

**UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE  
GUAYAQUIL**

**Facultad de Especialidades Empresariales  
Carrera de Hotelería y Turismo**

**Proyecto de Investigación Previo a la Obtención del  
Título de**

**Ingeniería en Administración de Empresas  
Turísticas y Hoteleras**

**“Implementación de un Centro de Snorkeling y Buceo en el Cantón  
Puerto López”**

**AUTORAS:**

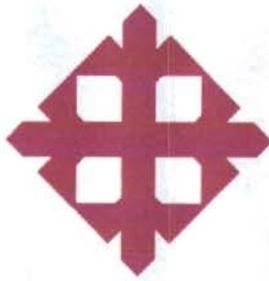
Jennifer Huacón

Gabriela Sanmartín

**DIRECTOR:**

ING. Rolando Farfán

Guayaquil, Diciembre de 2011



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

CARRERA DE HOTELERÍA Y TURISMO

**“IMPLEMENTACIÓN DE UN CENTRO DE SNORKELIN Y  
BUCEO”**

**AUTORAS:**

JENNIFER HUACÓN

GABRIELA SANMARTÍN

GUAYAQUIL, DICIEMBRE DE 2011

## **AUTORIA**

Quienes suscribimos, Srta. Gabriela Sanmartin Blacio, Srta. Jennifer Huacon autoras, e Ing. Rolando Farfán Director del Proyecto, declaramos ser corresponsables de las ideas y resultados expuestos en el presente proyecto.

Las Autoras y Director del Proyecto

Gabriela Sanmartin Blacio

Jennifer Huacon Plus

Ing. Rolando Farfán

# **AGRADECIMIENTO**

(JENNIFER HUACON)

## **Gracias A Dios**

A ti Dios, porque fuiste el que me impulsó día a día concluir esta tesis, gracias Por permitirme llegar hasta este momento tan importante de mi vida y lograr otra meta más en mi carrera.

## **Gracias a mis Padres**

Por su cariño, comprensión y apoyo sin condiciones ni medida. Por eso le doy gracias a mis padres, pero en especial a mi madre que sobre todas las cosas ha sabido guiarme sobre el camino de la educación, JENNY PLUAS gracias a ti soy lo que soy, sin duda eres la mejor Te Amo

## **Gracias a mis Hermanos, Familia y Amigos**

Gracias Hermanos, Familia y Amigos por hacer que cada pedazo de tiempo fuera ameno. No voy a olvidar sus consejos, enseñanzas y ayuda durante el lapso de mi tesis, gracias por el apoyo incondicional que nos dieron en cada momento que lo necesitamos.

## **Gracias a Andrés Arias mi enamorado**

Por tu apoyo a lo largo de la tesis, comprensión y amor que me permite lograr lo que me proponga. Gracias por escucharme, por tu ayuda durante la tesis y por tus consejos. Gracias por ser parte de mi vida.

## **Gracias a mi asesor Ing. Rolando Farfán**

Por sus consejos, enseñanza, paciencia y opiniones que sirvieron para que me sienta satisfecha en mi participación dentro del proyecto, Gracias por esa ayuda incondicional. .

# **AGRADECIMIENTO**

(Gabriela Sanmartín)

Le agradezco a Dios y a la Virgen por ser mi guía y ayuda en mi vida.

A mis padres Guadalupe Blacio y Jorge Sanmartín los cuales en el transcurso de mi vida han sido el pilar fundamental en mi preparación cumpliendo cada una de mis metas, unas de ellas ser una profesional, por su amor incondicional, por sus consejos y por haberme tenido paciencia en cada paso de mi vida, gracias a ellos y por ellos estoy aquí Los Amo.

A mis hermanos Arturo y Marita para los que siempre he querido ser un ejemplo y a mi familia entre ellos mi mami Julia y mi Teva (Tía Eva) por la atención necesaria en su vida, apoyarme y ayudarme siempre.

A nuestro asesor de tesis Ing. Farfán por tenernos paciencia y por haber dado su ayuda en la gestión del proyecto.

A mis amigas por ayudarme en lo que fuese necesario apoyándome hasta el final.

# **DEDICATORIA**

(JENNIFER HUACON)

Esta tesis es parte de mi vida y comienzo de otras etapas por esto y más, la dedico a dios y a mis padres en especial a mi mamá. A dios porque me ha guiado y me ha dado esa fuerza de cumplir todos mis sueños, para continuar, a mis padres, quienes a pesar de todo siempre están ahí brindándome apoyo, amándome, aconsejándome y sobre todo proporcionándome confianza en cada reto sin dudar de mis capacidades. Gracias a ellos soy la persona que soy hoy en día, no hay duda que en mi vida ocupan una parte muy importante y por eso los amo con mi vida.

Lo que hoy es utópico mañana es real. Mundos posibles. La utopía es lo que ha conducido a que seamos posibles. Jerome Bruner

## **DEDICATORIA**

(Gabriela Sanmartín)

Este proyecto se lo dedico a mis padres por darme el mejor regalo que solo ellos nos pueden dar que es la educación, por ayudarme a convertirme en un profesional llena de su amor puro, su apoyo incondicional y sus consejos de padres; a mis hermanos y familia por siempre estar a mi lado; y ante todo se la dedico a Dios por darme la vida y a mi hermosa familia que sin duda es la mejor.

## **ESCUELA DE SNORKELING & BUCEO "ACUÁTICA"**

### **PRESENTACIÓN DEL PROYECTO**

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 Snorkeling & Buceo ACUÁTICA". La idea de implantar una escuela de Snorkeling & Buceo surgió de la necesidad de brindarles a los 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 el cantón Puerto López el cual se encuentra al sur de la provincia de Manabí considerado por naturaleza puerto pesquero, centro turístico y agrícola. Ofreciendo a los turistas 189 atractivos culturales y 193 naturales entre los que se encuentran varias playas donde los turistas nacionales e internacionales podrán disfrutar de la naturaleza.

La Escuela de Snorkeling & Buceo ACUÁTICA será un lugar que contará con todos los equipos necesarios y personal altamente capacitado para satisfacer las necesidades de los turistas, atenderlos con cortesía y de manera personalizada, así mismo dispondrá de áreas amplias para la práctica de dichos 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 les brindará tours en donde el turista podrá sentir contacto con la vida marina y a su vez generará una actitud positiva hacia la protección del medio ambiente y a la promoción del cuidado de los fondos oceánicos.

Para el impulso de este proyecto es útil ejecutar una apropiada investigación acerca de las necesidades de los turistas 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.

## JUSTIFICACIÓN

Según Granero (2007) *"El turismo deportivo es un mercado en expansión y representa grandes beneficios económicos a nivel local, nacional e internacional. En este tipo de turismo la actividad deportiva y recreativa constituye una parte fundamental, pues, cada vez más, el turista desea participar activamente en sus vacaciones. Por lo tanto Resulta de gran interés estudiar la relación de estos dos fenómenos cuando se realizan en la naturaleza"* (p. 111)

El cantón Puerto López es una zona que está en desarrollo, lo que a su vez, despierta el interés dentro del sector turístico debido a la variedad de atractivos turísticos que agrupan en su extensión territorial. En la actualidad, el turismo procura la máxima participación de la población local, por lo tanto 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 muchas maneras con las cuales, los seres humanos, únicos poseedores de la cultura, interactúan con el resto del planeta. Se debe considerar que el turismo en cualquiera de sus ramas, es importante para el desarrollo de un país. En los últimos años nos podemos dar cuenta que la industria del turismo ha tenido un alza y la fauna marina ecuatoriana es uno de los puntos de atracción más importantes, siendo un ejemplo más claro las Islas Galápagos, donde se dirigen gran variedad de turistas locales, nacionales e internacionales interesados en bucear y hacer snorkeling.

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 buceo, snorkeling entre otros. Por otro lado, el ecoturismo estimula la conservación y sostenibilidad de los recursos naturales e históricos, que en un momento pueden correr el riesgo de

deteriorarse o perderse, al no tener un enfoque ambientalista de conservación y sostenibilidad.

El estudio efectuado, da como efecto, la idea de la creación de una escuela SNORKELING & 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 Snorkeling & Buceo es un lugar ideal donde sin duda los turistas se sentirán contentos por la experiencia adquirida.

## FORMULACIÓN DEL PROBLEMA

¿De qué manera influye la explotación de deportes acuáticos en el desarrollo económico de Puerto López?

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 y snorkeling como deporte acuático por parte de la población así como de los turistas que acuden.

Además, de una deficiente promoción turística del Cantón Puerto López 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 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 los asaltos o robos que sufre la población en general y los turistas en particular, este sin duda es un problema que no solo abarca al cantón antes mencionado sino a todo el Ecuador.

Este lugar brinda actividades acuáticas, pero esto no incentiva por completo la visita por parte de turistas nacionales e internacionales y habitantes cercanos a la zona encontrándose como un lugar de poca concurrencia de turistas ya que debería tener un incremento de los mismos debido a que posee hermosas playas, flora, fauna, parques nacionales, entre otros.

Lo que se espera conseguir con este plan es mejorar la infraestructura, instalar el equipamiento necesarios para la realización de actividades recreativas y deportes acuáticos con las prevenciones de seguridad necesarias y un plan de observación ambiental de la zona para evitar el futuro deterioro de la propia y con esto dar un giro de 360° a esta zona no tan concurrida.

## **OBJETIVOS DEL PROYECTO**

### **OBJETIVO GENERAL**

Determinar la factibilidad de la implementación de una Escuela De Snorkeling & Buceo en Puerto López.

### **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Analizar la industria de centro de enseñanza deportes acuáticos especialmente en Snorkeling & Buceo.
- Establecer el potencial turístico de la zona
- 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.

## **METODOLOGIA**

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

Para utilizar el método de investigación cuantitativo se encuestó a 384 personas representativas de un mercado con el siguiente perfil: Turistas nacionales y extranjeros de categoría socio-económica media, media-alta y alta; personas entre los 15 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: Puerto López, 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.

## INDICE GENERAL

1. CONTENIDO TEMATICO .....	16
1.1. RESUMEN EJECUTIVO .....	16
1.2 RESEÑA HISTORICA DEL CANTON PUERTO LOPEZ .....	18
1.2.1 Cantón Puerto López.....	18
1.2.2. Generalidades del cantón Puerto López .....	18
1.2.3 Reseña sobre Snorkeling .....	20
1.2.4 Reseña sobre Buceo .....	21
2 OPORTUNIDAD.....	23
3 ANALISIS DE LA INDUSTRIA.....	24
3.1 ANÁLISIS DE LA INDUSTRIA, MERCADO, COMPETIDORES Y CLIENTES .....	24
3.1.1 Ecuador como Atractivo Turístico.....	26
3.1.2 Turismo Receptor .....	27
3.1.3 Principales líneas de productos del Ecuador.....	29
3.1.4 Ingreso de Divisas por Turismo al Ecuador.....	29
3.1.5 Ubicación del Turismo como rubro de Ingresos .....	30
3.1.6 Clientes y competidores .....	32
3.1.7 Proveedores .....	34
3.2 Análisis Pest.....	35
3.3 Análisis Porter .....	41
4 LA EMPRESA .....	43
4.1 Razón social.....	43
4.2 Nombre Comercial .....	43
4.3 Lugar y fecha de constitución.....	43
4.4 Fecha de inicio de operación.....	43
4.5 Nombre, Logo, Slogan .....	43
4.6 Misión.....	45
4.7 Vision .....	45
4.8 Valores .....	46
4.9 OBJETIVOS .....	48
4.9.1 Objetivos Generales.....	48
4.9.2 Objetivos Especificos .....	48

4.10 Estructura Organizacional .....	49
4.11 Equipo Gerencial.....	50
4.12 Cuadro de Accionistas .....	52
5 PLAN MARKETING.....	53
5.1 ANÁLISIS SITUACIONAL .....	54
5.1.1 Análisis de mercado .....	54
5.1.2 Análisis de FODA.....	55
5.1.3 Análisis de la competencia: directo-indirecto.....	57
5.1.4 Producto y Servicio.....	60
5.1.5 Factores críticos de éxito.....	62
5.2 ESTRATEGIA DE MARKETING .....	63
5.2.1 Objetivos Específicos .....	63
5.2.2 Segmentación .....	64
5.2.3 Clientes objetivos .....	65
5.2.4 Posicionamiento .....	65
5.2.5 Declaración del posicionamiento.....	66
5.2.6 MARKETING MIX.....	67
5.2.6.1 Producto o servicios .....	68
5.2.6.2 Precio .....	71
5.2.6.3 Plaza .....	72
5.2.6.4 Promoción .....	74
5.3 INVESTIGACION DE MERCADO .....	79
5.3.1 Detalles de la investigación.....	79
5.3.2 Formato de encuesta.....	83
5.5 PRESUPUESTO DE MARKETING (MENSUALIZADO).....	99
5.6 AUDITORÍA Y CONTROL DE RESULTADOS.....	100
5.6.1 Implementación .....	101
5.6.2 Indicadores.....	102
5.6.3 Plan de Contingencia .....	103
6. PLAN OPERATIVO .....	104
6.1 Objetivos de las funciones de empleados .....	106
6.2 Días y Horarios de Funcionamiento .....	107
6.3 Alcance de las Operaciones.....	107
6.4 Infraestructura .....	108

6.5 Política de calidad .....	109
6.6 Proceso de control de calidad .....	109
7 PLAN DE DESARROLLO .....	112
8 PLAN DE FINANCIAMIENTO .....	113
8.1 Inversión requerida y detalle utilización de inversión .....	113
8.2 Fuentes de Financiamiento .....	114
8.3 Estados Financieros proyectados .....	114
8.3.1 Estado de Resultados .....	114
9 CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. ....	123
9.1 Conclusiones.....	123
9.2 Recomendaciones.....	124
BIBLIOGRAFÍA .....	125

## INDICE DE GRAFICOS

Gráfico No.1 .....	87
Grafico No.2 .....	88
Grafico No.3 .....	89
Grafico No.4 .....	90
Grafico No.5 .....	91
Grafico No.6 .....	92
Grafico No.7 .....	93
Grafico No.8 .....	94
Grafico No.9 .....	95
Grafico No.10 .....	96
Grafico No.11 .....	97
Grafico No.12 .....	98

## INDICE DE FIGURAS

Figura No.1 .....	18
Figura No.2 .....	26
Figura No.3 .....	57
Figura No.4 .....	61
Figura No.5 .....	61
Figura No.6 .....	73
Figura No.7 .....	76
Figura No.8 .....	77
Figura No.9 .....	78

## INDICE DE CUADROS

Cuadro No.1 .....	25
Cuadro No.2 .....	27
Cuadro No.3 .....	28
Cuadro No.4 .....	29
Cuadro No.5 .....	30
Cuadro No.6 .....	31
Cuadro No.7 .....	37
Cuadro No.8 .....	38
Cuadro No.9 .....	52
Cuadro No.10 .....	58
Cuadro No.11 .....	58
Cuadro No.12 .....	59
Cuadro No.13 .....	100
Cuadro No.14 .....	102
Cuadro No.15 .....	104
Cuadro No.16 .....	113
Cuadro No.17 .....	114
Cuadro No.18 .....	116
Cuadro No.19 .....	118
Cuadro No.20 .....	120
Cuadro No.21 .....	121
Cuadro No.22 .....	122
Cuadro No.23 .....	123

# **1. CONTENIDO TEMATICO**

## **1.1. RESUMEN EJECUTIVO**

Escuela de Snorkeling & Buceo Acuática es uno de los proyectos más innovadores que se va a realizar en el cantón Puerto López, por su ubicación y cercanía a los atractivos más significativos de la Provincia de Manabí, como es el parque Machalilla.

La Escuela de Snorkeling & Buceo "Acuática" contara con 2 aulas diseñada para 18 personas con sus respectiva comodidades e instrumentos para el aprendizaje teórica de la misma. Se tendrá en cuenta que la cantidad y tipo de competidores varía en el tiempo, así como también todos aquellos negocios iguales o similares y diferentes al de la escuela, pero que satisfacen una necesidad similar. Es por esto, que se distingue los tipos de competidores: competidores potenciales y competidores actuales.

La Escuela de Snorkeling & Buceo "Acuática" contará con un plan de Marketing, el cual tendrá como principal objetivo el promover su propio servicio y su vez Puerto Lopez y sus playas aledañas como destino turístico procurando conservar sus recursos marinos naturales y culturales a través de una investigación y análisis de los recursos y potencialidades turísticas con lo que cuenta, además de procurar el mejor uso de los mismos para el logro de mejores condiciones de vida para la población.

