa.

6.3.3 Políticas de protección ambiental.

Se establecerán políticas de protección ambiental, como incentivar y estimular a los clientes en una cultura diferente como la es del reciclaje, el correcto uso de los recursos, para crear valor y compromiso en los empleados.

6.3.4 Procesos de control de calidad.

Ilustración 16: Procesos de Control de Calidad



Elaborado por: El Autor

La compañía establecerá un proceso sencillo por tal motivo de que es una empresa que ofrece un servicio, se controlara las normas puestas por la empresa mediante al control externo antes mencionado.

6.3.5 Logística Verde.

La compañía se ha planteado:

- ✓ Disminuir el uso del papel.
- ✓ Usar en lo que más se pueda los medios digitales, enviando información necesaria o solicitada.
- ✓ No expulsara clase de gases ni sustancias químicas contaminantes.

6.3.6 Certificaciones y Licencias.

A pesar de que estas certificaciones y licencias son muy importantes, no contaremos con dichas certificaciones y licencias, por motivo que la empresa brinda un servicio y no requiere de maquinarias ni procesos que ocasionen directo al medio ambiente, se contemplara en un futuro obtenerlas.

6.3.7 Presupuesto.

No se incurrirá en gastos de política ambiental, por lo cual no se utilizarán certificaciones ni licencias.

6.4 Gestión de Responsabilidad Social.

6.4.1 Procesos de planeación del Modelo Empresarial de Responsabilidad Social.

El proceso tendrá como compromiso con la sociedad comenzando con los ayudantes atendiendo de la forma justa para así lograr y mantener un ambiente laboral agradable, la escuela AQUAGUAYAS participara en actividades sociales diferentes. Los primeros años de la empresa desarrollaremos labores por medio de colaboraciones no económicas. El plan de responsabilidad social que se llevara a cabo concursos dinámicos para eventos especiales como el día del niño, agasajos navideños, en fundaciones de la ciudad de Guayaquil.

Se harán campañas cada cierto tiempo en la empresa, donde se llevara a cabo distintas actividades, para tener un crecimiento en los clientes.

La compañía maneja distintas campañas que se organizaran como:

- ✓ Entrega de víveres
- ✓ Entrega de juguetes.
- ✓ Entrega de ropa.
- ✓ Donación de útiles escolares.
- ✓ Se podrá conversar con fundaciones donde hagan distintas actividades como tarjetas o stickers que las realicen los niños, entregando a la empresa para ser vendidas internamente y se

recolectara ese dinero para al finalizar los procesos establecidos entregarlo a fundaciones que las necesite.

6.4.2 Beneficios de las acciones proactivas.

Con las propuestas antes establecidas de responsabilidad social, se espera crear en la mente del cliente una imagen de una compañía responsable.

- ✓ Obtendremos beneficios no solo económicamente sino una buena imagen a la comunidad.
- ✓ Incentivar a las demás empresas o personas en ayudar al prójimo.
- ✓ Los clientes nos vean como ejemplos entre empresas del mismo servicio.

6.4.3 Políticas de protección social.

Las políticas de protección social que realizara la empresa serán:

- ✓ Ofrecer a los empleados un lugar agradable para trabajar.
- ✓ Fomentar la buena imagen de la empresa.
- ✓ Cumplir con la ley del "Código de Trabajo".

6.4.4 Certificaciones y Licencias.

De acuerdo con lo estipulado dentro del proyecto se encuentra en etapa de iniciación no obtendremos certificaciones y licencias correspondientes a la responsabilidad social.

6.4.5 Presupuesto.

Obtendremos un presupuesto destinado para dichas actividades sociales:

Tabla 19: Presupuesto de Responsabilidad Social

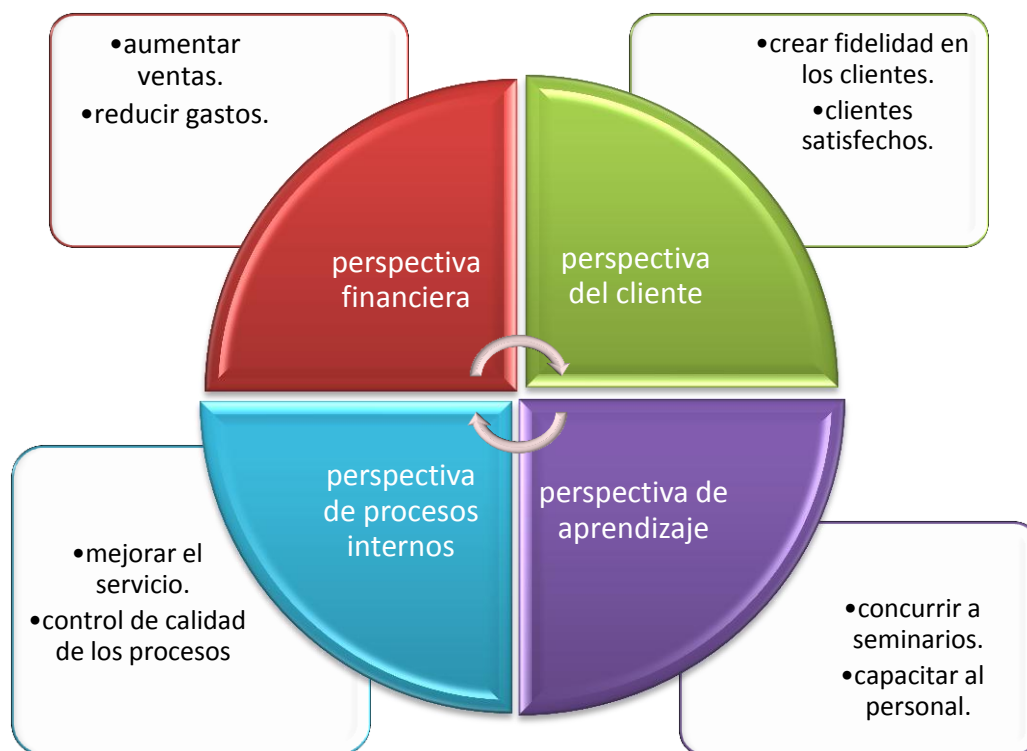
ACTIVIDADES	PRESUPUESTO
Animador	\$250
Refrigerios	\$200
TOTAL	\$450

Elaborado por: El Autor

6.5 Balanced Scorecard & Mapa Estratégic

Balanced Scorecard

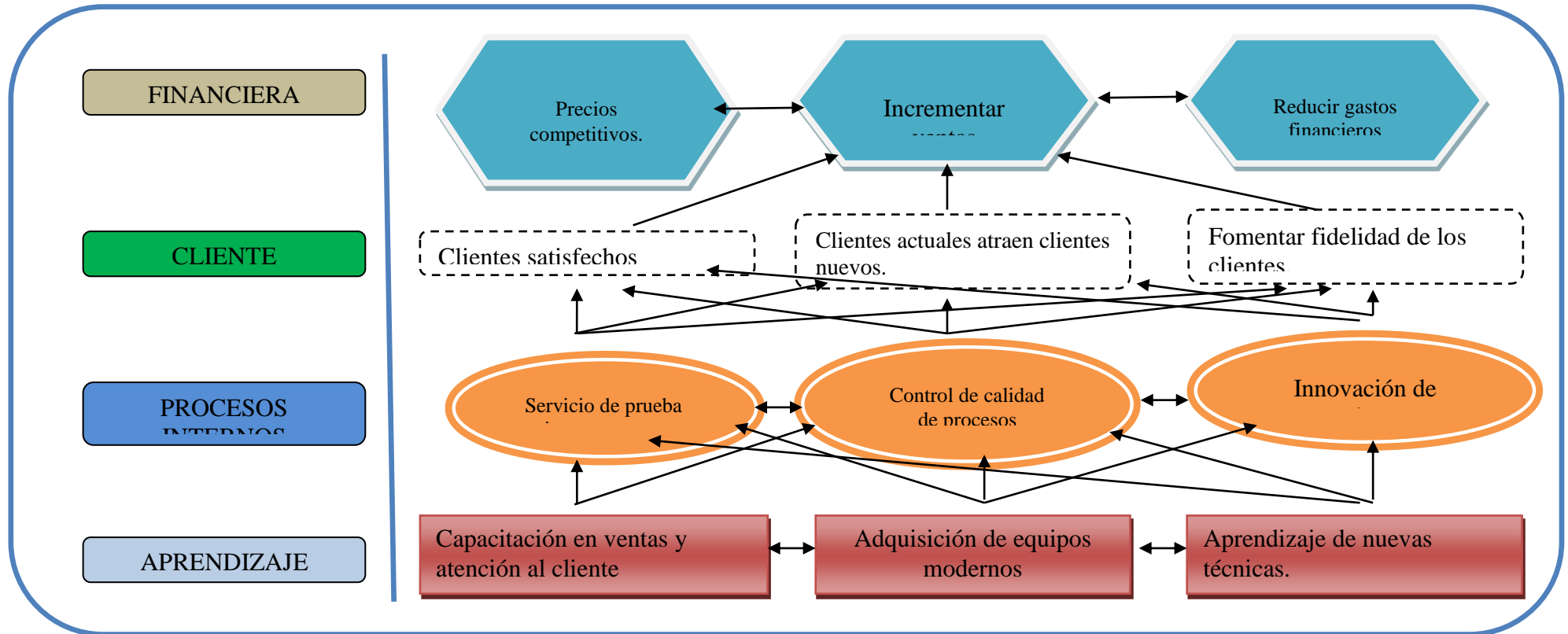
Ilustración 17: Balanced Scorecard



Elaborado por: El Auto

Mapa estratégico.-

Ilustración 18: Mapa Estratégico



Elaborado por: El Autor

6.6 Otros temas relacionados al plan operativo (tales como Estudio de Exportación, Construcción para un hotel, etc.)

No aplica.