La investigación se enfocará en un plan de mercado que determine como ofertar y que estrategias implementar para crear una imagen innovadora que se quiere proyectar al mercado meta. Cabe mencionar que este proceso cumple con una de las necesidades sociales más importantes del sector turístico, ya que su función es dar a conocer la escuela de snorkeling y buceo por la calidad de servicio, enseñanza y

conservación de los recursos marinos y del medio ambiente a quienes requieren disfrutar de una experiencia distinta.

Las herramientas de marketing que se utilizarán serán la combinación de avisos en periódicos, cuñas radiales, folletos, ventas a través de operadoras de turismo, hosterías y hoteles, redes sociales facebook y twitter y adicionalmente la página web de la escuela de Snorkeling y Buceo "Acuática".

Además, el proyecto dispondrá de la debida planificación, organización y supervisión de todas las actividades que serán ejecutadas por el equipo laboral que tendrán las diferentes áreas de atención al alumno de la escuela o cliente, y coordinar tanto funciones, horarios, cantidad y rotación del personal, trabajo en equipo, entre otras acciones que se llevarán a cabo en el plan operativo. A su vez, el plan de desarrollo se basará en la verificación de la demanda, identificación de nuestra competencia y del negocio, contando con su respectivo plan financiero.

Finalmente, montar un negocio implica un gran riesgo y en la medida en que se conozca y analice se tendrá la posibilidad de minimizarlo o al menos se obtendrá conciencia de las áreas en las que hay que actuar para revertir o solucionar las contingencias.

## 1.2 RESEÑA HISTORICA DEL CANTON PUERTO LOPEZ

### 1.2.1 Cantón Puerto López

Puerto López "Ciudad Ecológica y Turística" es turismo, naturaleza, ciencia y una de las zonas arqueológicas más importantes de América latina. Es innegable que este cantón ha sido bendecido por la naturaleza que lo ha dotado de 135 sitios de interés turístico, entre los que tiene el privilegio de contar con el Parque Nacional Machalilla, cuna de culturas como la Machalilla, Chorrera, Guangala y Bahía. Además se puede encontrar bosques húmedos tropicales, bosques secos, acantilados, arrecifes, coralinos y sistema de islas e islotes con fauna y flora única y representativa que hacen el deleite de propios y extraños se convierta en una actividad turística, que debe ser conveniente y racionalmente trabajada, sin llegar a la explotación del turista, especialmente del extranjero, que debe ser visto y tratado con calidez humana, haciendo que su estadía sea maravillosa e inolvidable. (Ver Anexo 1)

### 1.2.2. Generalidades del cantón Puerto López



FIGURA No.1

Mapa del Cantón Puerto López  
(Municipio Puerto López)

**Población:** 18.184 habitantes.

**Área:** 420.2 Km<sup>2</sup>

**Clima:** 25C° Hay dos estaciones bastante definidas durante el año, una lluviosa, desde el mes de Enero a Mayo y otra seca, de Junio a Diciembre.

**Actividad:** La población se dedica al turismo, agricultura, ganadería y pesca.

**Ubicación:** Sudamérica

**País:** Ecuador

**Provincia:** Manabí

**Cabecera Cantonal:** Puerto López

**Fiestas más Importantes:** Fiestas de Cantonización el 31 de Agosto; Observación de las Ballenas Jorobadas de Junio a Septiembre; El Festival de las Ballenas Jorobadas en Junio 23 y 25; Fiestas de San Pedro y San Pablo del 25 al 29 de Junio; Festival de la Balsa Manteña del 12 al 14 de Octubre y fiestas de la Virgen María la inmaculada concepción el 8 de Diciembre.

**Actividades de las Fiestas:** Entre las actividades tenemos: festivales musicales, conciertos, campeonatos de surf, elección de reinas, juegos playeros, murga folclórica, entre otros.

### 1.2.3 RESEÑA SOBRE SNORKELING

#### SNORKELING Y BUCEO

Gracias a la variedad de su geografía, Ecuador ofrece varias oportunidades de practicar deportes acuáticos como el Snorkeling y el Buceo en sus costas, como en Puerto López.

#### **Snorkeling:**

La práctica del Snorkeling es una de las actividades deportivas y de recreación que aporta más al individuo desde el punto de vista físico ya que se requiere de un mínimo de condiciones físicas para su práctica, mental porque el individuo se desempaña en medio no natural para el ya que es un ser cuyo medio natural no es el agua, ecológico, porque enseña a cuidar, valorar y respetar mas a la naturaleza y espiritual ya que esta actividad reconforta el espíritu. Además se descubre un mundo diferente y muy hermoso, lleno de paisajes, peces de múltiples tamaños y formas, colores hermosos, corales vivos de extraordinaria belleza, erizos, estrellas de mar, etc... Donde la fotografía es la herramienta que captura de forma grafica las experiencias que se viven en este deporte. Sin embargo antes de aventurarse a ese extraordinario mundo es necesario prepararse y adquirir las condiciones físicas indispensables y necesarias; por lo tanto se debe buscar un programa de actividad física que fortalezca la resistencia, aumente la capacidad respiratoria, genere bienestar general, que aumente la capacidad cardiovascular necesaria para esta actividad y que sea para novatos o principiantes.

## 1.2.4 RESEÑA SOBRE BUCEO

### Buceo:

*"El buceo es la inmersión del ser humano o animal en el interior del mar, lago, río, etc., es decir, en el interior del agua". (Aguilar, Miguel (2000). Biomecánica. la física y la fisiología, 279*

El buceo es una actividad que puede cautivar a cualquiera, debido que se puede observar diferentes peces de colores y su flora conformada por las algas marina, pero esta actividad siempre debe ser practicada, con mucha responsabilidad y cuidado.

En cuanto a la historia del buceo, existen pruebas de que este se practicó desde la prehistoria. Muchos pueblos, como el polinésico, practicaron el buceo submarino, usando implementos rudimentarios pero prácticos para sumergirse y capturar a sus presas. El impulso más importante que ha llevado al desarrollo del buceo moderno fue el dado por el famoso Jacques Cустeau (famoso por sus travesías en el Calypso), y Emile Gagan, que desarrollaron el primer regulador a demanda seguro y eficiente, lo que permitió por primera vez un movimiento más libre, fundamental para lo que es la modalidad deportiva de la disciplina.

Pero el buceo, no es un deporte que se pueda tomar a la ligera. Para los principiantes, siempre será recomendado, el tomar clases de buceo, antes de sumergirse en cualquier parte. Son diversas las academias que imparten estas clases. Muchas de ellas, se realizan en piscinas de mediana profundidad. Esto, para que el estudiante, vaya asimilando los equipos que serán necesarios al momento de sumergirse.

Hay elementos básicos en el buceo, que toda persona debe tener presente como:

- Una máscara para los ojos, con ella nos será más fácil poder observar el fondo marino.

- El tanque de oxígeno, el cual nos suministrará el oxígeno necesario.
- Un reloj, para ir midiendo la capacidad real, que posea el tanque de oxígeno.
- Una brújula, para poder estar siempre orientado, debajo del mar, del río o un lago.
- Un traje de goma, para el frío. Este, deberá ser ocupado, dependiendo de la temperatura del agua, en la cual uno se sumerja. Generalmente, cuando se practica buceo en los mares tropicales, no son necesarios los trajes. Pero si se realiza en el Pacífico, claramente se requerirá uno, ya que éste, tiende a ser muy helado. Para el buceo de apnea son necesarias unas aletas, el snorkel y una máscara.

En conclusión lo que pasó hace miles de años como curiosidad del mundo subacuático se fue transformando con el tiempo en un reto y, finalmente en una ciencia. Los ingeniosos aparatos para poder sumergirse fueron evolucionando y el hombre nunca se detuvo ante las dificultades de respirar y moverse bajo el agua de manera confortable y segura.

## 2. OPORTUNIDAD

La idea de construir una escuela de Snorkeling y Buceo en el Cantón Puerto López, se deriva básicamente de la necesidad de explotar las ventajas que tiene el sector eco-turístico por lo que Puerto López aun no es explotado por completo en ese sector; la toma de decisión de reformular, actualizar, socializar y validar un Plan de Desarrollo Estratégico del Cantón aprobado por el municipio de Puerto López, va a lograr una creciente acogida de turistas nacionales y extranjeros al sitio, convirtiéndose en un gran beneficio para la construcción del proyecto. Esta condición brinda la confianza de que el desarrollo y progreso de este lugar se va a dar a pasos agigantados asegurando así que el negocio se ubique en un lugar estratégico donde se fomente el turismo.

Con esto, no solo se busca crear un negocio que genere utilidades, sino también lograr contribuir al desarrollo turístico y a la economía del cantón Puerto López; ya que ésta ofrece un paisaje extraordinario por lo que se procura atraer a personas de distintos cantones cercanos a este y turistas extranjeros como clientes potenciales, que cansados de tanto stress y cotidianidad, se alienten a buscar contacto con el océano para poder observar las maravillas que posee el mar y así conocer la fauna marina. Para ello contará con la ESCUELA DE SNORKELING & BUCEO "ACUÁTICA"

Habitualmente, se observa que las familias de las grandes ciudades, como Guayaquil, Quito, Cuenca entre otras tienden a buscar en sus períodos de vacaciones, en particular los fines de semana un lugar entretenido, sano y recreativo. En relación al lugar del establecimiento, el cantón Puerto López y de acuerdo a la oportunidad de mercado, la demanda se demuestra insatisfecha. Debido a que hay pocos sitios de iguales características que ofrezca este tipo de servicio.

### **3. ANALISIS DE LA INDUSTRIA**

#### **3.1 Análisis de la industria, mercado, competidores y clientes**

El turismo en la actualidad es una fuente muy primordial de ingresos para el Ecuador debido a que esta crea muchas oportunidades de trabajo para las personas, siendo esta una actividad de desarrollo para muchos.

En los últimos 10 años se ha visto un desarrollo paulatinamente en la industria turística del país; si bien es cierto que Ecuador no está al nivel de las grandes potencias turísticas de Latinoamérica, como Argentina, México y Brasil está creciendo potencialmente en el proceso de desarrollo de una planta turística de primer nivel en lo que a servicio, transporte, seguridad y hospedaje se refiere, lo cual indiscutiblemente unido a los extraordinarios y exóticos atractivos turísticos naturales que posee y sobre todo la amabilidad y calidez en el servicio de su gente, sin duda alguna alcanzará un sitio muy importante en la mente y percepción de los turistas de todo el mundo a la hora de seleccionar un destino turístico para recrearse en unas vacaciones mágicas.

Según la Organización Mundial del Turismo (OMT) en un comunicado de prensa difundido en su página web, Ecuador se ubica dentro de los países que durante los primeros meses de 2010, registró un crecimiento positivo de hasta dos dígitos en cuanto a llegada de turistas extranjeros. (Organización Mundial de Turismo, 2010)

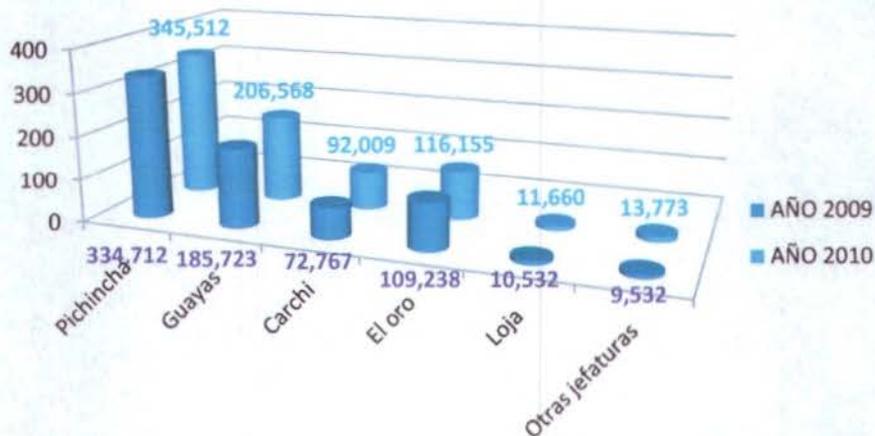
El ingreso en el primer semestre de 2010, tuvo un incremento de 9.38%, al pasar de 464.588 en los primeros seis meses del año 2009 a 508.170 en similar periodo del 2010. (Ministerio de Turismo, 2010)

Estas cifras evidencian llegadas importantes de mercados emisores como : Estados Unidos con 24,01%; Colombia con 19,81% y Perú con 14,94%; mientras que otros mercados como España, Alemania, Gran

Bretaña y Francia contribuyen con valores relativos de llegadas al país de 5,28%, 2,17%, 2,13% y 1,70% respectivamente. (Ministerio de Turismo, 2010)

En el mismo periodo de referencia, alrededor del 97% de movimientos (entradas-salidas) se efectúan a través de cuatro jefaturas de migración ubicadas en los aeropuertos de Quito, Guayaquil y en las fronteras terrestres de Rumichaca y Huaquillas y, según el registro de las jefaturas de migración, del ingreso de extranjeros al Ecuador, el 69% lo hace vía aérea y el 28% vía terrestre. (Ministerio de Turismo, 2010)

Las llegadas de extranjeros al país se registran por los aeropuertos internacionales de Quito y Guayaquil, que representa el 43.97% y el 26.29%, que en conjunto cubren el 70.26% del total de llegadas.



Cuadro No.1

Ingreso de extranjeros al Ecuador por jefaturas de migración años 2009-2010

(Subsecretaria de Turismo del Ecuador, 2010)

La gran biodiversidad de flora, fauna y sus hermosos paisajes representados en parques Nacionales y Reservas Naturales y la calidez de su gente ya que es nuestra materia prima para la realización de un producto de calidad llamado Ecuador.

### 3.1.1 Ecuador como Atractivo Turístico

Es:

- Un país Mega – Diverso
- Un destino turístico sostenible
- El país ubicado en la mitad del Mundo
- Multiétnico y Pluricultural

Tiene:

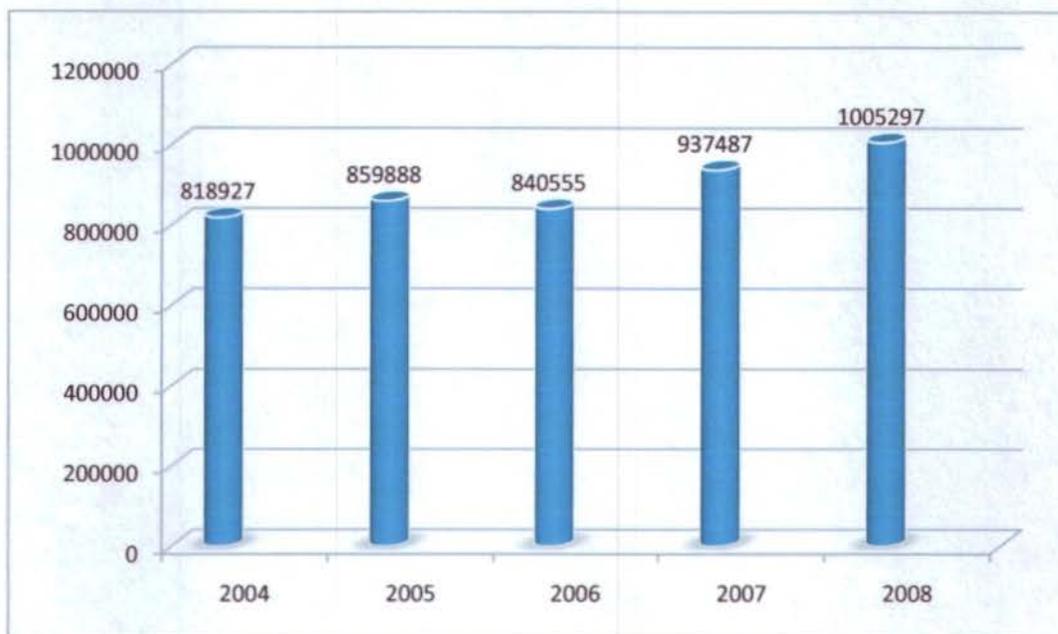
- Recursos únicos de primer nivel
- 14 Nacionalidades y 16 Pueblos
- Gastronomía Típica
- Los destinos Turísticos están cerca tanto así que el turista puede disfrutar de los 4 Mundos que tiene el Ecuador como Mundo Costa, Mundo Andes, Mundo Amazonia, Mundo Galápagos.



FIGURA No.2

**Ecuador cuatro mundos**  
(Ministerio de turismo ,2010)

### 3.1.2 Turismo Receptor



Cuadro No. 2

Llegadas Internacionales al Ecuador años 2004-2008  
(Subsecretaría de Turismo del Ecuador)

En el 2008, el Ecuador alcanzó 1'005.297 llegadas internacionales en comparación con 937,487 en el 2007. El crecimiento en el número de llegadas en el 2008 fue de 7.23% en relación al año anterior.