CAPÍTULO 7

ESTUDIO ECONÓMICO- FINANCIERO- TRIBUTARIO

CAPÍTULO 7

7. ESTUDIO ECONÓMICO-FINANCIERO-TRIBUTARIO

7.1 Inversión Inicial

La compañía AQUAGUAYAS S.A. Necesita un monto de \$114.261.88 para la compra de sus bienes muebles e inmuebles, permisos, etc. A continuación los valores necesarios para iniciar el negocio:

Tabla 20: Inversión Inicial

CUADRO DETERMINACION EL MONTO DE INVERSION		
INVERSION FIJA	\$	97.862,00
INVERSION DIFERIDA	\$	9.800,00
INVENTARIO	\$	-
PERDIDA DE FLUJO PROYECTADO	\$	-
CONTINGENCIA	\$	6.599,88
total Monto de Inventario	\$	114.261,88

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.1.1 Tipo de Inversión

7.1.1.1 Fija

La compañía necesita una inversión fija en la cual se establecerá la compra de terreno, vehículo, equipo de oficina, equipos de buceo, los cuales se detallan en el siguiente cuadro:

Tabla 21: Inversión Fija

Inversión Fija	
descripción	Valor
edificio	\$ 60.000,00
vehículo	\$ 14.000,00
Muebles y Eq. De oficina	\$ 5.262,00
Equipo de Buceo	\$ 18.600,00
TOTAL	\$ 97.862,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.1.1.2 Diferida

La inversión diferida que necesita la compañía, se la detallara en la siguiente tabla:

Tabla 22: Inversión Diferida

INVERSIÓN DIFERIDA			
Descripción	Costo Unitario	Cantidad	TOTAL
DISEÑO DE PAGINA WEB	\$ 2.000,00	1	\$ 2.000,00
ADECUACION E INSTALACION	\$ 5.000,00	1	\$ 5.000,00
CONSTITUCION DE COMPAÑÍA	\$ 1.100,00	1	\$ 1.100,00
REGISTRO DE MARCA	\$ 200,00	1	\$ 200,00
PATENTE (NOMBRE DE LA EMPRESA)	\$ 450,00	1	\$ 450,00
PERMISOS MUNICIPALES Y BOMBEROS	\$ 300,00	1	\$ 300,00
AFILIACIÓN A LA CAMARA DE TURISMO	\$ 150,00	1	\$ 150,00
SEGUROS	\$ 600,00	1	\$ 600,00
TOTAL GASTOS DIFERIDOS			\$ 9.800,00

Fuente: Investigación
Elaborado por: El Autor

7.1.1.3 Corriente

La inversión corriente es el capital que la empresa debe contar para su funcionamiento. A continuación se detalla el valor correspondiente:

Tabla 23: Inversión Corriente

INVERSION CORRIENTE	
Capital de Trabajo (Inv. Corriente)	\$6.599,876

Fuente: Investigación
Elaborado por: El Autor

7.1.2 Financiamiento de la Inversión

7.1.2.1 Fuentes de Financiamiento

Las fuentes de financiamiento establecidas para llevar a cabo las operaciones en AQUAGUAYAS S.A. son dos: fuentes internas y fuente externa la cual se necesita una suma de **\$114.261.88** la cual se financian por medio de: fondos personales y préstamo a una institución financiera.

Fuente Interna:

Inversión propia que se divide en tres socios accionistas:

- Andrés Arias Granda
- Ana María Arias.
- Daniel Torre

Este da una suma por un monto de \$70.000,00 que representa el 61% de la inversión total.

Fuente Externa:

Se realizará un préstamo a la Corporación Financiera Nacional (CFN), de \$44.261,88 que equivale al 39% restante de la inversión total.

7.1.2.2 Tabla de Amortización

El préstamo se realizará a 10 años de plazo, con una tasa de interés del 9.01% anual que equivale al 4.51% semestral. Los pagos serán de \$2.304.47 semestrales, dando un total de \$4.602.93 al año, es decir que al final del decimo año se terminará pagando en total **\$ 46.029.31**

Tabla 24: Cuadro de Amortización

Año	Pago	Capital	Amortización	Interés	Dividendos
0	0	\$ 44.261,88	-	-	-
1	1	\$ 42.126,76	\$ 2.135,11	\$ 166,35	\$ 2.301,47
2	2	\$ 39.983,62	\$ 2.143,14	\$ 158,33	\$ 2.301,47
	3	\$ 37.832,43	\$ 2.151,19	\$ 150,27	\$ 2.301,47
3	4	\$ 35.673,15	\$ 2.159,28	\$ 142,19	\$ 2.301,47
	5	\$ 33.505,76	\$ 2.167,39	\$ 134,07	\$ 2.301,47
4	6	\$ 31.330,22	\$ 2.175,54	\$ 125,93	\$ 2.301,47
	7	\$ 29.146,50	\$ 2.183,72	\$ 117,75	\$ 2.301,47
5	8	\$ 26.954,58	\$ 2.191,92	\$ 109,54	\$ 2.301,47
	9	\$ 24.754,42	\$ 2.200,16	\$ 101,30	\$ 2.301,47
6	10	\$ 22.545,99	\$ 2.208,43	\$ 93,04	\$ 2.301,47

TASA SEMESTRAL

	11	\$ 20.329,26	\$ 2.216,73	\$ 84,74	\$ 2.301,47
7	12	\$ 18.104,20	\$ 2.225,06	\$ 76,40	\$ 2.301,47
	13	\$ 15.870,77	\$ 2.233,42	\$ 68,04	\$ 2.301,47
8	14	\$ 13.628,95	\$ 2.241,82	\$ 59,65	\$ 2.301,47
	15	\$ 11.378,71	\$ 2.250,24	\$ 51,22	\$ 2.301,47
9	16	\$ 9.120,01	\$ 2.258,70	\$ 42,76	\$ 2.301,47
	17	\$ 6.852,82	\$ 2.267,19	\$ 34,28	\$ 2.301,47
10	18	\$ 4.577,11	\$ 2.275,71	\$ 25,76	\$ 2.301,47
	19	\$ 2.292,85	\$ 2.284,26	\$ 17,20	\$ 2.301,47
	20	\$ 0,00	\$ 2.292,85	\$ 8,62	\$ 2.301,47
TOTAL			\$ 44.261,88	\$ 1.767,43	\$ 46.029,31

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor.

7.1.3 Cronograma de Inversiones

La compañía realizara un cronograma de inversiones, en la cual se lo detallara en el siguiente cuadro:

Tabla 25: Cronograma de Inversiones

CRONOGRAMA DE INVERSIONES				
ACTIVIDADES	TIEMPO			TOTAL A INVERTIR
	MES 1	MES 2	MES 3	
DISEÑO DE PAGINA WEB	\$ 2.000,00			\$ 2.000,00
ADECUACION E INSTALACION	\$ 5.000,00			\$ 5.000,00
CONSTITUCION DE COMPAÑÍA	\$ 1.100,00			\$ 1.100,00
REGISTRO DE MARCA	\$ 200,00			\$ 200,00
PATENTE (NOMBRE DE LA EMPRESA)	\$ 450,00			\$ 450,00
PERMISOS MUNICIPALES Y BOMBEROS	\$ 300,00			\$ 300,00
AFILIACIÓN A LA CAMARA DE TURISMO	\$ 150,00			\$ 150,00
SEGUROS	\$ 600,00			\$ 600,00
COMPRA DE EDIFICIO		\$ 60.000,00		\$ 60.000,00
COMPRA DE VEHICULO		\$ 14.000,00		\$ 14.000,00
COMPRA DE MUEBLES Y EQ DE OFICINA		\$ 5.262,00		\$ 5.262,00

COMPRA EQUIPO DE BUCEO		\$ 18.600,00		\$ 18.600,00
CONTINGENCIA			\$ 6.599,88	\$ 6.599,88
TOTAL A INVERTIR	\$ 9.800,00	\$ 97.862,00	\$ 6.599,88	\$ 114.261,88

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.2 Análisis de Costos

En este punto se analiza todos los egresos que surgieron para generar el proyecto, estos costos se dividen en costos fijos y costos variables, los cuales los costos fijos son aquellos que no dependen de nivel de producción o gestión del proyecto y estos son costos que se mantienen mayoritariamente permanente a través del tiempo, los costos variables o también llamados costos directos son aquellos que se relacionan directamente con la producción o en este caso el servicio, tienen una relación directa es decir a medidas que los servicios aumentan los costos variables también aumentan, en nuestro proyecto el costo variable son los costos de los instructores, del combustible, entre otros.