LLEGADA DE EXTRAJEROS						
	2006	2007	2008	2009	2010	VAR%
ENE	78.856	84.070	92.378	86.544	96.092	11,03
FEB	63.408	69.534	74.174	72.742	89.912	23,60
MAR	63.504	74.929	77.946	72.226	82.421	14,12
ABR	62.108	67.788	67.557	72.910	70.538	-3,25
MAY	57.275	68.583	74.667	70.277	77.619	10,45
JUN	71.789	85.769	89.262	89.889	91.588	1,98
JUL	89.829	101.088	109.250	102.571	110.543	7,77
AGO	77.826	91.309	96.336	87.221	95.207	9,16
SEP	65.198	64.966	73.757	68.124	71.757	5,33
SUB-TOTAL	629.793	708.036	755.327	722.504	785.677	8,74
OCT	66.538	72.365	79.814	77.960		
NOV	65.359	73.273	83.458	76.965		
DIC	78.865	83.813	86.698	91.070		
TOTAL	840.555	937.487	1.005.297	968.499		

**Cuadro No.3**  
**Cuadro de Anuarios de Migración Internacional - INEC (2007-2009-2010)**  
**Dirección Nacional de Migración (2008 - 2011)**  
**Elaboración : Dirección de Planificación Sectorial y Seguridad Turística**  
**Ministerio de Turismo**

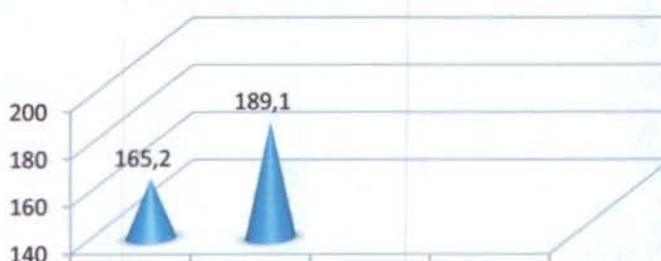
Comparando el año 2009 con el 2010, hasta el mes de Septiembre, se puede observar que el comportamiento en general ha tendido al crecimiento, los meses de mayor crecimiento fueron Febrero y Marzo que alcanzaron el 23.60% y 14.12%, sólo en el mes de Abril existió un decremento del -3.25%. La tasa de crecimiento del periodo analizado es del 8.74%. (Subsecretaría de Turismo del Ecuador, 2010).

### 3.1.3 Principales líneas de productos del Ecuador

- Recreación, Descanso, Sol y Playa
- Cultura, salud, eventos, agroturismo
- Ecoturismo, Naturaleza, Aventura
- Deportes Acuáticos y extremos
- Deportes y Negocios

### 3.1.4 Ingreso de Divisas por Turismo al Ecuador

La información proporcionada por el banco central del Ecuador, demuestra que en el primer trimestre del 2009 se registró USD 165.2 (MILLONES DE DÓLARES) por concepto de ingreso de divisas por Turismo, mientras que en el 2010 se registra provisionalmente un ingreso de USD 189.1 (MILLONES DE DÓLARES), observándose un incremento del 14.46% con relación al primer trimestre del año 2009. (Banco Central del Ecuador, 2011)



Cuadro No. 4

Ingreso de divisas primer trimestre 2009-2010

(Banco Central del Ecuador, 2011)

### 3.1.5 Ubicación del Turismo como rubro de Ingresos

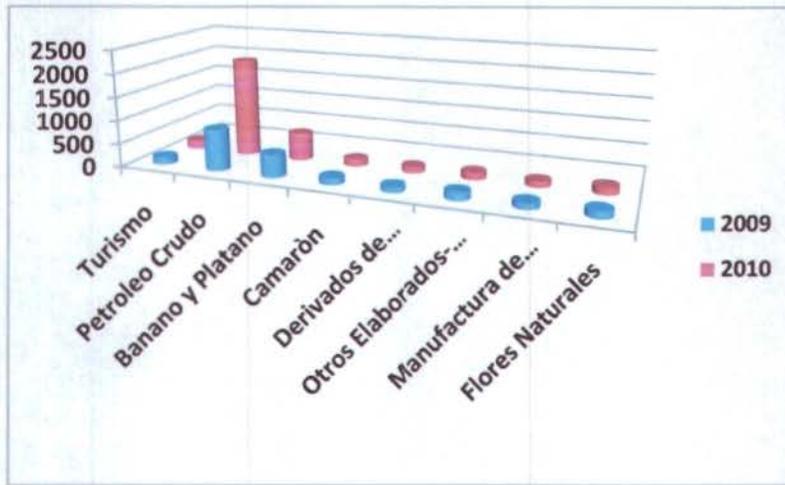
Según los datos publicados por el Banco Central del Ecuador, se observa que en el primer trimestre del 2010 el Turismo se encuentra en tercer lugar, después de las exportaciones de petróleo crudo, de banano y plátano que se ubican en los dos primeros lugares.

INGRESOS POR TURISMO COMPARADO CON LOS INGRESOS DE LAS EXPORTACIONES POR PRODUCTO PRINCIPAL			
Primer trimestre 2009-2010 (En millones de dólares)			
PRODUCTOS DE EXPORTACIÓN	2009	2010	UBICACIÓN
TURISMO	165,2	189,1	3
PETROLEO CRUDO	888,76	2.110,96	1
BANANO Y PLÁTANO	493,46	594,84	2
CAMARÓN	150,2	156,03	6
DERIVADOS DE PETROLEO	123,12	130,54	7
OTROS ELABORADOS-PRODUCTOS DEL MAR	174,94	156,51	5
MANUFACTURAS DE METALES	134,19	127,74	8
FLORES NATURALES	154,68	173,17	4

Cuadro No.5

Ingresos por Turismo comparado con ingresos de las exportaciones por producto principal

(Banco Central del Ecuador, 2011)



**Cuadro No.6**

**Turismo comparado con los principales Productos de Exportación**  
 (Banco Central del Ecuador, 2011)

### 3.1.6 Clientes y competidores

Escuela de snorkeling & buceo tendrá en cuenta que la cantidad y tipo de competidores varia en el tiempo. Esto se debe a los cambios de gustos y necesidades de los consumidores que por cierto serán cada vez más rápidos y esto originara una constante adaptación de la escuela de Snorkeling y Buceo. La cual estará para satisfacer las necesidades y gustos de sus clientes, esto origina la aparición de nuevos competidores ya que la empresa "ACUATICA" es la única compañía que brindara un servicio como Escuela de Snorkeling y Buceo. En la medida en que cada negocio logre adaptarse con suficiente rapidez a los cambios en las fuerzas externas, lograra una ventaja frente a sus competidores. Es importante tomar en cuenta todos aquellos negocios que brinde un servicio similar o diferente al de la escuela de snorkeling & buceo pero que satisfacen una necesidad similar. Es por esto, que distinguiremos los tipos de competidores y a su vez los posibles clientes para la Escuela de Snorkeling y Buceo "ACUATICA" mediante el análisis estratégico de Porter.

**Competidores potenciales:** Futuros inversionistas que deseen poner su capital en Puerto López, creando proyectos con las mismas o similares característica al servicio que ofrecemos.

**Compradores:** Representan el grupo objetivo al que está orientado nuestro servicio, que son aquellos habitantes, turistas nacionales o extranjeros de clase económica media-alta, entre 15-45 años de edad.

**Competidores Indirectos:** Hoy en día no existe competencia directa en Puerto López sin embargo existen otros hoteles, hostales, hostería y operadoras que pueden ser preferidos por ciertas personas,

debido a su poca información de la escuela de Snorkeling y Buce. Entre ellos están:

- Operadora aventura de la Plata
- Hotel Pacifico
- Hostería Atamarí
- Operadora Explora Diving
- Operadora Naturis
- Hostería Tsafiki

### **3.1.7 Proveedores**

La escuela de Snorkeling y Buceo "ACUATICA", necesitará suministradores de confianza, que conozcan sus necesidades y expectativas, es por eso que los proveedores tendrán una gran importancia para la empresa ya que de ahí parte la gestión de la calidad. Las buenas relaciones de los negocios entre los suministradores y el resto de la organización, refiere a beneficios para ambas partes, ayuda a mejorar la calidad final del producto, producto, es por esto que se ha determinado que las relaciones entre los proveedores y la Escuela de Snorkeling y Buceo se basan en:

- Las especificaciones estándar, tales como:
- Coordinación de pagos a los proveedores, con fecha y horario establecido.

Se contará con proveedores como:

- Pycca: Mercadería
- Ocean Reff: Implementos y Equipos para Snorkeling y Buceo
- Arq. Lisseth Luzuriaga: Construcción y decoración.
- Romersa: Implementos de oficina

### **Sustitutos**

Entre estos tenemos las operadoras y hoteles que ofrecen servicios con áreas de recreación, entre otros. Las siguientes son algunas de las razones adicionales por las cuales la Escuela de Snorkeling y Buceo "ACUATICA" puede tener ventajas:

- Ubicación geográfica.
- Variedad y calidad de productos o servicios.
- Precios más bajos.
- Publicidad.

### 3.2 Análisis Pest

Factores macro y micro entorno (PEST)

#### Político

El gobierno está a favor de que la provincia de Manabí tenga un desarrollo considerable en lo que respecta el turismo, por lo que ayuda favorablemente con lo que concierne a infraestructura:

- El gobierno provincial de Manabí está planificando obras de infraestructura que requiere el desarrollo socio-económico provincial.
- Solicitará la disponibilidad presupuestaria y económica una vez que los presupuestos contengan la documentación requerida.
- Velará por el cumplimiento de las órdenes dictadas por el Consejo Provincial relativas a los asuntos que dependan de la Dirección de Obras Públicas, así como cumplir con los objetivos fijados para el año.
- Solicitará al Consejo Provincial declare de utilidad pública o de interés social los bienes inmuebles que deban ser expropiados para la realización de los planes de desarrollo provincial.
- Requerirá a los Jefes Departamentales la presentación de informes mensuales o cuando lo exijan las circunstancias de las actividades realizadas en cada área técnica.

Se está realizando un Plan Nacional de Forestación y Reforestación que proponía la plantación de 750 mil hectáreas de especies exóticas; incluso la educación avanzó en tres puntos importantes: la consolidación de varias políticas de Estado a través del Plan Decenal, el aumento del presupuesto de inversión en educación a través de fuentes extras (decretos de emergencia) y el mayor acceso de los niños a los primeros años de educación básica.

## **Económico:**

Manabí está conformada por 22 cantones. Estos son: Portoviejo, Bolívar, Chone, El Carmen, Flavio Alfaro, Junín, Jipijapa, Manta, Montecristi, Paján, Pichincha, Rocafuerte, Santa Ana, Sucre, Tosagua, 24 de Mayo, Olmedo, Jaramijó, Puerto López, Jama, Pedernales, San Vicente. Manabí tiene, según el último censo de población y vivienda 1.186.025 habitantes, de los cuales 596.502 son hombres (50,3%) y 589.523 corresponde a mujeres (49,7%). La población de la provincia representa el 9,8% de la población total del Ecuador.

La población económicamente activa manabita es de 382.106 habitantes que representa el 8,3% de la población total de la provincia. 151.074 están en el sector primario. 46.779 habitantes en el sector secundario y 150.417 en el terciario. 2.218 están considerados nuevos trabajadores. Puerto López es la capital eco turística de la costa Ecuatoriana. Ubicado en el extremo sur-oeste de la provincia de Manabí. Tiene una extensión de 449km cuadrados y es la sede del Parque Nacional Machalilla. Este hermoso balneario ofrece su colorido, paisajes, gastronomía, para que los turistas puedan disfrutar de numerosas actividades, entre las cuales destacamos el avistamiento de cetáceos o el ecoturismo.

La playa de Puerto López es uno de los parajes más hermosos de la costa ecuatoriana. En la última década ha logrado un importante desarrollo turístico y comercial.

Dos rompeolas naturales dan origen a una ensenada, provocando que las aguas del Océano Pacífico lleguen tranquilamente a la playa.

Su temperatura varía entre los 25 y 30 grados centígrados. Enero a junio la influencia de la Corriente de Panamá con las temperaturas altas, a menudo sobre 30 grados Celsius, y períodos de lluvia, a menudo por la tarde.

Julio a Diciembre, por otro lado, la influencia de la corriente de Humboldt. Esto significa que está más fresco con nubosidad y llovizna o garúa, aunque se pone soleado y seco al acercarse el nuevo año.

La playa de Puerto López es una región dedicada al turismo y al cuidado del medio ambiente, siendo punto de partida perfecto para descubrir las maravillas naturales del Parque Nacional Machalilla.

Puerto López es un pueblo pequeño, de aproximadamente 18.000 personas en la costa de Ecuador. Es el centro principal del cantón Puerto López que incluye Machalilla al Norte y en la parte sur esta Salango, Rio Chico, Puerto Rico, Las Tunas, Ayampe. La región ofrece una amplia gama de alojamientos y restaurantes para satisfacer cada presupuesto.

Su playa amplia y espectacular, se puede realizar diferentes actividades como paseo a caballo, camping, caminata, pesca, esquí acuático, parapente, alas delta, banana, surf, kite surf, buceo deportivo y snorkeling. Además no hay que olvidar que en la Playa de Puerto López se puede disfrutar de la danza de las ballenas jorobadas durante su migración anual a las cálidas aguas del Pacífico.

### CANTÓN PUERTO LÓPEZ

#### POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA DE 5 AÑOS Y MÁS, POR SEXO SEGÚN GRUPOS OCUPACIONALES

GRUPOS DE OCUPACIÓN	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
<b>TOTAL</b>	<b>4.827</b>	<b>4.227</b>	<b>600</b>
MIEMBROS PROFESIONALES			
TÉCNICOS	170	85	85
EMPLEADOS DE OFICINA	115	72	43
TRAB. DE LOS SERVICIOS	521	409	112
AGRICULTORES	1.770	1.734	36
OPERARIOS Y OPERADORES			
DE MAQUINARIAS	650	603	47
TRAB. NO CALIFICADOS	1.037	851	186
OTROS	564	473	91

#### SEGÚN RAMAS DE ACTIVIDAD

RAMAS DE ACTIVIDAD	TOTAL	HOMBRES	MUJERES
<b>TOTAL</b>	<b>4.827</b>	<b>4.227</b>	<b>600</b>
AGRICULTURA, GANADERÍA			
CAZA, PESCA, SILVICULTURA	2.345	2.295	50
MANUFACTURA	225	184	41
CONSTRUCCIÓN	218	216	2
COMERCIO	586	516	70
ENSEÑANZA	127	49	78
OTRAS ACTIVIDADES	1.326	967	359

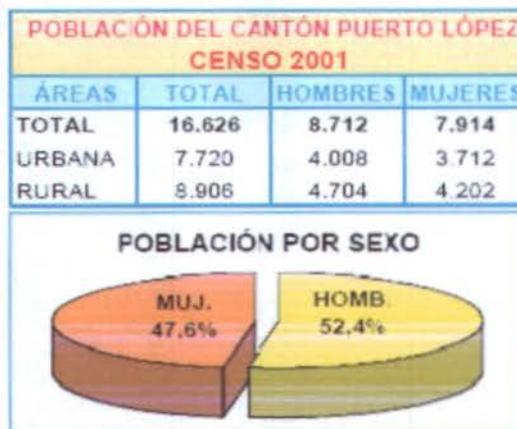
**Cuadro No.7**

**Cuadro de la Población Económicamente Activa**

**Elaborado por: Las autoras**

## Socio-cultural

La tasa de natalidad de Manabí es bastante alta, gran parte de la población se encuentra en el sector rural pese al crecimiento acelerado de la población urbana. Los habitantes de esta provincia son relativamente jóvenes. El fenómeno migratorio registra tasas muy elevadas, cuyos destinos son básicamente Guayas y Pichincha.



Cuadro No.8

Cuadro de la Población Del cantón Puerto López

Elaborado por: Las autoras

El clima de Manabí oscila entre subtropical seco y tropical húmedo; la temperatura no es uniforme, podemos citar a Portoviejo, cuya temperatura media es de 25 grados centígrados, y al Puerto de Manta con 23.8 grados centígrados de temperatura. El verano en esta región, debido a la corriente fría de Humboldt, no es tan caluroso y va de Junio a diciembre. El invierno es caluroso, comienza en diciembre y termina en mayo.