7.2.1 Costos Fijos

En los siguientes cuadros se establecerán los costos fijos que la compañía incurrirá para su operación:

Tabla 26: Costos Fijos (Gastos Administrativos)

CUADRO DE GASTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS						
PERIODOS	T1		T2	T3	T4	T5
	MENSUAL	ANUAL				
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 2.604,94	\$ 31.259,26	\$ 32.509,63	\$ 33.810,01	\$ 35.162,41	\$ 36.568,91
SERV. BASICOS	\$ 160,00	\$ 1.920,00	\$ 1.996,80	\$ 2.076,67	\$ 2.159,74	\$ 2.246,13
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00	\$ 3.244,80	\$ 3.374,59	\$ 3.509,58
LIMPIEZA	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 499,20	\$ 519,17	\$ 539,93	\$ 561,53
SUMINISTROS	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 249,60	\$ 259,58	\$ 269,97	\$ 280,77
CERTIFICACION	\$ 33,33	\$ 400,00	\$ 416,00	\$ 432,64	\$ 449,95	\$ 467,94
GASTOS DEPRECIACION	\$ 735,28	\$ 8.823,40	\$ 8.823,40	\$ 8.823,40	\$ 8.177,40	\$ 8.177,40
GASTOS DE AMORTIZACION	\$ 163,33	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.006,89	\$ 48.082,66	\$ 49.574,63	\$ 51.126,28	\$ 52.093,99	\$ 53.772,25

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

Tabla 27: Costos Fijos (Gastos Administrativos)

CUADRO DE GASTOS DE VENTAS PROYECTADAS						
PERIODOS	T1		T2	T3	T4	T5
	MENSUAL	ANUAL				
PUBLICIDAD	\$ 66,67	\$ 800,00	\$ 832,00	\$ 865,28	\$ 899,89	\$ 935,89
PAGINA WEB	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 312,00	\$ 324,48	\$ 337,46	\$ 350,96
EVENTOS	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.248,00	\$ 1.297,92	\$ 1.349,84	\$ 1.403,83
TOTAL GASTO DE VENTAS	\$ 191,67	\$ 2.300,00	\$ 2.392,00	\$ 2.487,68	\$ 2.587,19	\$ 2.690,67

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.2.2 Costos Variables

7.2.2.1 Costos de Producción

. A continuación se encuentran detallados los costos de producción:

Tabla 28: Costos de Producción

CUADRO DE COSTOS DIRECTOS DEL CURSO POR ALUMNO	
CERTIFICACION	\$ 55,00
MATERIALES DIDACTICOS	\$ 20,00
INSTRUCTOR	\$ 15,00
CAPITAN DE BARCO	\$ 2,00
COMBUSTIBLE/	\$ 1,00
EQUIPOS	\$ 5,00
DEPRECIACION DE BOTE	\$ 1,00
TOTAL	\$ 99,00

CUADRO DE COSTOS DIRECTOS INMERSION POR ALUMNO	
CAPITAN DE BOTE	\$ 2,00
INSTRUCTOR	\$ 8,00
EQUIPO	\$ 10,00
COMBUSTIBLE/LUBIRCANTES	\$ 2,00
DEPRECIACION DE BOTE	\$ 3,00
TOTAL	\$ 25,00

COSTO POR PASEO POR PERSONA	
CAPITAN DEL BOTE	\$ 2,00
DEPRECIACION/BOTE	\$ 1,00
COMBUSTIBLE/LUBRICANTES	\$ 2,00
TOTAL	\$ 5,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.3 Capital de Trabajo

7.3.1 Costos de Operación

Los costos de operación también son conocidos como costos de producción en la cual se detallan en el punto 7.2.2.1 de costos de producción.

7.3.2 Costos Administrativos

Los costos administrativos son gastos que la compañía tiene que cubrir, los cuales se podrán observar en el siguiente cuadro:

Tabla 29: Costos Administrativos

CUADRO DE COSTOS ADMINISTRATIVOS PROYECTADOS						
PERIODOS	T1		T2	T3	T4	T5
	MENSUAL	ANUAL				
SUELDOS Y SALARIOS	\$ 2.604,94	\$ 31.259,26	\$ 32.509,63	\$ 33.810,01	\$ 35.162,41	\$ 36.568,91
SERV. BASICOS	\$ 160,00	\$ 1.920,00	\$ 1.996,80	\$ 2.076,67	\$ 2.159,74	\$ 2.246,13
MANTENIMIENTO DE EQUIPOS	\$ 250,00	\$ 3.000,00	\$ 3.120,00	\$ 3.244,80	\$ 3.374,59	\$ 3.509,58
LIMPIEZA	\$ 40,00	\$ 480,00	\$ 499,20	\$ 519,17	\$ 539,93	\$ 561,53
SUMINISTROS	\$ 20,00	\$ 240,00	\$ 249,60	\$ 259,58	\$ 269,97	\$ 280,77
CERTIFICACION	\$ 33,33	\$ 400,00	\$ 416,00	\$ 432,64	\$ 449,95	\$ 467,94
GASTOS DEPRECIACION	\$ 735,28	\$ 8.823,40	\$ 8.823,40	\$ 8.823,40	\$ 8.177,40	\$ 8.177,40
GASTOS DE AMORTIZACION	\$ 163,33	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00
TOTAL GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 4.006,89	\$ 48.082,66	\$ 49.574,63	\$ 51.126,28	\$ 52.093,99	\$ 53.772,25

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.3.3 Costos de Ventas

Los costos de ventas son gastos que la compañía tiene que cubrir, los cuales se podrán observar en el siguiente cuadro:

Tabla 30: Costos de Ventas

CUADRO DE GASTOS DE VENTAS PROYECTADAS						
PERIODOS	T1		T2	T3	T4	T5
	MENSUAL	ANUAL				
PUBLICIDAD	\$ 66,67	\$ 800,00	\$ 832,00	\$ 865,28	\$ 899,89	\$ 935,89
PAGINA WEB	\$ 25,00	\$ 300,00	\$ 312,00	\$ 324,48	\$ 337,46	\$ 350,96
EVENTOS	\$ 100,00	\$ 1.200,00	\$ 1.248,00	\$ 1.297,92	\$ 1.349,84	\$ 1.403,83
TOTAL GASTO DE VENTAS	\$ 191,67	\$ 2.300,00	\$ 2.392,00	\$ 2.487,68	\$ 2.587,19	\$ 2.690,67

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.3.4 Costos Financieros

Los costos financieros son el interés del préstamo que la compañía va a solicitar y que se deberán pagar mensualmente, en el siguiente cuadro se podrá observar:

Tabla 31: Costos Financieros

COSTOS FINANCIEROS					
Años	2016	2017	2018	2019	2020
Pago por Intereses	\$ 166.35	\$ 308.60	\$ 276.26	\$ 243.68	\$ 210.85
2021	2022	2023	2024	2025	2026
\$ 177.77	\$ 144.45	\$ 110.87	\$ 77.04	\$ 42.96	\$ 8.62

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.4 Análisis de Variables Críticas

7.4.1 Determinación del Precio: Mark Up y Márgenes.

En el siguiente cuadro se detalla los ingresos que tendrá la empresa AQUAGUAYAS:

Tabla 32: Costos Financieros

CUADROS DE PRECIOS Y CANTIDADES DEMANDADAS AQUAGUAYAS		
CAPACIDAD/PERSONA		PRECIOS
CURSOS	50	\$ 400,00
INMERSIONES	80	\$ 70,00
PASEOS	160	\$ 10,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.4.2 Proyección de Costos e Ingresos en función de la proyección de Ventas.

A continuación se detalla los ingresos mensuales en AQUAGUAYAS S.A: hasta en estos cuadros sale plagio

Tabla 33: Costos Financieros

CUADRO DE INGRESOS PROYECTADOS DE LA EMPRESA AQUAGUAYAS (1ER AÑO)					
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
CURSOS	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 8.000,00	\$ 7.200,00
INMERSIONES	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00	\$ 2.100,00
PASEOS	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	\$ 300,00
TOTAL	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 12.500,00	\$ 9.600,00
	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
	\$ 6.000,00	\$ 6.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.000,00
	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 2.100,00
	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 600,00	\$ 400,00
	\$ 8.700,00	\$ 8.700,00	\$ 6.700,00	\$ 6.700,00	\$ 6.500,00
			NOVIEMBRE	DICIEMBRE	TOTAL
			\$ 4.000,00	\$ 6.000,00	\$ 73.200,00
			\$ 2.100,00	\$ 2.100,00	\$ 30.800,00
			\$ 400,00	\$ 400,00	\$ 7.900,00
			\$ 6.500,00	\$ 8.500,00	\$ 111.900,00

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

Tabla 34: Proyección de Costos

CUADRO DE COSTOS DIRECTOS PROYECTADOS DE LA EMPRESA AQUAGUAYAS (1ER AÑO)					
	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
CURSOS	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.980,00	\$ 1.782,00
INMERSIONES	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 1.250,00	\$ 750,00
PASEOS	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 150,00
TOTAL	\$ 3.730,00	\$ 3.730,00	\$ 3.730,00	\$ 3.730,00	\$ 2.682,00
	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE
	\$ 1.485,00	\$ 1.485,00	\$ 990,00	\$ 990,00	\$ 990,00
	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 750,00
	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 300,00	\$ 200,00
	\$ 2.535,00	\$ 2.535,00	\$ 2.040,00	\$ 2.040,00	\$ 1.940,00
	NOVIEMBRE	DICIEMBRE			
	\$ 990,00	\$ 1.485,00	\$ 18.117,00		
	\$ 750,00	\$ 750,00	\$ 11.000,00		
	\$ 200,00	\$ 200,00	\$ 3.950,00		
	\$ 1.940,00	\$ 2.435,00	\$ 33.067,00		

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.4.3 Análisis de Punto de Equilibrio

El punto de equilibrio es el punto en el cual los ingresos por ventas son suficientes para cubrir todos los costos sin generar utilidad ni pérdida. (Padilla Ramirez, 2008)

Tabla 35: Punto de Equilibrio

	CANTIDAD DE SERVICIOS PARA OFRECER ANUAL	CANTIDADES PROYECTADAS
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA CURSOS	109	183
PUNTO DE EQUILIBRIO PARA INMERSIONES	305	440
PUNTO DE EQUILIBRIO DE PASEOS	705	790

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.5 Entorno Fiscal de la Empresa

Las entidades reguladoras que la compañía se registrará son: Superintendencia de Compañías y Servicio de Rentas Internas (SRI).

7.5.1 Planificación Tributaria.

7.5.1.1 Generalidades (Disposiciones normativas)

La compañía deberá tener los costos necesarios para cubrir este rubro en la que la empresa tendrá al día los pagos tributarios.

7.5.1.2 Minimización de la carga fiscal

La compañía cuenta con gastos de depreciación y amortización para minimizar la carga fiscal, lo cuales la empresa tendrá reflejados en sus libros financieros.

7.5.1.3 Impuesto a la Renta

A continuación se detalla el pago de impuesto a la renta que la compañía deberá cancelar anualmente:

Tabla 36: Impuesto a la Renta

	T1	T2	T3	T4	T5
IMP/RENTA	\$ 5.371,39	\$ 5.443,68	\$ 5.619,04	\$ 5.900,69	\$ 6.044,04

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.5.1.4 Impuesto al Valor Agregado

El Impuesto al Valor Agregado (IVA) grava al valor de la transferencia de dominio o a la importación de bienes muebles de naturaleza corporal, en todas sus etapas de comercialización, así como a los derechos de autor, de propiedad industrial y derechos conexos; y al valor de los servicios prestados. Existen básicamente dos tarifas para este impuesto que son 12% y tarifa 0%. (SRI, 2015)

7.5.1.5 Impuestos a los Consumos Especiales

El impuesto a los consumos especiales es un impuesto que gravan algunos productos y servicios como cigarrillos, bebidas alcohólicas, entre otros. (Educativos, 2011) no aplica este impuesto por el motivo del negocio.

7.5.1.6 Impuestos, Tasas y Contribuciones Municipales

La compañía deberá pagar permisos que le van a permitir iniciar sus labores que son los impuestos, tasas y contribuciones municipales, estos permisos son los permisos municipales, permiso de bomberos, permiso de

funcionamiento, Imp. Prediales, entre otros permisos que la compañía necesita obligatoriamente establecer.

7.5.1.7 Impuestos al Comercio Exterior

La compañía por el modelo de negocio no aplica este impuesto.

7.5.1.8 Impuestos a la Salida de Divisas

La compañía por el modelo de negocio no aplica este impuesto.

7.5.1.9 Impuestos a los Vehículos Motorizados

La compañía por el modelo de negocio no aplica este impuesto.

7.5.1.10 Impuestos a las Tierras Rurales (aplica solo proyectos rurales)

La compañía por el modelo de negocio no aplica este impuesto.

7.6 Estados Financieros proyectados

7.6.1 Balance General Inicial

El Balance General Inicial desempeña un rol importante en la parte financiera, porque muestra la situación inicial del proyecto al comenzar sus operaciones. En el siguiente cuadro se muestra el Balance General del proyecto:

Tabla 37: Balance General Inicial

BALANCE GENERAL					
			<u>Pasivo Circulante</u>		\$ 2.135,11
<u>Activo Circulante</u>		\$ 6.599,88	CFN	\$ 2.135,11	
Caja/Banco	\$ 6.599,88				
			<u>Pasivo Largo Plazo</u>		\$ 42.126,76
<u>Propiedad Planta y Equipo</u>		\$ 97.862,00	CFN	\$ 42.126,76	
planta y equipo	\$ 97.862,00				
			TOTAL DE PASIVO		\$ 44.261,88
<u>Act. No Circulante</u>		\$ 9.800,00	<u>Patrimonio</u>		\$ 70.000,00
Diferido	\$ 9.800,00		Capital Social	\$ 70.000,00	
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 114.261,88	TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 114.261,88

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.6.2 Estado de Pérdidas y Ganancias

Es un documento contable en el que se resumen los resultados de una sociedad a lo largo de un periodo de tiempo, mediante el cual se determina el resultado global de la gestión. Es el que muestra los productos, rendimientos, ingresos, rentas, utilidades, ganancias, costos, gastos y perdidas correspondientes. (Fernando, 2012)

El estado de pérdidas y ganancias de la empresa se aprecia en la siguiente tabla:

Tabla 38: Pérdidas y Ganancias

cuadro de pérdidas y Ganancias proyectadas					
	T1	T2	T3	T4	T5
VENTAS	\$ 111.900,00	\$ 117.495,00	\$ 123.369,75	\$ 129.538,24	\$ 136.015,15
COSTO VARIABLE	\$ 33.067,00	\$ 36.109,16	\$ 39.431,21	\$ 43.058,88	\$ 47.020,29
UTILIDAD BRUTA(-)	\$ 78.833,00	\$ 81.385,84	\$ 83.938,54	\$ 86.479,36	\$ 88.994,85
GASTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 47.642,66	\$ 49.574,63	\$ 51.126,28	\$ 52.093,99	\$ 53.772,25
GASTOS DE VENTAS	\$ 2.300,00	\$ 2.392,00	\$ 2.487,68	\$ 2.587,19	\$ 2.690,67
UTILIDAD OPERACIONAL	\$ 28.890,34	\$ 29.419,21	\$ 30.324,59	\$ 31.798,18	\$ 32.531,93
GASTOS FINANCIEROS	\$ 166,35	\$ 308,60	\$ 276,26	\$ 243,68	\$ 210,85
UTILIDAD NETA(=)	\$ 28.723,99	\$ 29.110,61	\$ 30.048,33	\$ 31.554,51	\$ 32.321,08
REPARTICION A TRABAJADORES	\$ 4.308,60	\$ 4.366,59	\$ 4.507,25	\$ 4.733,18	\$ 4.848,16
UTILIDAD ANTES IMP.	\$ 24.415,39	\$ 24.744,02	\$ 25.541,08	\$ 26.821,33	\$ 27.472,92
IMP/RENTA	\$ 5.371,39	\$ 5.443,68	\$ 5.619,04	\$ 5.900,69	\$ 6.044,04
UTILIDAD DEL EJERCICIO	\$ 19.044,00	\$ 19.300,34	\$ 19.922,04	\$ 20.920,64	\$ 21.428,88

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1 Flujo de Caja Proyectado

El estado de flujo de efectivo proyectado muestra el plan de ingresos, egresos y saldos de efectivo proyectados. el flujo de efectivo proyectado es una herramienta básica para la administración financiero, con ello se planifica el uso eficiente de efectivo, manteniendo saldos razonablemente cercanos a las permanentes necesidades de efectivo. (SoloContabilidad, 2012)

Tabla 39: Caja Projectado

FLUJO DE EFECTIVO PROYECTADO						
PERIODO	T0	T1	T2	T3	T4	T5
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 19.044,00	\$ 19.300,34	\$ 19.922,04	\$ 20.920,64	\$ 21.428,88
Depreciacion	\$ -	\$ 8.823,40	\$ 8.823,40	\$ 8.823,40	\$ 8.177,40	\$ 8.177,40
Amortizacion	\$ -	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00
(-) Pago de Capital	\$ -	\$ 2.135,11	\$ 4.294,33	\$ 4.326,67	\$ 4.359,26	\$ 4.392,08
CFE(Cash Flow Equity)	\$ -	\$ 27.692,29	\$ 25.789,40	\$ 26.378,77	\$ 26.698,78	\$ 27.174,19
Monto de Inversion (capital propio) (-)	\$ 70.000,00					
Flujo Descontado	\$ 70.000,00	\$ 22.384,84	\$ 16.851,23	\$ 13.932,86	\$ 17.445,44	\$ 9.378,48

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1.1 Indicadores de Rentabilidad y Costo del Capital

7.6.2.1.1.1 TMAR

Está en función de costo del financiamiento, para descontar el flujo del accionista se utiliza como tasa de descuento el costo de oportunidad de este que es igual a la tasa mínima atractiva de retorno (TMAR).