Al ser una provincia de la región costanera, sus elevaciones no sobrepasan los 700 metros sobre el nivel del mar. La costa manabita tiene una extensión de 350 kilómetros; su principal cordillera, la de Chongón-Colonche que viene del Guayas, es la columna vertebral de la región y

toma los nombres de Paján y luego de Puca. También están los cerros de Hojas y Montecristi; hacia el Norte está la cordillera de Balzar; se une con los cerros de los Liberales y de Canoa, Y forma un ramal que junto con los cerros de Jama continúa hacia el Norte con el nombre de Coaque.

Los accidentes geográficos de mayor importancia de Norte a Sur son: las puntas pedernales, Ballena, Palmar, Brava, Lharapoto, Bahía de Caráquez, Manta, Cújimés y de Crucita; los cabos Pasado, San Mateo y San Lorenzo; las Bahías de Cojimés, de Caráquez y de Manta; las ensenadas de Jama, Crucita, Cayo y Machalilla. También deben mencionarse las montañas de Calceta y de Flavio Alfaro; el cerro La Azucena, las montañas de Convento y la cordillera La Iguana entre Manabí y Guayas. Frente a Cayo, a 15 kilómetros de la costa se encuentra la isla de La Plata con una superficie de 6,75 kilómetros cuadrados; cabe mencionar otra de menor extensión que es la de Salango.

- Recursos Naturales: cacao, café, banano, arroz, algodón, recursos pesqueros y minerales.
- Industrias: Procesadoras de pescado, alimentarias, de bebidas, manufacturera, Jabones, tabaco, artesanías en paja y mimbre. La avicultura y piscicultura tienen gran desarrollo.
- Comercio: Exportación a través del puerto marítimo de enlatados de pescado, sombreros de paja toquilla, alimentos, frutas, café, banano y productos derivados del cacao.

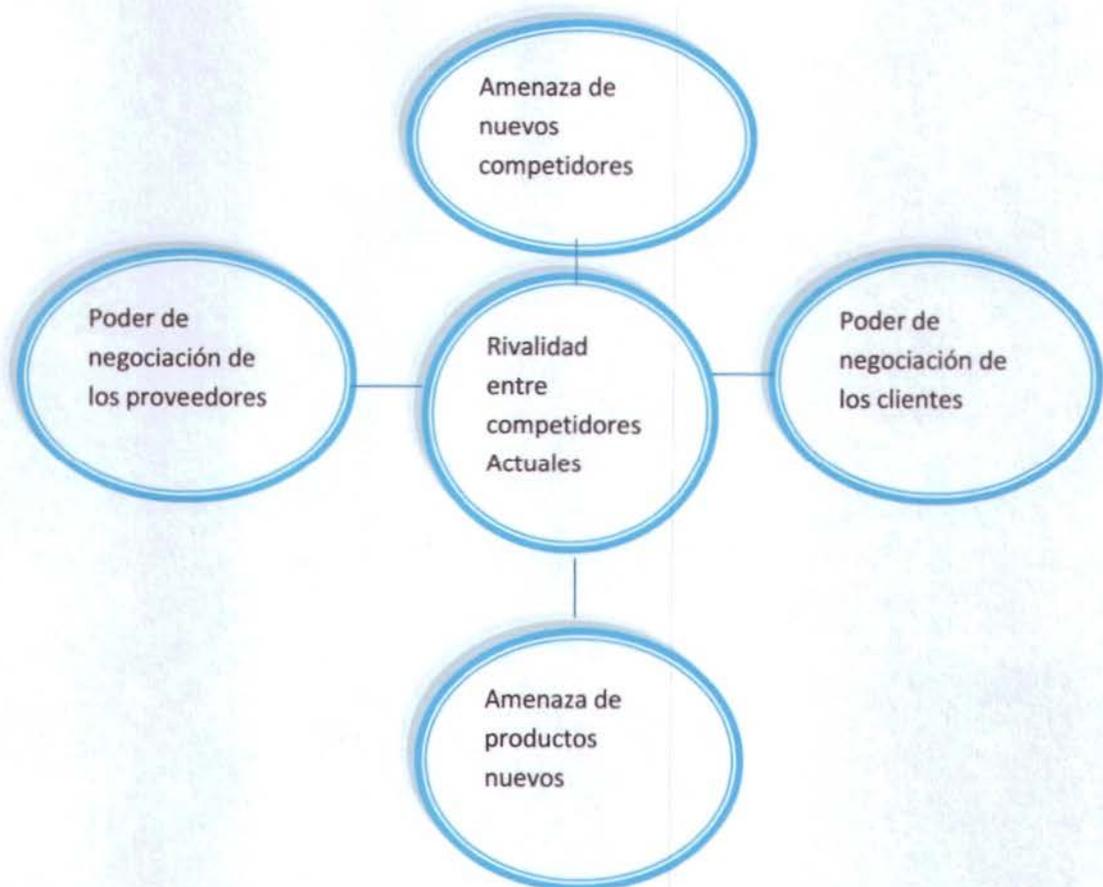
## **Tecnológico**

El Gobierno actual del Ecuador mantiene planes de mejorar las telecomunicaciones, tanto en el acceso a nuevas tecnologías como el uso del internet, el cual será un gran reto ya que no hay la educación necesaria tanto en instituciones públicas, como escuelas y colegios por lo que no cuentan con los equipos necesarios y las personas capacitadas para hacerlo. El problema existe y es de mucha importancia, se puede observar también que algunos sectores no tienen acceso a tecnología u otros medios de comunicación, y esto hace la situación muy crítica.

En lo que respecta la Escuela de Snorkeling & Buceo será promocionada tanto nacional como internacionalmente, y esto será posible con la utilización de correos electrónicos circulados a distintas bases de datos, la realización de página Web y redes sociales como el Facebook y el Twitter por lo que el internet es la mejor forma de darse a conocer a nivel mundial, manteniendo así buenas relaciones internacionales, captando la atención de nuevos clientes y llegando a nuevos mercados o lugares considerándose esto como una excelente estrategia de marketing y ventas.

### 3.3 Análisis Porter

En la actualidad hay que pensar en la competencia al momento de analizar la situación de una compañía al implementar una estrategia principalmente en aquellos que prestan servicio similar. El análisis Porter es de gran aporte para estudiar la situación competitiva de una empresa dentro del sector de actividad; las fuerzas serían:



- **PODER DE NEGOCIACION DE LOS PROVEEDORES.-** Se tendrá un bajo poder de negociación con relación a la mayoría de estos, ya que en el mercado no existe un monopolio sino una gran variedad de alternativas a escoger y debido a esto podemos obtener una mejora en precios y calidad.
- **RIVALIDAD ENTRE COMPETIDORES.-** Se tendrá un nivel bajo de rivalidad ya que en el ámbito de Snorkeling & Buceo no existe una competencia directa pero se cree que con un futuros estos aparecerán debido a que los competidores, lo vean con un mercado interesante.
- **PODER DE NEGOCIACIÓN DE LOS COMPRADORES.-** Se tendrá un poder de negociación medio ya que la empresa está enfocada en adolescentes hasta mayores de tercera edad. Y este poder dependerá de muchos factores como la oferta, la demanda y la temporada, por lo tanto se puede decir a primera vista, en un análisis previo, que este poder es medio.
- **COMPETIDORES POTENCIALES.-** Se tendrá un nivel bajo de competencia potencial ya que el Cantón de Puerto López no hay tanto desarrollo turístico y en futuro no muy lejano el ambiente turístico incrementará dando origen a la creación de nuevos hoteles, hostales, restaurantes, entre otros servicios.
- **PRODUCTOS SUSTITUTOS.-** Se tendrá un nivel de amenaza baja ya que no existen diferentes opciones para elegir en cuanto a servicios de alojamiento, alimentación, recreación y centro de enseñanza de Snorkeling y Buceo.
- **CONCLUSION FINAL.-** Considerando las cinco fuerzas de Porter se puede llegar a la conclusión que el mercado en que estamos apuntando es muy atractivo.

## **4. LA EMPRESA**

La empresa es la institución que se encarga 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 de una tecnología avanzada y una serie de mecanismos, recursos o insumos que contribuyan a un adecuado funcionamiento.

### **4.1 Razón social**

OPERADOR DE BUCEO & SNORKELING S.A

RUC: 0994525366001

### **4.2 Nombre comercial**

"ACUATICA"

### **4.3 Lugar y fecha de constitución**

Puerto López, 1 septiembre del 2012

### **4.4 Fecha de inicio de operación**

2013

### **4.5 Nombre, Logo, Slogan**

Escuela Snorkeling & Buceo "ACUATICA"

Slogan: Vive una Experiencia bajo el Mar

LOGO Y SLOGAN



#### **4.6 Misión**

La misión de "ACUÁTICA" es educar y cuidar el medio ambiente practicando deportes acuáticos, brindando a los turistas nacionales y extranjeros una experiencia diferente de relax, distracción y aventura acuática.

#### **4.7 Visión**

La visión de "ACUÁTICA" es: consolidar el posicionamiento de la escuela de Snorkeling & Buceo como referente en la Costa del Pacifico Sur, abarcando gran parte del mercado turístico, gracias a un servicio de calidad con un personal eficaz y eficiente que cumpla con todos los requerimientos del cliente.

## 4.8 Valores

### ➤ Trabajo en equipo

El trabajo será siempre en equipo ya que así se lograra mantener una sinergia, los colaboradores trabajan en conjunto, demostrando compromiso y respeto a los valores de la empresa, somos recíprocos con la confianza impuesta en cada uno de nosotros.

### ➤ Satisfacción del cliente

Los colaboradores de la empresa estarán altamente capacitados para resolver cualquier inquietud y requerimiento del cliente brindándole un servicio de calidad para que el cliente se sienta satisfecho y contento por la amabilidad recibida dentro de la Escuela de Snorkeling & Buceo.

### ➤ Responsabilidad Social

Realizar las cosas de una manera conforme y en el instante que los colaboradores, proveedores y clientes lo requieran, por eso la responsabilidad es un pilar importante en el día a día de la empresa.

### ➤ Liderazgo

La empresa tiene personas comprometidas en dar ejemplo como influyendo positivamente en el trabajo de los demás y generando un trabajo de equipo que produce resultados exitosos.

➤ **Honestidad**

La confianza que forme en las personas, el trabajar de una manera coherente y sincera, dentro de un marco de honestidad y transparencia hacia los clientes y entre nosotros mismos.

➤ **Excelencia en el servicio**

Esta es una de las consideraciones que más se debe tomar en cuenta ya que es muy primordial en las empresas, por este motivo la escuela de Snorkeling & Buceo se considera competente en este aspecto, brindando un servicio excelente, eficaz y eficiente satisfaciendo así las expectativas de nuestros clientes.



## **4.9 OBJETIVOS**

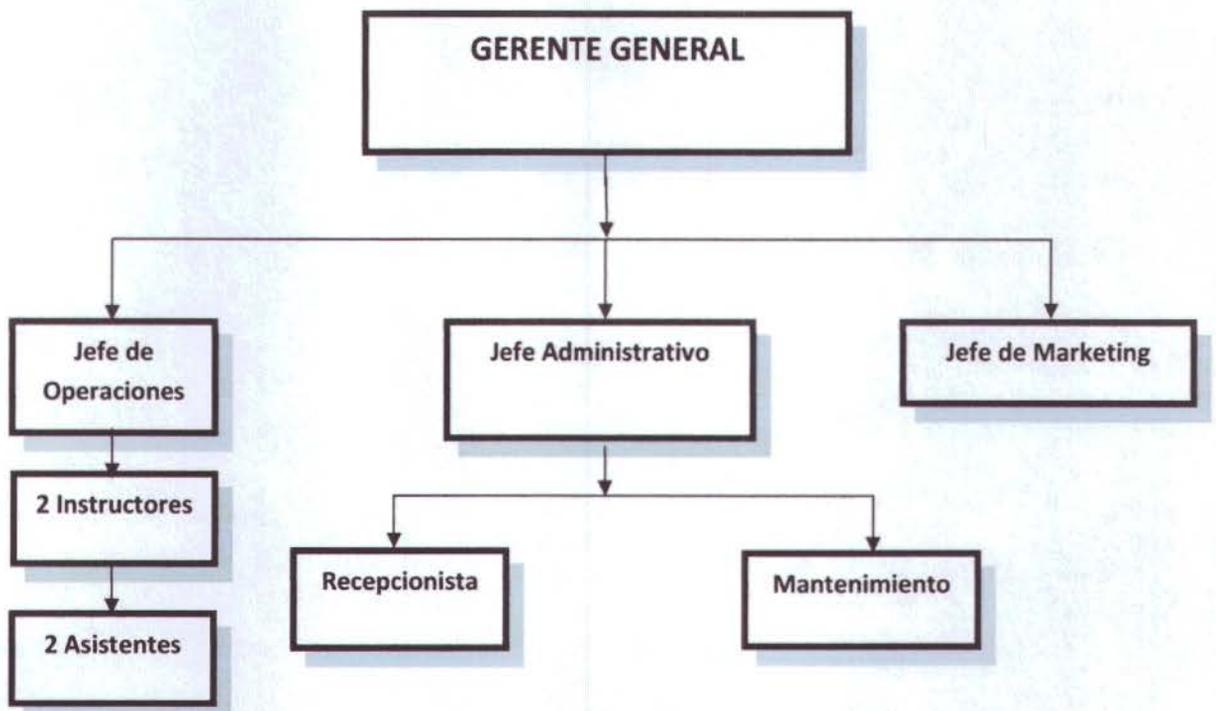
### **4.9.1 Objetivo General**

Alcanzar un nivel de rentabilidad del 20% logrando posicionar a la Escuela de Snorkeling & Buceo "ACUATICA" como destino principal del mercado objetivo.

### **4.9.2 Objetivos Específicos**

- Lograr la venta del producto y servicio para alcanzar un porcentaje de rentabilidad de 20%.
- Lograr el reconocimiento de la escuela de Snorkeling & Buceo y sus alrededores, en el periodo de 6 meses a partir de nuestra apertura.

#### 4.10 ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL



#### **4.11 Equipo gerencial**

Para lograr el éxito en una organización u empresa es necesario que los equipos gerenciales trabajen agrupadamente para así conseguir resultados propicios con un objetivo específico de productividad, además del compromiso por la gestión o la condición de los resultados dentro de una organización. El trabajo en equipos es exigente ya que debe ser practicado desde la alta gerencia de la organización, pues es la clave para enfrentar los nuevos desafíos de las empresas.

El equipo gerencial de la empresa estará formado por cuatro personas naturales quienes a su vez son los accionistas de la Escuela de Snorkeling & Buceo.

#### **PERFIL DE JENNIFER HUACON**

- 22 Años
- Soltera
- Egresada de la carrera Hotelería y Turismo.
- Experiencia laboral como asistente del departamento de ama de llaves.
- Persona puntual, creativa, disposición para aprender y asumir los retos y metas que la organización pudiera plantear, facilidad para trabajar en equipo, conocimiento en sistemas y manejo de internet.

#### **PERFIL DE GABRIELA SANMARTIN**

- 23 Años
- Soltera
- Egresada de la carrera turismo y hotelería
- Experiencia laboral en atención y servicio al cliente y ventas.
- Persona hábil, con la capacidad de trabajar bajo presión.

- Deseo de trabajar y desempeñarse en las funciones que la organización disponga.

#### **PERFIL DE ANDRES ARIAS**

- 24 Años
- Soltero
- Egresado de la carrera de Emprendedores
- Experiencia laboral en el departamento de ventas como jefe de ventas en la empresa Kanabel S.A lo cual es indispensable para la empresa ya que tiene un amplio conocimiento en ventas.
- Capacidad de trabajar bajo presión, creativo, rápido, Persona puntual.
- Conocimiento en programas, en ventas, y en informes.

#### **PERFIL DE RECALDE GEO**

- 27 Años
- Egresado en Medicina General
- Experiencia laboral en Estados Unidos
- Capacidad de trabajar bajo presión, cumplido, experiencia laboral con clientes.
- Conocimientos en el campo medicinal lo cual es muy importante para cualquier emergencia en el proyecto
- Persona hábil.

#### 4.12 Cuadro de Accionistas

Apellidos y Nombres completos	Cedula	Valor que aporta c/u
Huacón Plus Jennifer	0924875248	14.000
Sanmartín Blacio Gabriela	0924536985	14.000
Arias Granda Andrés	0923654789	7.000
Recalde Ochoa Geo	0965874555	7.000

Cuadro No 9

Elaborado por autoras

## 5. PLAN MARKETING

El propósito del plan de marketing es lograr que las personas acudan a la escuela de Snorkeling y Buceo, y ocupen la opción de entretenimiento que esta les ofrece; esto se conseguirá posicionando la escuela de Snorkeling & Buceo en la mente de las personas como un lugar único de entretenimiento, y aventura acuática, conjugando todos estos con el entorno natural de la zona.