Tabla 40: TMAR

RF	1,25%
B	1,19
RC	12,65%
RM	9,50%
Tasa del Accionista	23,72%

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1.1.2 VAN

La compañía mantiene un valor actual neto (VAN) positivo que se lo calcula sumando los flujos futuros traídos a tiempo actual menos la inversión inicial, en el que se puede observar en el siguiente cuadro:

Tabla 41: VAN

VAN	\$ 9.992,85
------------	-------------

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1.1.3 TIR

La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia del negocio y se expresa en porcentaje. También es conocida como Tasa crítica de rentabilidad cuando se compara con la tasa mínima de rendimiento requerida (tasa de descuento) para un proyecto de inversión específico. (Vaquiro, 2012)

La compañía tiene una TIR del 31.20% siendo rentable como negocio. Se puede observar en el siguiente cuadro:

Tabla 42: TIR

TIR	31,20%
------------	--------

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.6.2.1.1.4 PAYBACK

AQUAGUAYAS S.A. recuperará la inversión en un tiempo descontado de 4 años, podrán observar en el siguiente cuadro:

Tabla 43: PAYBACK

PERIODO DE RECUPERACION			
PERIODO	FLUJO DESCONTADO	MONTO DE INVERSION	MONTO A RECUPERAR
0		\$ 70.000,00	\$ 70.000,00
1	\$ 22.384,84		\$ 47.615,16
2	\$ 16.851,23		\$ 30.763,92
3	\$ 13.932,86		\$ 16.831,07
4	\$ 17.445,44		\$ (614,37)
5	\$ 9.378,48		\$ (9.992,85)

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.7 Análisis de Sensibilidad Multivariable o de Escenarios Múltiples

El análisis de sensibilidad sirve para determinar si el proyecto sigue siendo factible a pesar de fluctuar variables que se denominan críticas, tales como producción, precio, costo. En este caso se hizo el análisis de sensibilidad a la producción y se determinó que el proyecto puede disminuir de la producción inicial supuesta hasta el 6% de sus valores originales y el proyecto sigue factible, a continuación se muestra el flujo que salió como resultado al fluctuar las cantidades hasta la disminución del 6%, cabe recalcar que las otras variables críticas tales como precio, costo y crecimiento se mantuvieron constantes.

A continuación la evaluación de 2 posibles eventos:

Escenario 1.- sensibilidad a la fluctuación en el precio

Se puede observar que el precio puede bajar hasta 4,3% y se mantienen todas las variables constantes, producción, crecimiento, costos.

Tabla 44: Análisis de Sensibilidad

FLUJO DE EFECTIVO DEL ACCIONISTA sensibilidad a la fluctacion en el precio						
PERIODO	T0	T1	T2	T3	T4	T5
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 15.848,52	\$ 16.232,40	\$ 16.687,56	\$ 17.511,26	\$ 17.835,85
Depreciacion	\$ -	\$ 8.383,40	\$ 8.383,40	\$ 8.383,40	\$ 7.737,40	\$ 7.737,40
Amortizacion	\$ -	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00
(-) Pago de Capital	\$ -	\$ 1.911,52	\$ 3.848,17	\$ 3.881,91	\$ 3.915,95	\$ 3.950,29
CFE(Cash Flow Equity)	\$ -	\$ 24.280,40	\$ 22.727,63	\$ 23.149,04	\$ 23.292,71	\$ 23.582,96
Monto de Inversion (capital propio) (-)	\$ 70.000,00					
Flujo Descontado	\$ 70.000,00	\$ 19.626,87	\$ 14.850,62	\$ 12.226,96	\$ 15.219,85	\$ 8.139,06

VAN	\$ 63,36
-----	----------

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

Escenario 2.- análisis de sensibilidad a los costos directos

Los costos pueden subir hasta un 13% manteniendo producción, precio y crecimiento constante.

Tabla 45: Análisis de Sensibilidad

FLUJO DE EFECTIVO DEL ACCIONISTA(analisis de sensibilidad a los costos directos)						
PERIODO	T0	T1	T2	T3	T4	T5
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 16.188,63	\$ 16.469,82	\$ 16.806,13	\$ 17.493,02	\$ 17.660,83
Depreciacion	\$ -	\$ 8.383,40	\$ 8.383,40	\$ 8.383,40	\$ 7.737,40	\$ 7.737,40
Amortizacion	\$ -	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00
(-) Pago de Capital	\$ -	\$ 1.911,52	\$ 3.848,17	\$ 3.881,91	\$ 3.915,95	\$ 3.950,29
CFE(Cash Flow Equity)	\$ -	\$ 24.620,51	\$ 22.965,05	\$ 23.267,62	\$ 23.274,47	\$ 23.407,93
Monto de Inversion (capital propio) (-)	\$ 70.000,00					
Flujo Descontado	\$ 70.000,00	\$ 19.901,79	\$ 15.005,75	\$ 12.289,59	\$ 15.207,93	\$ 8.078,65

VAN	\$ 483,72
------------	------------------

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.7.1 Productividad.

Las cantidades pueden disminuir hasta un 6% en relación a las originales y el proyecto sigue siendo factible.

Tabla 46: Productividad

FLUJO DE EFECTIVO DEL ACCIONISTA(analisis de sensibilidad a la fluctacion de la produccion)						
PERIODO	T0	T1	T2	T3	T4	T5
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 15.902,70	\$ 16.344,54	\$ 16.865,63	\$ 17.764,12	\$ 18.173,29
Depreciacion	\$ -	\$ 8.383,40	\$ 8.383,40	\$ 8.383,40	\$ 7.737,40	\$ 7.737,40
Amortizacion	\$ -	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00
(-) Pago de Capital	\$ -	\$ 1.911,52	\$ 3.848,17	\$ 3.881,91	\$ 3.915,95	\$ 3.950,29
CFE(Cash Flow Equity)	\$ -	\$ 24.334,58	\$ 22.839,77	\$ 23.327,12	\$ 23.545,56	\$ 23.920,40
Monto de Inversion (capital propio) (-)	\$ 70.000,00					
Flujo Descontado	\$ 70.000,00	\$ 19.670,66	\$ 14.923,89	\$ 12.321,02	\$ 15.385,07	\$ 8.255,52

VAN	\$ 556,16
-----	-----------

Fuente: Investigación
Elaborado por: El Autor

7.7.2 Precio Mercado Local

La compañía no realizara este análisis por el motivo que no afectara a la empresa.

7.7.3 Precio Mercado Externo

La compañía no realizara este análisis por el motivo que no afectara a la empresa.

7.7.4 Costo de Materia Prima

La compañía no realizara este análisis por el motivo que no afectara a la empresa.

7.7.5 Costo de Materiales Indirectos

La compañía no realizara este análisis por el motivo que no afectara a la empresa.

7.7.6 Costo de Suministros y Servicios

La compañía no realizara este análisis por el motivo que no afectara a la empresa.

7.7.7 Costo de Mano de Obra Directa

La compañía no realizara este análisis por el motivo que no afectara a la empresa.

7.7.8 Costo de Mano de Obra Indirecta

La compañía no realizara este análisis por el motivo que no afectara a la empresa.

7.7.9 Gastos Administrativos

Los gastos administrativos pueden incrementar hasta un 40% con relación al gasto original y el proyecto sigue siendo factible.

Tabla 47: Gastos Administrativos

FLUJO DE EFECTIVO DEL ACCIONISTA(sensibilidad a la fluctacion a los gastos administrativos)						
PERIODO	T0	T1	T2	T3	T4	T5
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 6.151,14	\$ 19.582,07	\$ 20.204,70	\$ 21.204,27	\$ 21.713,51
Depreciacion	\$ -	\$ 8.383,40	\$ 8.383,40	\$ 8.383,40	\$ 7.737,40	\$ 7.737,40
Amortizacion	\$ -	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00
(-) Pago de Capital	\$ -	\$ 1.911,52	\$ 3.848,17	\$ 3.881,91	\$ 3.915,95	\$ 3.950,29
CFE(Cash Flow Equity)	\$ -	\$ 14.583,02	\$ 26.077,30	\$ 26.666,19	\$ 26.985,71	\$ 27.460,61
Monto de Inversion (capital propio) (-)	\$ 70.000,00					
Flujo Descontado	\$ 70.000,00	\$ 11.788,07	\$ 17.039,35	\$ 14.084,67	\$ 17.632,92	\$ 9.477,33

VAN	\$ 22,34
-----	----------

Fuente: Investigación
Elaborado por: El Autor

7.7.10 Gastos de Ventas

La compañía tiene un posible crecimiento de las ventas pueden alcanzar hasta un 940%.

Tabla 48: Gastos de Ventas

FLUJO DE EFECTIVO DEL ACCIONISTA(analisis de sensibilidad a la fluctacion a los gastos de ventas)						
PERIODO	T0	T1	T2	T3	T4	T5
Utilidad del Ejercicio	\$ -	\$ 6.229,51	\$ 19.582,07	\$ 20.204,70	\$ 21.204,27	\$ 21.713,51
Depreciacion	\$ -	\$ 8.383,40	\$ 8.383,40	\$ 8.383,40	\$ 7.737,40	\$ 7.737,40
Amortizacion	\$ -	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00	\$ 1.960,00
(-) Pago de Capital	\$ -	\$ 1.911,52	\$ 3.848,17	\$ 3.881,91	\$ 3.915,95	\$ 3.950,29
CFE(Cash Flow Equity)	\$ -	\$ 14.661,39	\$ 26.077,30	\$ 26.666,19	\$ 26.985,71	\$ 27.460,61
Monto de Inversion (capital propio) (-)	\$ 70.000,00					
Flujo Descontado	\$ 70.000,00	\$ 11.851,42	\$ 17.039,35	\$ 14.084,67	\$ 17.632,92	\$ 9.477,33

VAN	\$ 85,69
-----	----------

los gastos de ventas pueden incrementar un 940%

Fuente: Investigación
Elaborado por: El Autor

7.7.11 Inversión en Activos Fijos.

La compañía no realizara este análisis por el motivo que no afectara a la empresa.