El mercado meta son los turistas nacionales y extranjeros que gustan de los deportes acuáticos, vida marina, naturaleza, la aventura, y conocer lugares que engloban un ambiente natural; el nicho de mercado serán las familias que realizan viajes de turismo a nivel nacional.

Para lograr el objetivo planteado, se utilizarán las siguientes herramientas de marketing, las cuales son: avisos clasificados en los periódicos y en revistas especializadas de turismo, publicidad en televisión, publicidad radial, volantes o trópticos, publicidad en internet y vallas publicitarias. Además de esto, nuestra identidad estará basada en la calidad del servicio y opciones distintas que brindaremos a los clientes, así como el respeto y la honestidad en cada una de las actividades que se realicen.

## **5.1 Análisis situacional**

Es de gran importancia la identificación del mercado donde se desea competir, ya que de este modo se puede determinar cuál es la estrategia adecuada para alcanzar una mayor presencia en el mercado. Existe una gran cantidad de compradores en cuanto a costumbres y necesidades se refiere, se debe elegir un segmento de mercado que genere un volumen suficiente de ventas y más aun un precio apropiado que proporcione ingresos que justifiquen la inversión requerida . (BOWEN, KOTLER, & MAKENS, 1997)

### **5.1.1 Análisis de mercado**

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 hasta personas de las tercera edad y que sean personas con un nivel socio económico medio.

### 5.1.2 Análisis de FODA

El análisis FODA permitirá identificar con más claridad las ventajas y desventajas de la empresa sobre el entorno.

#### Fortalezas

- Es la primera escuela de Snorkeling & Buceo en Puerto López promoviendo de una manera u otra esta actividad en la zona.
- Un personal altamente capacitado, con instructores con experiencia y autorizados para la capacitación a los clientes.
- Costo accesible.
- Producto destinado al turista local e internacional.
- La ubicación estratégica, la cual se puede movilizar a diferentes destinos turísticos y disfrutar de sus hermosas playas y paisajes.
- Producto innovador tanto para turistas nacionales como internacionales.

#### Oportunidades

- Atractivos naturales que posee Puerto López.
- Tener condiciones naturales adecuadas para el desarrollo del Proyecto como, ambiente natural con clima tropical y lleno de flora y fauna, así como de atractivos naturales.
- Existen diversos medios para publicitar.
- Iniciativas de mejoramiento turístico en Puerto López por parte del ministerio de turismo
- Mano de obra nativa disponible en la zona, lo cual ayudará al desarrollo de la misma.

## **Debilidades**

- No tener el conocimiento del comportamiento que van a tener los consumidores.
- Falta de conocimiento e información de la gente en general acerca de la duración de los cursos de Snorkeling y Buceo.
- Falta de publicidad en la zona, ni el municipio ni las autoridades provinciales gestionan estrategias para difundir los atractivos de la zona del Cantón Puerto López.
- Ausencia de alta tecnología y sistemas.

## **Amenazas**

- Competidores en el nuevo mercado
- Se puede considerar como amenaza a la oportunidad que se le da a los capitalistas para poder ejecutar un negocio de nuestro estilo y ser una nueva competencia directa e indirecta de la empresa.
- Incremento de la delincuencia a nivel Nacional.
- Falta de apoyo por parte de las autoridades municipales y provinciales en la puesta en marcha.

### 5.1.3 Análisis de la competencia: directo-indirecto



Figura No.3

Se tendrá un nivel bajo de competencia potencial, debido a que actualmente en Puerto López, un importante destino Manabita en la Costa del Ecuador, aún no hay el desarrollo turístico debido a la falta de promoción turística, por lo que se poseerá un nivel de amenaza bajo en cuanto a que no existen diferentes opciones para elegir una escuela de Snorkeling y Buceo, por lo cual en un futuro no muy lejano el ambiente turístico incrementará dando origen a la creación de nuevos lugares de servicio turístico. Aun así el grupo de los competidores indirectos está conformado por hoteles y operadoras de la zona que son aquellos que satisfacen la misma necesidad de una manera muy similar, aunque estos establecimientos sean pocos, a más de otro grupo de competidores indirectos que son los propios habitantes de la comunidad que muchas veces crean de una manera u otra tours en lanchas con la finalidad de satisfacer al cliente aunque el producto ofrecido no sea similar.

### CUADRO COMPARATIVO DE PRECIOS

Hoteles y Hosterías	Hostería Atamari	Mantarraya Lodge	Hostería Alándaluz	Hotel Casa Ceibo
Por Día	45	40	43	45
Por 3 días (martes-jueves)	150	140	150	140
Por 3 días (viernes-domingo)	180	170	150	180

Cuadro No.10

Elaborado por autoras

Operadoras Turísticas	Aventura de la Plata	Ecuador Amazing	Excurpacific	Exploradiving
Por Día	35	40	43	35
Por 3 días (martes-jueves)	140	130	140	140
Por 3 días (viernes-domingo)	160	150	170	170

Cuadro No.11

Elaborado por autoras

### CUADRO DE ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA (SERVICIO)

Empresa Servicio	ACUATICA	Aventura de la Plata	Ecuador Amazing	Hostería Atamari	Mantarraya Lodge
<b>Aulas</b>	<b>2</b>	NO	NO	NO	NO
<b>Parque Privado</b>	SI	NO	NO	SI	SI
<b>Instructores Profesionales</b>	SI	SI	SI	SI	NO
<b>Refrigerio</b>	SI	NO	NO	NO	NO
<b>Equipo para Buceo</b>	SI	NO	NO	NO	NO
<b>Equipo para Snorkeling</b>	SI	NO	NO	NO	NO
<b>Ubicación Estratégica</b>	SI	NO	NO	NO	NO
<b>Áreas Verdes</b>	SI	NO	NO	SI	SI
<b>Piscina</b>	SI	NO	NO	SI <small>(no adaptadas para practica de buceo)</small>	SI <small>(no adaptadas para practica de buceo)</small>
<b>Área de descanso</b>	SI	NO	NO	SI	SI
<b>Tienda para Souvenirs</b>	NO	NO	NO	NO	NO

Cuadro No.12

Elaborado por autoras

#### **5.1.4 Producto y Servicio**

La escuela de Snorkeling & Buceo estará ubicada en el cantón Puerto López, provincia de Manabí. En las calles Gonzales Suarez y Todos los Santos, cerca de la mayor atracción que son sus playas alrededor. Escuela de Snorkeling & Buceo será un lugar donde los estudiantes tendrán una experiencia distinta fuera del ruido de la ciudad, dejando así a un lado su vida cotidiana, esta escuela contará con 2 aulas, cada una con capacidad para 18 personas, equipadas para la comodidad del cliente, además dispondrán de una recepción con sala de espera la cual contará con muebles adecuados para los clientes y las instalaciones respectivas para el buen funcionamiento de la Escuela de Snorkeling & Buceo. También poseerá un ambiente natural con personal altamente capacitado para atender a los clientes de una manera personalizada.

#### **Contará con el siguiente horario de atención**

- La Escuela de Snorkeling & Buceo funcionará de Martes a Domingos y feriados en horario de 9:00 – 12.00 y de 13:00 a 18:00.
- 2 Aulas para el aprendizaje de los alumnos
- Sala de espera
- Recepción
- Garita
- Piscina
- Áreas verdes
- Baños
- Vestidores
- Internet con servicio Wi-Fi

#### **Otros servicios**

- Parqueo privado
- Refrigerio

- Guianza por los Instructores para los Estudiantes
- Enseñanza teórica y practicar de los deportes ofrecidos

## PRODUCTO

Se contará con una gran piscina para la práctica necesaria de los alumnos, que sin duda es uno de los productos más destacados ya que en este se practicarán todo lo aprendido en el transcurso de las clases dadas por los excelentes instructores que cuenta la Escuela de Snorkeling & Buceo "ACUATICA"

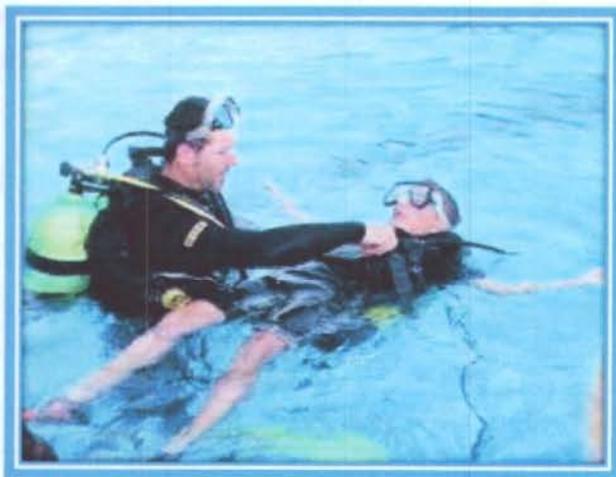


Figura No.4



Figura No.5

### 5.1.5 Factores críticos de éxito

Toda empresa aspira con el transcurso del tiempo lograr tener éxito empresarial, para esto se cuenta con un equipo gerencial capacitados de integrar los recursos de la empresa por objetivos y metas realizables de una manera que se alcance una mayor calidad en su servicio con el único objetivo de satisfacer un mercado cada vez más rígido.

En conclusión la Escuela de Snorkeling & Buceo considera cinco factores indispensables para conseguir el éxito que tanto se anhela en el mercado tales como:

- Ubicación en una zona estratégica
- Calidad de servicio
- Tecnología avanzada
- Confort
- Innovación

## **5.2 Estrategia de marketing**

### **Objetivo General**

Implementar estrategias de marketing en la Escuela de Snorkeling & Buceo deportivo ACUÁTICA para lograr posicionamiento en el mercado turístico.

#### **5.2.1 Objetivos Específicos**

- Realizar un estudio sobre las necesidades de los turistas potenciales y de los posibles servicios que podríamos prestar como Escuela de Snorkeling & Buceo ACUÁTICA.
- Analizar las fortalezas y debilidades de nuestro servicio para poder maximizar nuestras fortalezas y minimizar nuestras debilidades , para que Escuela de Snorkeling & Buceo ACUÁTICA se conviertan en el lugar de preferencia para los turistas .
- Realizar la segmentación de mercado y definir el mercado meta.

### **5.2.2 Segmentación.**

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 bajo, 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 caracteriza a Puerto López.

#### **Micro-Segmentación**

El Centro de actividades acuáticas 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, con ingresos superiores anuales a \$276.480.00

### **5.2.3 Clientes objetivos**

Parejas jóvenes o grupos de amigos, ya sean del país o del extranjero interesados en realizar deportes acuáticos y actividades aventura. Personas mayores, ya sean matrimonios o de la tercera edad, que desean salir para disfrutar, tener contacto con el mar y buscar una nueva experiencia.

### **5.2.4 Posicionamiento**

El posicionamiento de la "Escuela de Snorkeling & Buceo ACUÁTICA" se centrará en la diferenciación del servicio, es decir, se brindará servicios adicionales a los clientes de la escuela, no solo clases, sino también se dará guianza turística en el cantón Puerto López al transcurso de la práctica en el mar ya sea la Isla de la Plata o Isla de Salango, y todas las comodidades propias de una Escuela como un tiempo libre en la área de espera, para que su estancia en la Escuela de Snorkeling & Buceo sea inolvidable e incomparable a la de otros lugares que ofrecen un servicio similar, y así ser su primera opción al momento de tomarse unos días de entretenimiento y experiencia única con el medio acuático, fuera del ruido y del stress de la ciudad.

En el sector donde se desarrollará el proyecto, existen varios hostales y hoteles que prestan un servicio de entretenimiento similar, pero estos no se consideran competencia directa de la Escuela de Snorkeling y Buceo porque no cuentan con instructores capacitados para el servicio, es decir, no están enfocados en el aprendizaje de Snorkeling y Buceo. Esto de una ventaja el posicionamiento con respecto al grupo objetivo.

### **5.2.5 Declaración del posicionamiento**

Es un lugar excepcional, fuera de lo común, con un cuidadoso manejo del ambiente eco turístico y los paisajes, con playas hermosas, que representan una alternativa para las personas que les gustan disfrutar de los deportes acuáticos, de la vida marina y la naturaleza, pero con diferentes comodidades que brindan confort.

“Escuela de Snorkeling & Buceo ACUÁTICA” les ofrece una agradable experiencia junto a los suyos en armonía con la naturaleza, disfrutando de sus playas, paisajes y su flora y fauna.

### 5.2.6 Marketing MIX

Según Valdés (1996) *En definitiva , para llegar al mercado con el producto deseado y en las condiciones estratégicas requeridas, se han de tomar un conjunto de dediciones 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 (actividades de comunicación y fuerza de ventas).*

La escuela de Snorkeling & Buceo "ACUÁTICA" ha decidido utilizar las herramientas del marketing, mejor conocida como las 4P's, para poder cumplir con el objetivo de generar la respuesta deseada en el mercado meta.

- Producto
- Precio
- Plaza
- Promoción

### 5.2.6.1 Producto o servicios

#### Características de Terreno e Infraestructura

- Se dispone de un terreno aproximado de 800 m<sup>2</sup>.- en los cuales se levanta nuestra Escuela de Snorkeling & Buceo "ACUÁTICA" dividida por sus diferentes instalaciones, piscina, aulas, recepción, sala de espera, vestidores y áreas verdes .(ver anexo 2)
- La Escuela dispone de 2 Aulas, las cuales cuentan con todas las herramientas necesarias para el aprendizaje, cada una de ellas con pizarra, aire acondicionado, pupitres y escritorios. (ver anexo 3)
- Se contará con una acogedora sala de espera, donde los clientes podrán sentirse de una manera agradable. La cual dispondrá con aire acondicionado, tv y muebles.

## Servicios especiales de la Escuela

- Se cuenta con una hermosa piscina para el aprendizaje de los Estudiantes.
- Gracias a las hermosas islas y playas que posee la zona, se le da la alternativa de que el cliente pueda elegir las opciones que da la escuela para que realicen las prácticas en el mar, brindándoles la información necesaria de cada sitio.
- También se ofrece una guía incluida, mientras se hace el recorrido a la playa en la cual se pondrá en práctica todo lo aprendido dentro de la escuela, mostrando así a los turistas los atractivos, culturas, flora y fauna que posee la zona, sin duda también se le dará información de la gastronomía típica del territorio, brindándoles a los turistas además de experiencia, conocimiento.
- Como punto principal se ofrece la práctica en la hermosa Isla de la Plata y Isla de Salango, donde los clientes podrán disfrutar junto a los guías e instructores de un momento maravilloso e inolvidable recorrido, descubriendo la vida marina que posee estas hermosas playas, que encantarán sus sentidos y los llevarán a un mundo de fantasías, donde también podrán tomar un refrescante baño y sumergirse en sus profundas playas.

## **Atributos Naturales**

- El Cantón Puerto López cuenta con temperatura entre 25 y 29°C.
- A su vez una de las características más importantes de la zona es la gran diversidad de atractivos y sus playas hermosas, donde se puede practicar deportes acuáticos además no se puede dejar a un lado, la danza de las ballenas jorobadas durante su migración anual a las cálidas aguas del Pacífico.
- Además se cuenta con una impresionante vista ya que Puerto López posee sin duda uno de los parajes más hermosos de la costa Ecuatoriana, las cuales invitan a despertar el interés de los turistas tanto nacionales como internacionales.

## **Servicio al Cliente**

- Se brindará un servicio de calidad y personalizado en cada una de las áreas de nuestra Escuela de Snorkeling & Buceo, brindando así la satisfacción que los clientes se merecen.
- Se cuenta con un personal capacitado en cada una de sus áreas, listos en todo momento para brindar un buen servicio siempre con una sonrisa.

### 5.2.6.2 Precio

Este factor es clave para la venta del servicio, es por esto, que se cree que las estrategias se dirigen a diferenciación, por lo que se debe ofertar servicio de calidad e igualmente definir los precios que logren compensar completamente las necesidades del posible alumno de la escuela de Snorkeling y Buceo, que también alcance a cubrir los costos, de tal manera que los clientes potenciales muestren el poder adquisitivo suficiente para poder acceder a los grandes servicios. La situación competitiva en cada mercado y en cada momento condiciona fuertemente la fijación tanto de los precios base como de todo el mercado de precios de un establecimiento.

**Fijación de precios:** El precio está calculado en función de los costos fijos y variables de Escuela de Snorkeling & Buceo "ACUÁTICA".

**Descuentos:** se realizara el 10% de descuento sobre el valor del costo del paquete del curso de Snorkeling & Buceo a los grupos que lleguen mínimo de 9 personas.