7.7.12 Tasa de interés promedio (puntos porcentuales).

La compañía no realizara este análisis por el motivo que no afectara a la empresa.

7.8 Balance General

El balance general de la empresa analiza la situación actual de cada año proyectado, a continuación se lo detalla en el siguiente cuadro:

Tabla 49: Balance General

BALANCE GENERAL							
		T0	T1	T2	T3	T4	T5
Activo Circulante		\$ 6.599,88					
Caja/Banco	\$ 6.599,88		\$ 34.292,17	\$ 60.081,57	\$ 86.460,34	\$ 113.159,12	\$ 140.333,31
Propiedad Planta y Equipo		\$ 97.862,00					
planta y equipo	\$97.862,00		\$ 97.862,00	\$ 97.862,00	\$ 97.862,00	\$ 97.862,00	\$ 97.862,00
depreciacion acumulada			\$ 8.823,40	\$ 17.646,80	\$ 26.470,20	\$ 34.647,60	\$ 42.825,00
Act. No Circulante		\$ 9.800,00					
Diferido	\$ 9.800,00		\$ 9.800,00	\$ 9.800,00	\$ 9.800,00	\$ 9.800,00	\$ 9.800,00
Amortizacion Acumulada			\$ 1.960,00	\$ 3.920,00	\$ 5.880,00	\$ 7.840,00	\$ 9.800,00
TOTAL DE ACTIVOS		\$ 114.261,88	\$ 131.170,77	\$ 146.176,77	\$ 161.772,14	\$ 178.333,52	\$ 195.370,31
Pasivo Circulante		\$ 2.135,11					
CFN	\$ 2.135,11		\$ 4.294,33	\$ 4.326,67	\$ 4.359,26	\$ 4.392,08	\$ 4.425,16
Pasivo Largo Plazo		\$ 42.126,76					

CFN	\$42.126,76		\$ 37.832,43	\$ 33.505,76	\$ 29.146,50	\$24.754,42	\$ 20.329,26
TOTAL DE PASIVO		\$ 44.261,88	\$ 42.126,76	\$ 37.832,43	\$ 33.505,76	\$ 29.146,50	\$ 24.754,42
Patrimonio		\$ 70.000,00					
Capital Social	\$ 70.000,00		\$ 89.044,00	\$ 108.344,34	\$ 128.266,38	\$ 149.187,02	\$ 170.615,90
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 114.261,88	\$ 131.170,77	\$ 146.176,77	\$ 161.772,14	\$178.333,52	\$ 195.370,31

Fuente: Investigación
Elaborado por: El Autor

7.8.1 Razones Financieras

Las razones financieras son indicadores utilizados en el mundo de las finanzas para medir o cuantificar la realidad económica y financiera de una empresa o unidad evaluada, y su capacidad para asumir las diferentes obligaciones a que se haga cargo para poder desarrollar su objeto social.(Gerencie.com)

7.8.1.1 Liquidez

La liquidez es la capacidad que tiene una entidad para obtener dinero en efectivo y así hacer frente a sus obligaciones a corto plazo. En otras palabras, es la facilidad con la que un activo puede convertirse en dinero en efectivo. (Debitoor, 2015)

Tabla 50: Liquidez

RATIOS FINANCIEROS			AÑO1	AÑO2	AÑO 3	AÑO 4	AÑOS
RATIOS DE LIQUIDEZ							
Liquidez o Razon Corriente	AC/PC	En veces	7,99	13,89	19,83	25,76	31,71
Capital de Trabajo	AC-PC	dinero	\$ 29.997,83	\$ 55.754,90	\$ 82.101,08	\$ 108.767,04	\$ 135.908,15

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.8.1.2 Endeudamiento

Ratio financiero que mide la relación existente entre el importe de los fondos propios de una empresa con relación a las deudas que mantiene tanto en el largo como en el corto plazo. (Abanfin, 2005)

Tabla 51: Endeudamiento

RATIO DE ENDEUDAMIENTO						
Endeudamiento o Apalancamiento = Pasivo / Activo	porcentaje	32%	26%	21%	16%	13%
Pasivo Corriente / Pasivo	porcentaje	10%	11%	13%	15%	18%
Pasivo / Patrimonio	porcentaje	47%	35%	26%	20%	15%
Cobertura 1 = Utilidad Operativa / Gastos Financieros	en veces	173.67	95.33	109.77	130.49	154.29
Cobertura 2 = (Flujo de Efectivo + Servicio de Deuda) / Servicio de Deuda	en veces	13.03	6,60	6,73	6,80	6,90

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

7.8.1.3 Rentabilidad

La rentabilidad financiera es considerada como aquel vínculo que existe entre el lucro económico que se obtiene de determinada acción y los recursos que son requeridos para la generación de dicho beneficio. En otras palabras, puede entenderse a la rentabilidad o “return on equity” en inglés (ROE), como el retorno que recibe un accionista en una empresa por participar económicamente de la misma. (Definicionabc.com)

Tabla 52: Rentabilidad

RATIO DE RENTABILIDAD						
Margen Bruto = Utilidad Bruta / Ventas Netas	Porcentaje	70%	69%	68%	67%	65%
Margen Operacional = Utilidad Operacional / Ventas Netas	Porcentaje	26%	25%	25%	25%	24%
Margen Neto = Utilidad Neta / Ventas Netas	Porcentaje	26%	25%	24%	24%	24%
ROA = Utilidad Neta / Activos	Porcentaje	25%	22%	21%	20%	18%
ROE = Utilidad Neta / Patrimonio	Porcentaje	32%	27%	23%	21%	19%

Fuente: Investigación

Elaborado por: El Autor

CAPÍTULO 8

PLAN DE CONTINGENCIA

CAPÍTULO 8

8. PLAN DE CONTINGENCIA

8.1 Plan de administración del riesgo

La compañía establecerá un plan de contingencia en el supuesto caso que existan riesgos futuros, basándose en escenarios supuestos que ayude a la compañía enfrentar las mismas.

8.1.1 Principales riesgos

En el caso de AQUAGUAYAS S.A. puede mostrar supuestos riesgos a ocurrir dentro el desarrollo de la empresa:

- Ventas con nivel bajo.
- Aumento de los sueldos.
- Falta de clientes potenciales.

8.1.2 Reuniones para mitigar los riesgos

La empresa, estará preparada para resolver cualquier riesgo que se presente en el transcurso del año, se realizaran reuniones mensuales, trimestrales como sea necesario con el personal para analizar y efectuar sus estrategias para mejorar sus resultados.

8.1.3 Tormenta de ideas (brainstorming)

La compañía llamara a una reunión con todos los integrantes de AQUAGUAYAS S.S en el caso de detectar algún inconveniente, se anotaran los problemas en una lista y se las analizara una por una: en las cuales hablaremos sobre el problema, darán cada uno de los integrantes opiniones por el motivo que ocurre el problema, se pedirán opiniones de cómo se podrá solucionar el problema, se analizaran los recursos con los que la empresa cuenta para que así haya un mejor funcionamiento.

Se estudiara cada problema y se tratara de escoger la que menos esfuerzo económicos requiera.

8.2 Planeación de la respuesta al riesgo.

8.2.1 Monitoreo y control del riesgo

La compañía establecerá que para un buen monitoreo y control de riesgo se manejara un monitoreo semanal que serán evaluados para saber con exactitud qué es lo que está afectando a la compañía.

8.3 Plan de Contingencia y Acciones Correctivas

La compañía maneja un plan de contingencia y las acciones correctivas que son desarrollados para enfrentar futuros problemas de la empresa, podríamos tener una baja de clientes, siendo así que incrementaran las ventas, teniendo un incremento de sueldos que es uno de los casos más probables. El plan que se efectuara es el siguiente:

- Ventas con nivel bajo.- se realizaran promociones y descuentos para así llamar la atención del cliente y analizar un supuesto de expandirnos en el mercado.

CAPÍTULO 9

CONCLUSIONES

CAPÍTULO 9

9 CONCLUSIONES

En conclusiones con el proyecto es que se llegó después de una larga investigación de mercado donde el objetivo principal fue analizar la rentabilidad de la implementación de una escuela de Buceo en la ciudad de Guayaquil.