**Periodo de pago:** los futuros clientes tendrán la opción de pagar en efectivo o también con tarjeta de crédito y se le dará un crédito de 30 días sin intereses, si lo hace por esta última opción.

A continuación se detalla el precio por el curso de Snorkeling & Buceo que se brindará en la escuela "ACUÁTICA".

Precio Nominativo

Curso de 3 días Snorkeling & Buceo \$100

- Incluye clases teóricas y prácticas dentro y fuera de las Instalaciones.
- Incluye refrigerio.
- Incluye Guianza de los lugares a realizar las prácticas de Snorkeling & Buceo.
- Incluye el vestuario necesario para los deportes a practicar.

### 5.2.6.3 Plaza

La Escuela se encuentra ubicada estratégicamente cercana y a pocos minutos de las playas donde se va a ejecutar las practicas de Snorkeling y Buceo ,además de contar con sus atractivos imponentes como son la comunidad con su gente amable , Parque Machalilla, Senderos, hermosas playas, Flora y Fauna. Esto lo ubica como un destino único.

El canal de distribución será mediante el internet , gracias al cual se podrá crear una página Web que brinde facilidades para poder realizar inscripciones directas , cotizaciones , visitas virtuales de la Escuela y otros servicios adicionales .

# Plano de la Escuela de Snorkeling & Buceo

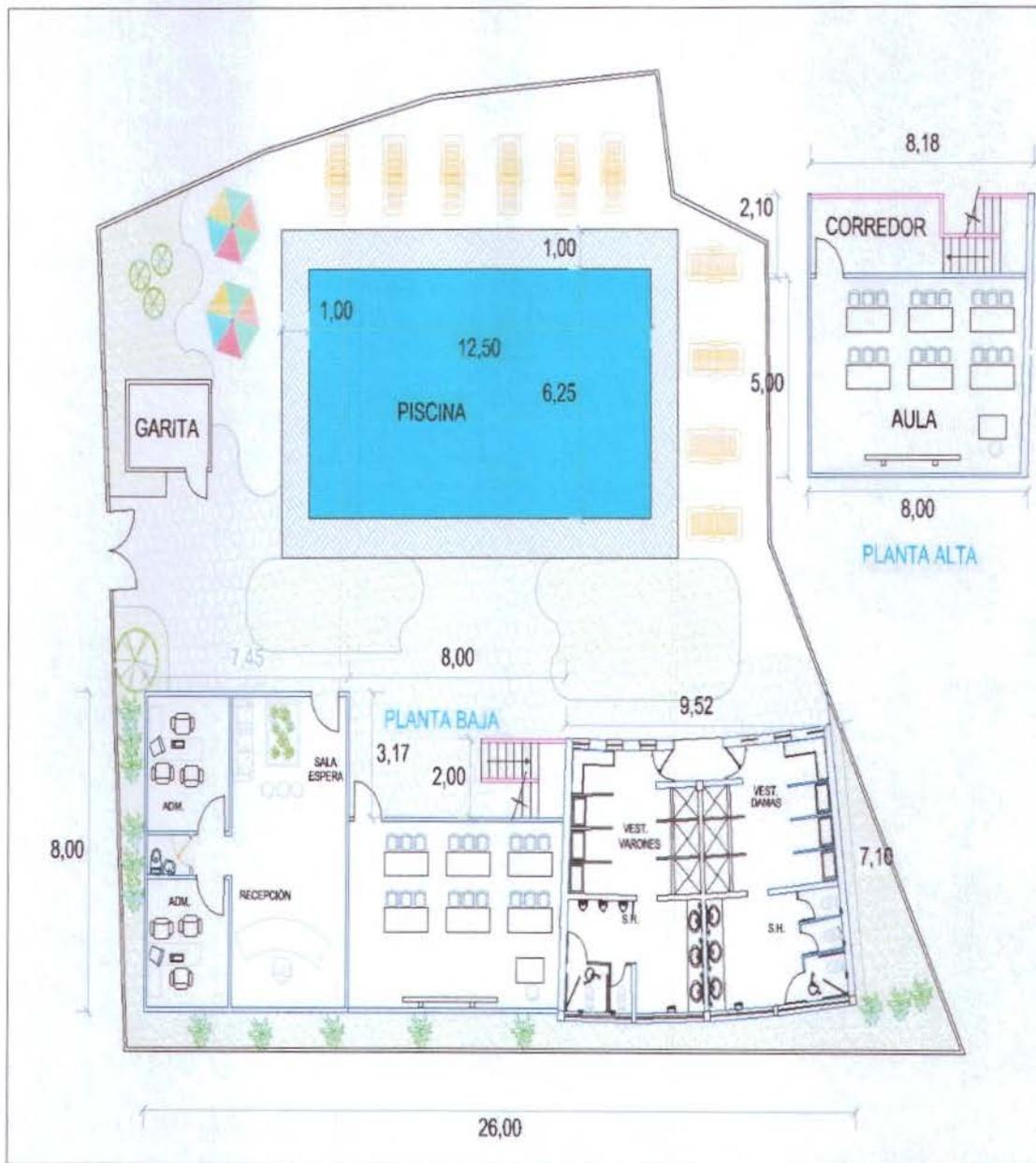


Figura No.6

#### 5.2.6.4 PROMOCIÓN

Por la apertura de Escuela de Snorkeling y Buceo "ACUÁTICA" a fin de dar a conocer la misma se otorgara un determinado precio para nuestra futura cliente, es por esto, que durante los primeros 3 meses de inauguración de la escuela, se realizara un descuento del 20% en las tarifas de los paquetes. Como oferta especial, al inscribirse grupos de 6 personas recibirán de manera gratuita el paquete de la séptima persona.

Para distribuir el servicio, se contará con un convenio con las principales operadoras turísticas, hoteles y hosterías de Puerto Lopez, Guayaquil, Quito y Cuenca para darnos a conocer como destino turístico, estas serán una de las principales herramientas para llegar a los consumidores especiales, se les otorgará el 15% de comisión a dichas operadoras turísticas, hoteles y hosterías por cada reserva realizada a la Escuela de Snorkeling y Buceo "ACUÁTICA". Entre estas son:

- Aventura de la Plata
- Ecuador Amazing
- Hostería Atamari
- Mantarraya Lodge

También se pensó en unas de las mejores formas de darse a conocer que es mediante el internet, y una de sus principales vías es su página de Internet [www.acuatica.com](http://www.acuatica.com) y las principales redes sociales, como el Facebook (Snorkeling-Buceo ACUATICA) y Twitter (@SnorkelingBuceoPL-ACUATICA), el cual en los últimos años se ha convertido en uno de los sitios más visitados por personas de diversas edades en diferentes partes del mundo, por esta razón la Escuela "ACUÁTICA" se puede dar a conocer. Además, se debe tomar en cuenta que el mantenimiento de esta cuenta Facebook y Twitter no tienen valor alguno, por lo que resulta un método gratuito, eficaz y beneficioso.

También se puede ver, que sin duda alguna la comunicación ejerce un gran dominio en cuando a ventas se refiere, es por esto que es esencial que se utilice los medios adecuados para dar a conocer a la escuela Snorkeling & Buceo“ ACUÁTICA” a sus clientes potenciales. Es por esto que para la mezcla promocional, se utilizará los siguientes medios:

- Publicidad ( redes sociales, cuñas radiales)
- Merchandising visual : folletos , vallas
- Marketing por correo electrónico

# FACEBOOK

The image shows a screenshot of a Facebook profile for 'Snorkeling-buceo Acuatica'. The browser address bar shows 'www.facebook.com/profile.php?id=10000068225591'. The profile header includes the name 'Snorkeling-buceo Acuatica', a cover photo of people snorkeling, and buttons for 'Editar perfil' and 'Ver como...'. The main content area features a post with the text '¡Qué estás pensando?' and a status update that reads: 'Snorkeling-buceo Acuatica INCLUYE: 4 inmersiones en la Isla de mayor gusto por el turista + Equipo completo + Manual de la escuela + certificación de la escuela "ACUATICA" ubicada en el centro Puerto Lopez. PRECIO DEL CURSO: \$ 120. No gusta · Comentar · Más · 11 minutos antes de Snorkel'. Below this, another post says: 'Snorkeling-buceo Acuatica El programa Snorkelbuceo esta dirigido a personas que quieren probar el mundo subacuático de Puerto Lopez...!!! contactas 084121236. No gusta · Comentar · Más · 11 minutos antes de Snorkel'. A third post states: 'Snorkeling-buceo Acuatica van y disfruta de una experiencia nueva en la Escuela de Snorkelbuceo "ACUATICA" en Puerto Lopez, te enseñará las destrezas más importantes del buceo para bucear, mientras admiras la maravillosa vida marina, obteniendo las especies más atractivas de la zona. No gusta · Comentar · Más · 11 minutos antes de Snorkel'. At the bottom of the post area, there is a comment: 'A Hija de tapan y Chemaño le gusta esto.' and a button 'Responder un comentario...'. The left sidebar shows navigation options like 'Inicio', 'Perfil', 'Cuenta', and a list of friends including Jorge Samorés, Emanuel Delgado Sanchez, Eduardo Veliz, Emilio Aragonés, Rony Rivas, and Fabián Huilares. The right sidebar shows 'Amigos de amistad' with Jennifer Huacón and Augusto Fernando Espinosa Cordova, and 'Anuncios' for Red Bull and a site for 'Levanta la punta caída o entresta el dorso nasal'. The bottom of the browser shows the Windows taskbar with various application icons.

Figura No.7

## Valla Publicitaria

Se instalará 1 valla publicitaria, la cual estará ubicada en la entrada del cantón Puerto López.



Figura No.8

La publicidad en vallas es de mucha importancia por el alto nivel de impacto que generan en las personas, siendo después del medio televisivo uno de los más importantes, además proporcionará un medio valioso para direccionar a las personas que transiten las vías que llevan a Puerto López y que son muy concurridas por los transportes ecuatorianos, para dirigirse a las diferentes provincias, ciudades, y cantones aledaños.

Precio Anual:  $8200/12=683$

Contratista: INDUVALLAS

## Tarjetas de Presentación y Volantes / Mercado Agencia de Viajes y Operadores.

- 1000 volantes a full color que realizaremos tendrán un costo de \$80.00,
- 1000 Tarjetas de presentación de 75gr. Tendrán un costo de \$50.00.
- 1000 Videos = Precio \$200-Costo \$100



Figura No.9

## Página web

Se ha creado una Página web, donde se podrán ingresar a muchos vínculos sobre datos generales de la Escuela de Snorkeling & Buceo, así como también los clientes podrán hacer consultas y visitas virtuales.

## **5.3 INVESTIGACION DE MERCADO**

### **5.3.1 Detalles de la investigación**

Para saber los que nuestros clientes realmente realizaremos una investigación cualitativa basada en la observación directa y a su vez cuantitativamente usaremos las encuestas.

### **INVESTIGACION CUALITATIVA**

#### **Observación directa**

La técnica de observación se ejecutó en todo el cantón Puerto Lopez, tanto en el centro como en sus playas aledañas, con el único objetivo de evaluar cual es el comportamiento de los clientes potenciales. Esta investigación fue llevada a cabo en lugares estratégicos, de donde se pudo obtener información más valiosa para el estudio, obteniendo como resultado que la mayoría de las personas asisten a la playa en compañía de al menos 4 personas, saliendo desde muy temprano de sus hostales o casas para disfrutar el sol, la playa, practicar algún deporte etc.

Para la mayoría de los turistas, el único propósito de estar en Puerto Lopez es la diversión, presentándonos una gran oportunidad de efectuar el proyecto, brindando un novedoso servicio con el cual las personas tendrán más opciones para divertirse. Para el proyecto en la investigación cualitativa se empleo la observación directa, debido a que es por medio de esta donde se tiene un contacto más cercano con los clientes o plaza en la cual se presentan los problemas ya mencionados previamente que se pretenden investigar, y los resultados obtenidos se consideraran datos estadísticos originales.

Al emplear este método en la investigación se podrá tener en cuenta las necesidades, sugerencias y requerimientos que hoy en día nos solicita

el mercado tanto objetivo como potencial. Además aporta grandes ventajas como por ejemplo al reducir o eliminar la tendencia potencial que provoca el entrevistado, de tal manera se puede observar el comportamiento e indique lo que ha ocurrido, y cierto tipo de datos solo pueden recopilarse por medio de la observación (cuando el participante no está consciente o no puede comunicarse)

## **INVESTIGACION CUANTITATIVA**

### **Encuesta**

Las encuestas serán utilizadas como técnica de investigación sobre una muestra de personas, pudiendo así establecer tácticas estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población. Gracias a las encuestas se puede lograr información valiosa, así como también una gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico. Se empleo el muestreo de juicio, es decir, se escogió según el buen criterio a un seleccionado grupo de personas aptas para realizar la encuesta requerida.

La encuesta representa un muestreo no probabilístico ya que no todos serán objeto de la misma. Se utilizó encuestadores. Para esto es necesario vincular el comportamiento del consumidor con escalas de medición de actitudes. En mercadeo, la escala de actitudes tiende a centrarse en la medición de las creencias del encuestado acerca de los atributos del producto y los sentimientos del encuestado con relación a la calidad deseable de estos atributos.

Los procedimientos para la medición de actitudes dependen de los datos de los encuestados. Para esto es necesario vincular el comportamiento con escalas de medición. La fuente potencial de datos,

obviamente son los turistas, los cuales proporcionarían la información necesaria, para la elaboración y análisis de datos.

La encuesta fue realizada de forma directa y personal, con información de carácter primario, es decir directo de la fuente. Se realizaron 384 encuestas a los turistas nacionales e internacionales, como turistas que llegaron al terminal terrestre de Guayaquil con destino a la provincia de Manabí y otros que fueron de visita en el cantón Puerto Lopez, así mismo como a las personas que se hospedan en hostales de categoría media-alta durante los feriados.

Las edades de los encuestados van desde los 15 hasta los 35 años. Al formular el cuestionario se focalizó en:

- No ser excesivamente largo, porque en cuestionario largo se disminuye el porcentaje de respuestas.
- Tienen que ser preguntas sencillas y redactadas de forma abierta y clara que puedan comprenderse con facilidad (no utilizar términos técnicos).
- No deben incorporar términos morales (juicios de valor).
- Nunca sugerir la respuesta, incitando a contestar más en un sentido que en otro.
- Todas deben referirse a una sola idea, en este caso, el alojamiento en un hostal respetuoso con el medio ambiente.

Cada encuesta y otras con el tipo de comodidades a la que está acostumbrado/a el encuestado. A continuación se incluye la posibilidad de anotar necesidades que el encuestado cree que debe satisfacer nuestra escuela de snorkeling y buceo. Una vez examinados los resultados se

definirá que es lo que quieren los encuestados como por ejemplo si les gusta la idea de la creación de una escuela donde las actividades principales serán snorkeling y buceo, si les parece apropiada su ubicación y más que nada si estarán dispuestos a practicar dichos deportes en el cantón de Puerto Lopez y que satisfaga las necesidades de los clientes.

### **5.3.2 Formato de encuesta**



**UNIVERSIDAD CATOLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**  
**FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**  
**CARRERA DE TURISMO Y HOTELERIA**

#### **ENCUESTA**

#### **DIRIGIDO A:**

Aquellas personas que acuden a las playas por recreación, deporte, aventura y que están dispuestos a aprender y desarrollar actividades practicadas en el mar.

#### **OBJETIVO:**

Identificar los tipos de recreación y deportes acuáticos por el que tienen preferencia los y las turistas que acuden a las Playas de Puerto López – Manabí, que permita implementar un centro de aprendizaje de deportes acuáticos

#### **INSTRUCCIONES:**

Marque con una X la respuesta de su preferencia solicitándole sea lo más sincero posible con la finalidad de cumplir nuestro objetivo.

**DATOS GENERALES:**

Género: M  F  Edad \_\_\_\_\_

Procedencia:.....

**PREGUNTAS:**

1. ¿Va usted a PUERTO LOPEZ-MANABI, o a sus alrededores? Si es no a las pregunta3

Si  No

2. Si su respuesta es SI ¿con qué frecuencia asiste?

Los fines de semana

Cada mes

Dos veces al año

Solo en vacaciones

3. ¿Practica usted deportes acuáticos? Si es NO siga a la 5ta.

SI  NO

4. ¿Qué deportes acuáticos?

SNORKELING

BUCEO DEPORTIVO

SURFING

## KITSURFING

5. ¿Desearía conocer más sobre uno de los deportes antes mencionados?

SI

NO

6. ¿En cuál de ellos?

.....

7. ¿Sabía Ud. que en el Cantón Puerto López se inaugurará el centro de deportes acuáticos?