- El proyecto analizándolo desde el punto financiero, nos demuestra que es rentable y este se puede comprobar por el valor (+) del VAN que es de \$9.769.41 y con el valor de su TIR que es de 31.26% siendo mayor que su TMAR que es 23.72%, en periodo de recuperación de la inversión de 4 años.
- El proyecto en sí solo estará enfocado en personas que tengan una edad promedio de 12 a 45 años en la ciudad de Guayaquil.
- La compañía estará ubicado en un lugar estratégico, ya que tiene centros comerciales a sus alrededores y bastante influencia de personas que caminan al día, viendo la oportunidad de hacer promoción con la entrega de flyers unas dos veces por semana.
- Con la información recibida mediante las encuestas, se pudo observar que la mayoría de la gente le gusta los deportes acuáticos, por el motivo que la compañía se enfocara de dar a conocer más sobre las clases de Buceo para que obtener a futuros clientes.

CAPÍTULO 10

RECOMENDACIONES

CAPÍTULO 10

10 RECOMENDACIONES

Se tendrá en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Realizar un evento a modo de presentación antes los posibles clientes potenciales a través de un coffee break de lanzamiento, donde AQUAGUAYAS mostrará la información relevante de la escuela de buceo, además dentro del evento se detallará los servicios y se comentará la metodología que se dará tanto teórica como practica con la que se pretende trabajar.
- Impulsar el cuidado del medio ambiente a través de programas innovadores con el Municipio de Guayaquil como capacitaciones sobre los deportes acuáticos.
- Realizar promociones con empresas privadas, colegios, universidades, hoteles, y Agencias de Viajes de la ciudad de Guayaquil con el fin de que obtengan beneficios como por ejemplo descuentos.
- Considerar empresas innovadoras como es la escuela de buceo como una actividad para generar ingresos al país mejorando la economía del Ecuador.
- De acuerdo al análisis previo se puede invertir en este proyecto, ya que se ha determinado que el estudio es viable.

CAPÍTULO 11

FUENTES

CAPÍTULO 11

11 FUENTES

Bibliografía

- Abanfin. (2005). *Abanfin.com*. Obtenido de <http://www.abanfin.com/?tit=ratio-de-endeudamiento-formulario-economico-financiero&name=Manuales&fid=ee0bcca>
- Alan Chapman. (22 de Agosto de 2004). *DeGrencias.com*. Obtenido de DeGrencias.com:
http://www.degerencia.com/articulo/analisis_dofa_y_analisis_pest
- Alvarez, C. &. (2015). *EIEmpleo.com*. Obtenido de EIEmpleo.com:
http://www.eempleo.com/colombia/investigacion_laboral/detalles-del-contrato-de-prestacion-de-servicios-----/7548631
- Asamblea Constituyente*. (11 de Diciembre de 2007). Obtenido de <http://superley.ec/pdf/mandatos/08.pdf>
- Awad, O. (2015). Obtenido de <http://omarawadyepej.jimdo.com/tipos-de-contrato/de-temporada-eventual-y-ocasional/>
- Banco Central del Ecuador. (2014). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de Banco Central del Ecuador:
http://contenido.bce.fin.ec/indicador.php?tbl=desempleo_guayaquil
- Banco Central del Ecuador. (2015). *Banco Central del Ecuador*. Obtenido de http://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=deuda_pib
- Barquero José Daniel, Rodríguez de Llauder Carlos, Barquero Mario y Huertas Fernando, McGraw. (2007). *Marketing de Clientes ¿Quién se ha llevado a mi cliente?* España: <http://www.promonegocios.net/clientes/cliente-definicion.html>.
- Camara de Comercio de Quito. (17 de julio de 2013). *derecho Ecuador*. Obtenido de Derecho Ecuador:
<http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechosocietario/2013/02/06/junta-general-de-una-sociedad-anonima>
- Cifuentes. (2014). Obtenido de <http://www.ministeriointerior.gob.ec/instructores-policiales-otorgaran-licencias-en-buceo-tactico/>
- Debitoor. (2015). *Debitoor*. Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-liquidez>
- Debitoor.es. (2015). Obtenido de <https://debitoor.es/glosario/definicion-contrato-indefinido>
- Definicionabc.com. (s.f.). *Definicionabc.com*. Obtenido de <http://www.definicionabc.com/economia/rentabilidad.php>

- Edison Jair Duque Oliva. (junio de 2005). *revista de ciencias administrativas y sociales*.
Obtenido de <http://www.scielo.org.co/pdf/inno/v15n25/v15n25a04.pdf>
- Educativos, V. (2 de Abril de 2011). Obtenido de
<http://httpvaloreseducativos.blogspot.com/>
- EFDeportes. (2004). *EFDeportes*. Obtenido de EFDeportes:
<http://www.efdeportes.com/efd69/acuat.htm>
- El Ciudadano. (5 de Febrero de 2015). *El Ciudadano*. Obtenido de El Ciudadano:
<http://www.elciudadano.gob.ec/el-numero-de-turistas-extranjeros-crecio-un-11-en-enero-de-2015/>
- El Universo. (4 de Abril de 2012). Ecuador mejora competitividad tecnológica, pero persiste brecha digital. *Ecuador mejora competitividad tecnológica, pero persiste brecha digital*, págs. <http://www.eluniverso.com/2012/04/04/1/1356/brecha-digital-persiste-ecuador-segun-informe-fem.html>.
- Fernando, D. (17 de Abril de 2012). *blogspot.com*. Obtenido de [blogspot.com](http://procesocontable-ferramirez.blogspot.com/2012/04/estado-de-perdidas-y-ganancias.html):
<http://procesocontable-ferramirez.blogspot.com/2012/04/estado-de-perdidas-y-ganancias.html>
- Gerencie.com. (s.f.). *Gerencie.com*. Obtenido de Gerencie.com:
<http://www.gerencie.com/razones-financieras.html>
- Gonzalez, L. (2014).
- Hilda. (06 de Marzo de 2009). *Derecho.LaGuia200*. Obtenido de
<http://derecho.laguia2000.com/derecho-laboral/contrato-de-trabajo-a-plazo-fijo>
- INEC. (15 de Julio de 2013). *Ecuador en cifras*. Obtenido de
<http://www.ecuadorencifras.com/siemprede/PreCenec.html>
- instituto nacional de compras publicas. (2008). *instituto nacional de compras publicas*.
www.compraspublicas.gob.ec.
- Julian, G. S. (2004).
- Marketing Digital. (4 de Julio de 2013). Obtenido de
<http://mercantilizate.blogspot.com/2013/07/estrategias-de-distribucion-plaza-en-el.html>
- Martinez, V. L. (2006). *Estudios interdisciplinarios en la costa centro-sur*. Manabi-Ecuador.
- Mejía Loayza, M. C. (2011). *Tesis de Grado para la obtención del Título de Ingeniería en Negocios Internacionales*. Guayaquil: Escuela Superior Politecnica del Litoral.
- MIND MARKETING. (Enero de 2015). *Sistema de Informacion de Mercados*. Obtenido de Sistema de Informacion de Mercados: <http://mind-marketing.com/wp-content/uploads/2015/02/Reporte-Econom%C3%ADa-Ecuador-enero-2015.pdf>
- Ministerio de Trabajo. (MAYO de 2015). *Ministerio de trabajo*. Obtenido de Ministerio de trabajo: <http://www.justicia.gob.ec/wp-content/uploads/2015/05/CODIGO-DEL-TRABAJO.pdf>
- Ministerio del Interior. (2014). *Ministerio del Interior*. Obtenido de Ministerio del Interior: <http://www.ministeriointerior.gob.ec/instructores-policiales-otorgar-licencias-en-buceo-tactico/>

- Moyer, R. C., McGuigan, J. R., & Kretlow, W. J. (2004). *Administración Financiera Contemporánea*.
- Padilla Ramirez, D. N. (2008). *Contabilidad Administrativa*. año: Mc. Graw Hill.
- Palacios Portes, C. (2011).
https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/17197/1/CARACTERIZACION%20BIO-ECOLOGICA%20Y%20PROPUESTA%20DE%20MANEJO%20COMO%20SISTEMAS%20PARA%20BUCEO%20DEL%20ISLOTE%20_LOS%20AHORCAD.pdf.
- Pelaez, I. V. (1996). *Business & Economics*.
https://books.google.com.ec/books?id=Nl8pv-cG188C&pg=PA82&lpg=PA82&dq=En+definitiva,+para+llegar+al+mercado+con+el+producto+deseado&source=bl&ots=UhHtF3qr1D&sig=WmwfeRvNugu0Hq-IpkFjdsVD9Ok&hl=es&sa=X&redir_esc=y#v=onepage&q=En%20definitiva%20C%20para%20lle.
- Plan Nacional del Buen Vivir. (s.f.). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de Plan Nacional del Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec>
- Senplades. (2009-2013). Recuperado el 28 de Junio de 2013, de Senplades: <http://plan.senplades.gob.ec/objetivo-6>
- Sistema De Informacion Cientifica. (2006). *Red de Revistas Cientificas de América Latina y el Caribe, España y Portugal*. Obtenido de <http://www.redalyc.org/html/126/12635315/index.html>
- SoloContabilidad. (Octubre de 2012). *solocontabilidad.com*. Obtenido de solocontabilidad.com: <http://www.solocontabilidad.com/2012/10/flujo-de-efectivo-proyectado.html>
- SRI. (2015). *SRI*. Recuperado el 25 de Febrero de 2016, de <http://www.sri.gob.ec/de/iva>
- UCSG. (2013). *UCSG*. Obtenido de UCSG: http://www2.ucsg.edu.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=8&Itemid=298
- Vaquiroy, J. D. (05 de Enero de 2012). *pymesfuturo.com*. Obtenido de pymesfuturo.com: La tasa interna de retorno - TIR -, es la tasa que iguala el valor presente neto a cero. La tasa interna de retorno también es conocida como la tasa de rentabilidad producto de la reinversión de los flujos netos de efectivo dentro de la operación propia

CAPÍTULO 12

ANEXOS

CAPÍTULO 12

12 ANEXOS

Anexo 1



Anexo 2

Encuesta sobre Buceo

1. Datos Generales

- Hombre*
 Mujer

2. ¿Qué edad tiene?