SI

NO

8. Participaría usted en las clases de buceo deportivo y Snorkeling?

SI

NO

9. A su criterio, ¿qué valor estaría usted dispuesto a pagar por el paquete turístico de deportes acuáticos?

\$60- 100

\$110- 200

\$210-300

## Calculo de la muestra para la encuesta

Z= Porcentaje de confianza

P= frecuencia esperada

Q= 1-P

B= margen de error

**DATOS:**

Z= 1.96                      95%

P = 0.55

Q=1-0.55=0.45

B=5%

$$N = \frac{(1.96 \cdot 1.96) (0.55 \cdot 0.45)}{(0.05 \cdot 0.05)}$$

$$N = \frac{(3.84)(0.25)}{0.0025}$$

$$N = \frac{0.96}{0.0025}$$

$$N = 384$$

## Presentación y Análisis de los resultados de la encuesta y entrevista

### ENCUESTA

#### Datos Generales

#### SEXO

GENERO	Nº	PORCENTAJE
MASCULINO	186	48%
FEMENINO	198	52%
TOTAL	384	100%



Gráfico No.1

## Procedencia

PROCEDENCIA	Nº	PORCENTAJE
ARGENTINA	17	4%
PERÚ	16	4%
CHILE	22	5%
EEUU	34	9%
CANADÁ	15	4%
GUAYAQUIL	87	24%
MANABÍ	72	19%
EL ORO	32	8%
QUITO	45	12%
CUENCA	44	11%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



Grafico No.2

## Edad

EDAD	N°	PORCENTAJE
15-18	61	15 %
19-22	89	23%
23-26	72	19%
27-30	93	25%
31-34	68	18%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>

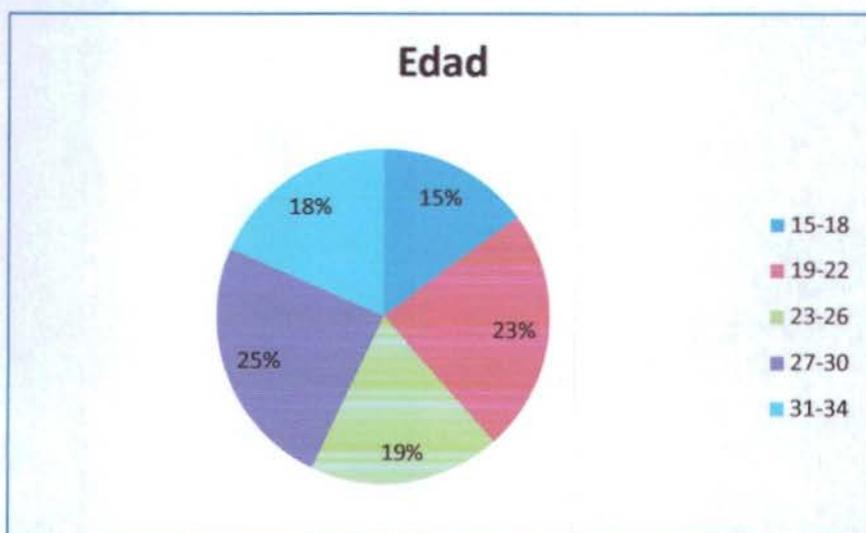


GRAFICO No.3

1- ¿Va usted a PUERTO LÓPEZ – MANABI, o a sus alrededores?

PREGUNTA 1	Nº	PORCENTAJE
SI	258	68%
NO	126	32%
TOTAL	384	100%

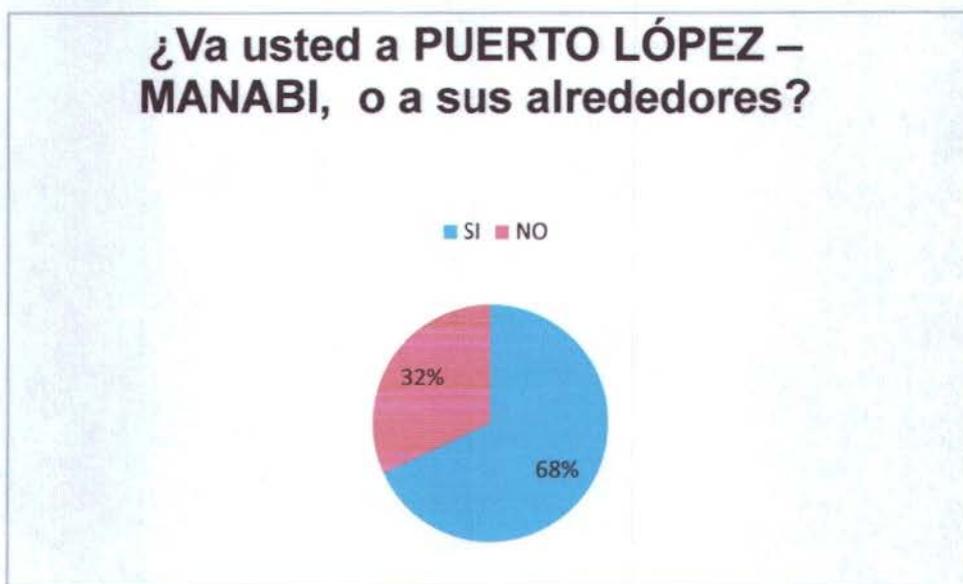


Grafico No.4

Como se puede evaluar en el grafico N° 4, del 100% de los encuestados, el 68% visita Puerto López y solo el 32 % no visita Puerto López.

**2- Si su respuesta es SI ¿con qué frecuencia asiste?**

<b>PREGUNTA 2</b>	<b>Nº</b>	<b>PORCENTAJE</b>
<b>FIN DE SEMANA</b>	109	28%
<b>CADA MES</b>	88	23%
<b>2 VECES AL AÑO</b>	90	24%
<b>SOLO VACACIONES</b>	97	25%
<b>TOTAL</b>	<b>384</b>	<b>100%</b>



**Grafico No.5**

Como se puede apreciar en el grafico N°5, del 100% de los encuestados, 28% de los encuestados acude los fines de semana, el 23% acude cada mes, el 24% acude cada año y el 25 % en las vacaciones.

3-

### ¿Practica usted deportes acuáticos?

PREGUNTA 3	Nº	PORCENTAJE
SI	156	40%
NO	228	60%
TOTAL	384	100%

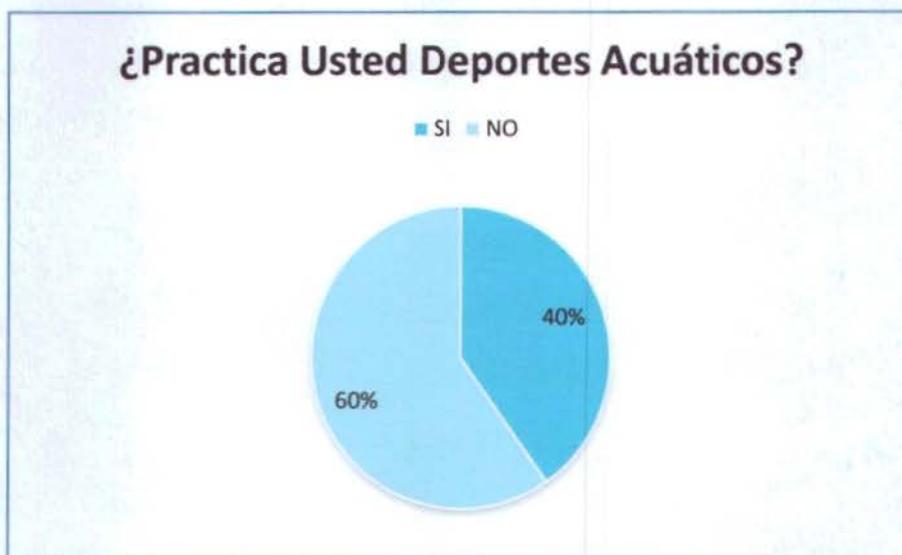


Grafico No.6

En el grafico N°6, del 100% de los encuestados, el 60% practica deportes acuáticos y el 40% no practica deportes acuáticos.

#### 4- ¿Qué deportes acuáticos?

PREGUNTA 4	Nº	PORCENTAJE
SNORKELING	29	21%
BUCEO	51	34%
SURFING	69	39%
KITSURFING	13	6%
TOTAL	146	100%



Grafico No.7

Como se logra apreciar en el grafico N°7, del 100% de los encuestados, el 21% de los encuestados practica Snorkeling, el 34% practica Buceo, el 39% practica Surfing y el 6% practica Kitsurfing.

5- ¿Desearía conocer más sobre uno de los deportes antes mencionados?

PREGUNTA 5	Nº	PORCENTAJE
SI	329	88%
NO	55	12%
TOTAL	384	100%

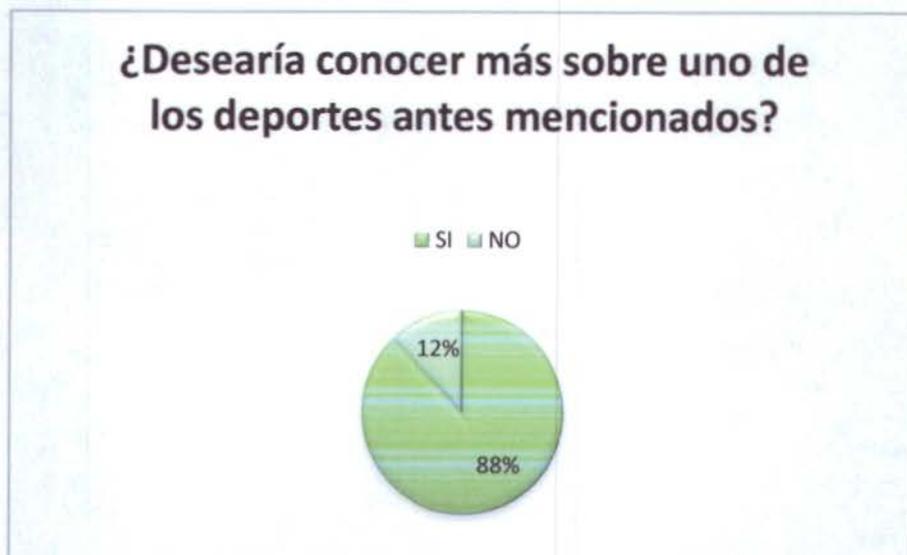


Gráfico No.8

Como se puede apreciar en el gráfico N°8, del 100% de los encuestados, 88% desea conocer más acerca de los deportes acuáticos y el 12% no quiere conocer más sobre los deportes acuáticos.

6- ¿En cuál de ellos?

PREGUNTA 6	Nº	PORCENTAJE
SNORKELING	138	36%
BUCEO	157	42%
SURFING	52	13%
KITSURFING	37	9%
TOTAL	384	100%

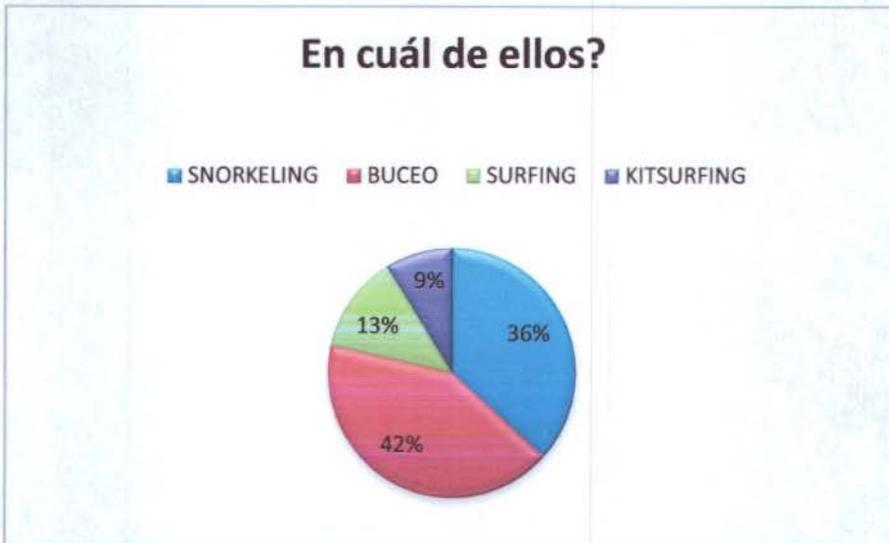


Grafico No.9

Como se logra apreciar en el grafico N°9, del 100% de los encuestados, el 36% quisiera conocer más acerca del Snorkeling, el 42% quisieran saber más del Buceo y el 13% quisiera saber más del Surfing y el 9% quisiera saber más del Kitsurfing.

7- ¿Sabía Ud. que en el Cantón Puerto López se inaugurará el centro de deportes acuáticos?

PREGUNTA 7	Nº	PORCENTAJE
SI	21	3%
NO	363	97%
TOTAL	384	100%



Grafico No.10

Como se consigue apreciar en el grafico N°10, del 100% de los encuestados, el 97% de los encuestados no sabe que en Puerto López se inauguraría un centro de deportes acuáticos y el 3% si lo sabía.

8- Participaría usted en las clases de buceo deportivo y Snorkeling?

PREGUNTA 8	Nº	PORCENTAJE
SI	326	87%
NO	58	13%
TOTAL	384	100%

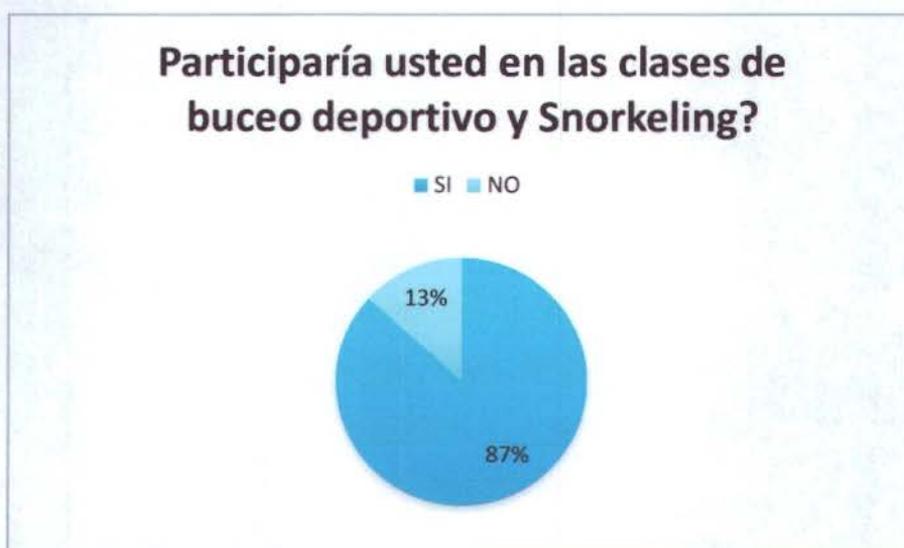


Grafico No.11

En el grafico N°11, del 100% de los encuestados, el 87% de los encuestados participaría en clases de Buceo deportivo y Snorkeling y el 13% no participaría en este tipo de deportes.

9- ¿A su criterio qué valor estaría usted dispuesto a pagar por el paquete turístico de deportes acuáticos?

PREGUNTA 9	Nº	PORCENTAJE
60-100	236	62%
110-200	148	38%
210-300		
TOTAL	384	100%

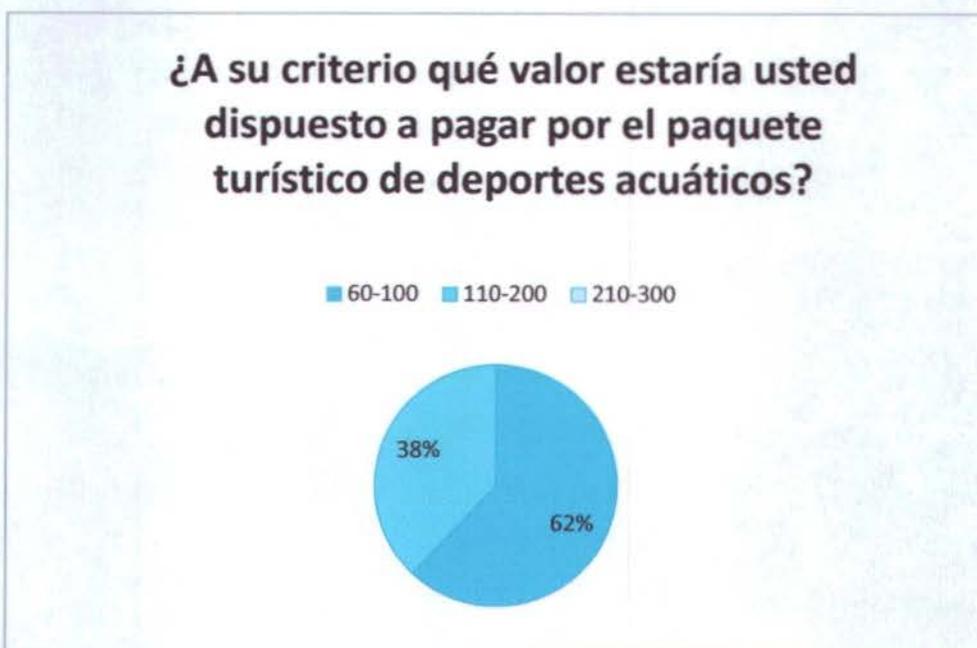


Grafico No.12

Como se puede apreciar en el grafico N°12, del 100% de los encuestados, el 62% de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$60-\$100 y el 38% de los encuestados estaría dispuesto a pagar de \$110-\$200.