3. A practicado usted algún deporte acuático? si es No vaya a la 6ta pregunta

- SI*
 NO

4. Que Deporte acuático?

- Surfing*
 Snorkeling
 Buceo Deportivo
 Otro (especifique)

5. Te gustaría conocer sobre el Buceo?

- SI*
 NO

6. Participarías en clases de Buceo? Si la respuesta es NO fin de la encuesta

- SI
- NO

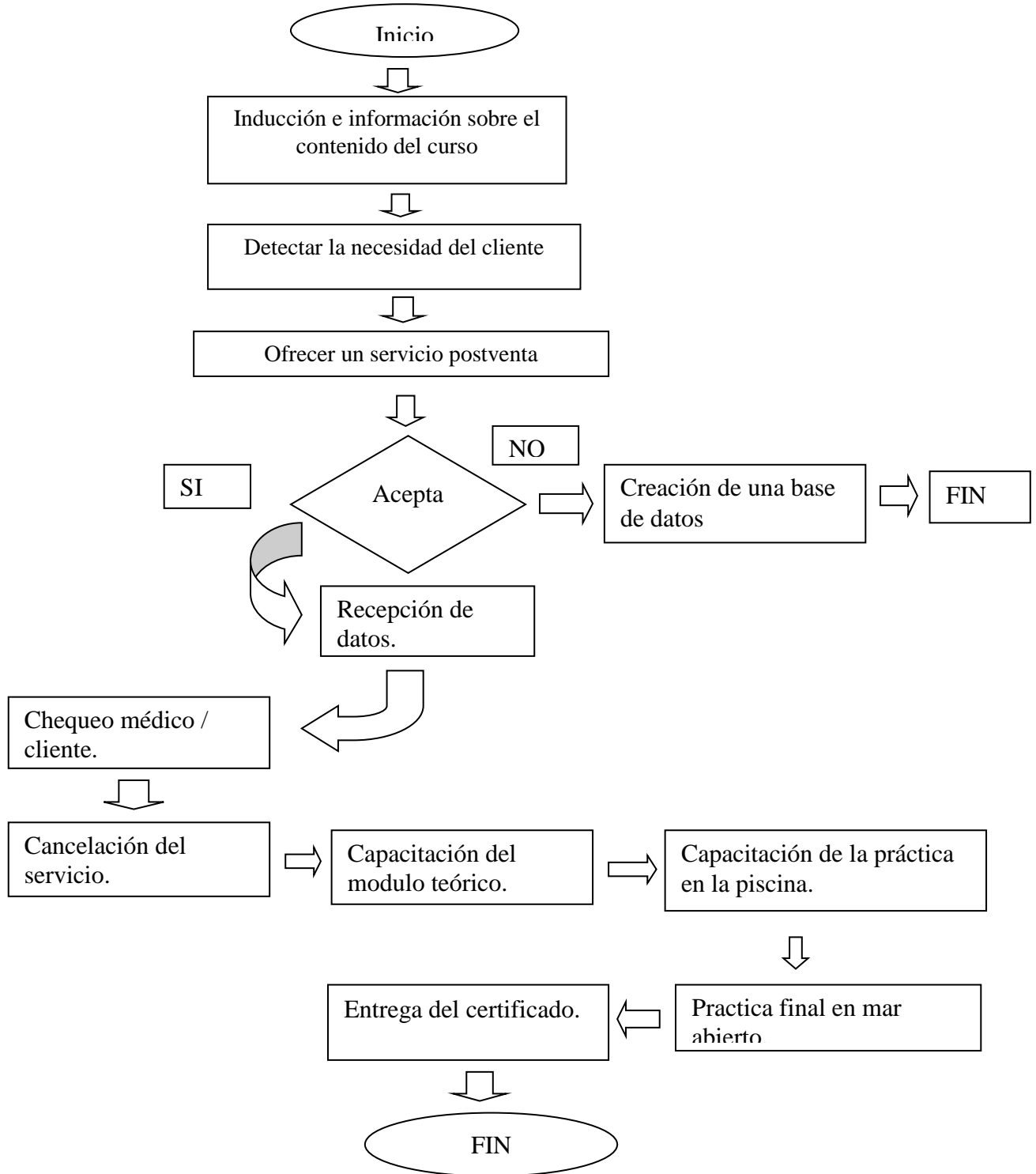
7. Como evaluaría usted los siguientes puntos según la importancia dentro de la empresa

	Malo	Regular	Bueno	Muy Bueno	Excelente
Servicio al cliente	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente
Seguridad	<input type="radio"/> Malo	<input checked="" type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente
Equipo de Buceo	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente
Profesionales calificados	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente
limpieza	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente
Puntualidad	<input type="radio"/> Malo	<input type="radio"/> Regular	<input type="radio"/> Bueno	<input type="radio"/> Muy Bueno	<input type="radio"/> Excelente

8. A su Criterio, que valor estaría dispuesto usted pagar por un curso de Buceo?

- 300-350
- 350-400
- 400-450

Anexo 3



CAPÍTULO 13

MATERIAL COMPLEMENTARIO

CAPÍTULO 13

13 MATERIAL COMPLEMENTARIO





DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Arias Granda Oswaldo Andrés, con C.C: # 0925633257 autor/a del trabajo de titulación: **PROPUESTA PARA LA CREACION DE UNA ESCUELA DE BUCEO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL** previo a la obtención del título de **INGENIERO EN DESARROLLO DE NEGOCIOS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

1.- Declaro tener pleno conocimiento de la obligación que tienen las instituciones de educación superior, de conformidad con el Artículo 144 de la Ley Orgánica de Educación Superior, de entregar a la SENESCYT en formato digital una copia del referido trabajo de titulación para que sea integrado al Sistema Nacional de Información de la Educación Superior del Ecuador para su difusión pública respetando los derechos de autor.

2.- Autorizo a la SENESCYT a tener una copia del referido trabajo de titulación, con el propósito de generar un repositorio que democratice la información, respetando las políticas de propiedad intelectual vigentes.

Guayaquil, 26 de octubre de 2015

Arias Granda Oswaldo Andrés
C.C: 0925633257

REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA

FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN

TÍTULO Y SUBTÍTULO:	PROPUESTA PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE BUCEO EN LA CIUDAD DE GUAYAQUIL		
AUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Arias Granda, Oswaldo Andrés		
REVISOR(ES)/TUTOR(ES) (apellidos/nombres):	Loor Ávila, Beatriz Annabell		
INSTITUCIÓN:	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil		
FACULTAD:	Facultad de Especialidades Empresariales		
CARRERA:	Carrera de Emprendimiento		
TITULO OBTENIDO:	Ingeniero en Desarrollo de Negocios		
FECHA DE PUBLICACIÓN:	22 de Marzo de 2016	No. DE PÁGINAS:	198
ÁREAS TEMÁTICAS:			
PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:	EMPRENDIMIENTO, DEPORTES ACUATICOS		
RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):			
<p>El presente trabajo está enfocado en realizar una investigación acerca de cómo crear una escuela de Buceo en la ciudad de Guayaquil. Se ha realizado un estudio de mercado para determinar a qué segmento de la población va a estar enfocado este negocio, cuales son los valores que se van a percibir por aprender este tipo de deporte, todo soportado mediante encuestas y entrevistas realizadas, donde las personas se inclinan por cual metodología le parece la más acertada a la hora de recibir un curso, que costos estarían dispuestos a asumir, horarios a participar, tipo de capacitación, etc. Con toda esta información pudimos obtener cuales serían nuestras oportunidades, debilidades, amenazas y fortalezas para que el proyecto se pueda desarrollar y concluir exitosamente. Todo esto se va plasmado en un trabajo técnico, en el cual se realiza un Sitio Web, donde se muestran promociones, capacitaciones, metodologías y demás a las cuales el público en general puede acceder.</p>			
ADJUNTO PDF:	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO	
CONTACTO CON AUTOR/ES:	Teléfono: +593-98-261-5249	E-mail: oswaldoarias22@gmail.com	
CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:	Nombre: Loor Ávila, Beatriz Annabell		
COORDINADOR DEL PROCESO DE UTE	Teléfono: 0994135879		
	E-mail: biachimsc70@gmail.com		

SECCIÓN PARA USO DE BIBLIOTECA

Nº. DE REGISTRO (en base a datos):	
Nº. DE CLASIFICACIÓN:	
DIRECCIÓN URL (tesis en la web):	