### 5.5 presupuesto de marketing (mensualizado)

DETALLE	MES 1	MES 2	MES 3	MES 4	MES 5	MES 6	MES 7	MES 8	MES 9	MES 10	MES 11	MES 12
Radio	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00	\$ 150,00
Publicaciones en Prensa Escrita	\$ 45,00		\$ 45,00		\$ 45,00		\$ 45,00		\$ 45,00		\$ 45,00	
Distribucion de Volantes Promocionales		\$ 25,00	\$ 25,00		\$ 25,00		\$ 25,00			\$ 25,00		\$ 25,00
Tripticos, Gigantografias, Banners y Roll-Ups		\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00		\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00	\$ 110,00			\$ 110,00
pagina web	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00	\$ 20,00
<b>TOTAL GASTOS DE PUBLICIDAD Y MARKETING</b>	<b>\$ 65,00</b>	<b>\$ 155,00</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 130,00</b>	<b>\$ 90,00</b>	<b>\$ 130,00</b>	<b>\$ 200,00</b>	<b>\$ 130,00</b>	<b>\$ 175,00</b>	<b>\$ 45,00</b>	<b>\$ 65,00</b>	<b>\$ 155,00</b>

Grafico No.13

## **5.6 Auditoría y Control de Resultados**

Realizar una auditoría permanentemente es unas excelentes herramientas de trabajo que permite analizar y evaluar las acciones y los programas que han sido puestos en marcha, es decir se desea evaluar la calidad y eficacia de los resultados obtenidos mediante el plan de marketing. Según una definición, el control administrativo es el proceso que permite garantizar que las actividades reales se ajusten a las actividades proyectadas. De hecho, el control esta mucho más generalizado que la planificación. El control sirve a los gerentes para monitorear la eficacia de sus actividades de planificación, organización y dirección. (STONER, FREEMAN, & GILBERT, 1997)

A través de este proceso se examinan las áreas que afectan la eficacia de dicho plan para de este modo lograr determinar las oportunidades y problemas en el futuro como base de los planes de mejora. Como resultado se obtendrá la recomendación o no de un plan de acciones que permitirán mejorar la rentabilidad de la empresa. Mediante el cuadro de acciones se realizara un seguimiento para saber si las acciones están siendo realizadas en el tiempo estimado y por las personas encargadas

### 5.6.1 Implementación

<b>Publicidad</b>	<b>Gerencia – Ing. Jenny Pluas</b>	
Radio		Enero - Diciembre
Periódico		Ene,marzo,may,jul,sept,nov
<b>Marketing Directo</b>	<b>Administrador- Ing. Ma.jose Vincas</b>	
Volantes		Feb,Marz,Jun,agost,oct,Dic
Pagina web		Enero - Diciembre
Marketing telefonico		Enero-diciembre
Twitter		Enero - Diciembre
Facebook		Enero - Diciembre
<b>Promoción de ventas</b>	<b>Asesor de Ventas –Ing.Alejandra Arias</b>	
Planes de fidelización		Enero -Diciembre
Ofertas especiales		Enero -Diciembre
Descuentos		Esporadicamente

Cuadro No.14

Elaborado por autoras

### 5.6.2 Indicadores

Los indicadores primordiales que se tomaron en cuenta serán:

- Tasa del 30% de ocupación
- 20% porcentajes de ventas mediante páginas web
- 45% porcentajes de ventas del paquete directas en la escuela
- 30% ventas directas por publicidad

### 5.6.3 Plan de Contingencia

Escuela de Snorkeling y Buceo como empresa que se preocupa tanto del bienestar de los colaboradores como de los potenciales consumidores, contará con el debido plan de contingencia teniendo como prioridad la prevención de algún imprevisto en un futuro provenir. El objetivo a través de este proceso, es cerciorarse cuál es la capacidad de supervivencia de la escuela de Snorkeling y Buceo, ante eventos que pongan en peligro su existencia. También se pretenderá proteger y conservar los activos de la empresa, de riesgo financieros o desastres naturales. Así como también lograr la reducción y la probabilidad de las perdidas, a un mínimo de nivel aceptable, a un costo razonable y asegurar la adecuada recuperación. A continuación se detallará las posibles situaciones que se podrían generar y a su vez las debidas acciones a tomar en caso de que sucedieran.

- **Incendio:** Se realizará simulacro de incendios 2 veces al año, capacitando al personal en el uso de los extintores.

- Se contratará un seguro contra todo riesgo

Tipo de extintores	Apto para ...
A	Combustible sólidos
B	Combustible líquidos y gaseosos
C	Equipos eléctricos energizados
D	Metales Combustible

Cuadro No.15  
Elaborado por autoras

- **Robos:** se contará con sistema de seguridad y vigilancia las 24 horas del día.
- **Virus informáticos:** se cuenta con antivirus, sistema de monitoreo de entrada y salida de archivos, control de todas las terminales de las sucursales (bloqueo de archivos adjuntos en mails).
- **Perdida y formateo de datos del sistema:** se ejecutarán copias de seguridad de la información mensualmente.
- **Disminución de utilidades o pérdidas:** se efectuará una campaña de publicidad masiva ofreciendo promociones, ofertas especiales, descuentos a grupos y se incluirá más beneficios a los planes de fidelización para los futuros clientes potenciales.

## **6. PLAN OPERATIVO**

### **Distribución física de la planta/espacio físico a utilizar**

La Escuela de Snorkeling & Buceo cuenta con una recepción en el cual el turista contratará el plan turístico a su conveniencia previa a una reserva telefónica o mediante la página web para hacer constatar sus datos.

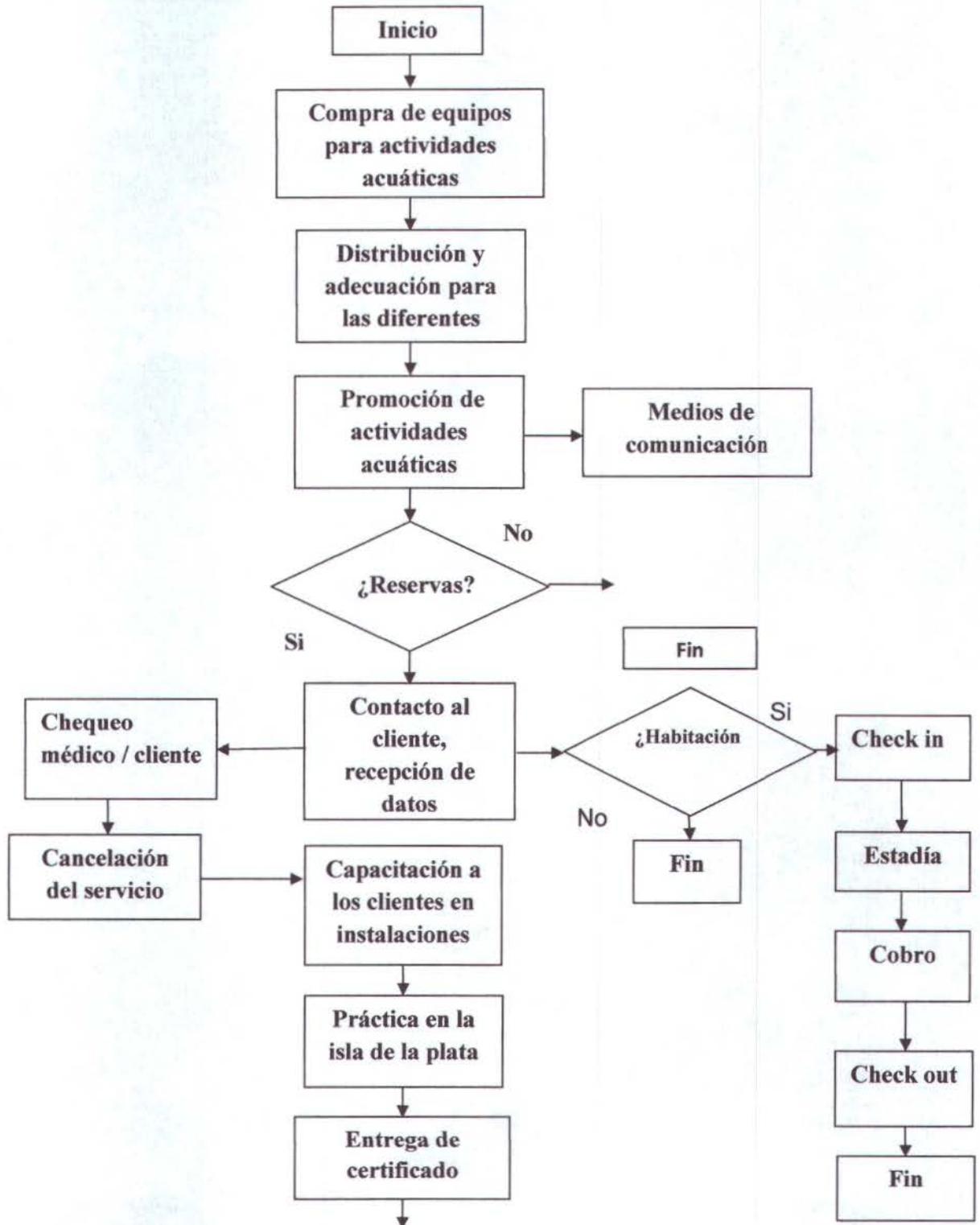
Sala de espera: en el cual podrá descansar o esperar que empiecen sus clases de buceo o Snorkeling, equipada con baños.

Contará con dos cómodas aulas de clases equipadas con televisores, Dvd y pizarra acrílica para poder aprender a realizar el deporte escogido.

Contará con una piscina para hacer las respectivas prácticas de lo aprendido en sus clases de manera que no tenga peligro al hacerlo en el mar, alrededor de la piscina contara con áreas verdes en las cuales podrá descansar el tiempo de libre.

Tendrá 2 oficinas para la Gerencia y la parte de Marketing y Ventas

## Flujo de Proceso



**Fin**

## **6.1 Objetivos de las funciones de empleados**

### **Recepcionista**

- Mantener la perfecta organización de la estancia de los clientes.
- Se encargará de recibir personas, investigar qué requieren y dirigirlos al funcionario que les puede ayudar.
- Recibir correspondencia y documentación, sellando y firmando el recibido.
- Entregar documentos a quienes lleguen a retirarlos personalmente, enviar la correspondencia de salida, recibir faxes, mensajes por teléfono u otras vías de comunicación y algunas tareas similares.

### **Mantenimiento y Conserjería**

- Tendrá a su cargo la puntual apertura y cierre de los portales y accesos.
- Se hará cargo de la recepción y entrega de correspondencia y documentos que reciba para los ocupantes del inmueble y para la propiedad o administración de la escuela, haciéndolo llegar a manos del destinatario con la mayor diligencia siempre que no reciba instrucciones en contrario por escrito de la propiedad.
- Se ocupará del encendido, apagado y mantenimiento de los servicios de la piscina, salvo que la propiedad los tenga contratados con un tercero: de la centralita telefónica, si no hubiera telefonista en la escuela.
- Dar a conocer a la administración de la empresa cuantas anomalías o averías observen en el funcionamiento de los correspondientes aparatos, suspendiendo el servicio afectado, bajo su responsabilidad, si pudiere haber peligro en su utilización.

- Cuidará del mantenimiento de equipos y de las entradas de energía eléctrica, así como de la conducción general de agua, receptores de aguas fluviales en las terrazas, patios, etc., de acceso por servicios comunales y que no entrañen peligrosidad.
- Encargado de la reparación técnica por personal cualificado
- Tendrá la obligación del traslado de los cubos colectivos de basura.
- Limpieza de accesos, zonas comunes y jardinería interior y exterior de la propiedad, en el caso de ser contratado por el cliente.

## **6.2 Días y Horarios de Funcionamiento**

La Escuela de Snorkeling & Buceo funcionara de Martes a Domingos y feriados en horario de 9:00 -12:00 y de 13:00 a 18:00.

## **6.3 Alcance de las Operaciones**

### **Instructores**

- a.- Cumplir con la planificación de las actividades programadas por el Jefe de Operaciones.
- b.- Chequear y controlar el buen funcionamiento de los equipos que utilizarán él y los clientes antes de cada inmersión.
- c.- Exigir a los buceadores el cumplimiento estricto de las medidas de seguridad durante el desarrollo de las actividades subacuáticas.
- d.- Velar rigurosamente por la seguridad de los clientes durante las inmersiones.
- e.- Dar las instrucciones necesarias al patrón o lanchero en las áreas de inmersión sobre la observación de los movimientos durante la inmersión y las acciones a seguir para la prestación de ayuda en caso de que se requiera.
- f.- Dominar las ubicaciones de los puntos de buceo y velar por su cuidado y conservación de acuerdo con las regulaciones pesqueras y del medio ambiente.

g.- Mantener actualizada su bitácora técnica de buceo.

h/ i.- Responder por la elaboración diaria de los documentos establecidos, los cuales llenarán con datos de los clientes antes y después de cada inmersión en la piscina, el acta de descargo de responsabilidad, control de alquiler de equipos de buceo, datos personales de clientes y otros.

j.- Realizar las inmersiones según la categoría del o de los buceadores, siempre dentro de la curva de seguridad, prohibiendo estrictamente realizar inmersiones con descompresión o a profundidades mayores de 40 metros.

k.- Brindar antes de cada inmersión, una amplia explicación a los clientes sobre las características de los puntos de buceo y otros temas de interés, respondiendo a las preguntas que le formulen.

l.- Realizar el mantenimiento adecuado de los equipos.

m.- Dominar e impartir a los clientes los diferentes temas de los cursos para buceadores, rigiéndose por los estándares del curso a impartir.

n.- Sugerir a la Dirección del Centro los probables nuevos puntos de buceo, conveniencia de desechar puntos existentes de acuerdo con sus observaciones personales y las opiniones de los clientes.

### **Ayudantes de los Instructores**

1.- Colaborar dentro de los planes y programas de trabajo de su que el instructor le solicitara en caso de necesitarlo.

2.- Cuidar las herramientas de trabajo durante las inmersiones en la playa

### **6.4 Infraestructura**

- 1 Caseta de vigilancia
- Garaje
- Áreas verdes
- Oficinas Administrativa
- Aulas de capacitación

- Piscina
- Baños
- Vestidores
- Área de espera

## **6.5 Política de calidad**

En la Escuela de Snorkeling & Buceo ACUÁTICA nuestra política de calidad es ofrecer servicios de enseñanza de buceo y snorkeling innovadores, basándose en normas internas que aseguran la calidad de nuestros cursos; logrando así una alianza con nuestros alumnos para la conservación del medio ambiente.

## **6.6 Proceso de control de calidad**

Normas de higiene – tratamiento de residuos (trampas de grasa, extracción de humos y olores, etc.)

## **ORDEN Y LIMPIEZA**

1. Mantener limpio y ordenado el puesto de trabajo
2. Recolección de tablas con clavos, recortes de chapas y cualquier otro objeto que pueda causar un accidente dentro de la escuela de Snorkeling & Buceo
3. Guardar ordenadamente los materiales y herramientas. No los dejarlos en lugares inseguros para que no haya una mala imagen del establecimiento.
4. No obstruir los pasillos, escaleras, puertas o salidas de emergencia
5. Almacenaje y manipulación de basura
6. Prevención y Seguridad (primeros auxilios, equipamiento contra incendios-extintores, plan de evacuaciones, salidas de emergencia, señalización, luces de emergencia, etc.)

## **Electricidad**

1. Todas las instalaciones deben considerarse bajo tensión mientras no se compruebe lo contrario con los aparatos adecuados.
2. No se realizarán reparaciones en instalaciones o equipos con tensión. En horarios de clases.
3. No se trabajará con máquinas o herramientas alimentadas por tensión eléctrica durante las prácticas, serán realizadas en días que no haya atención al público en caso de lunes a miércoles.
4. La instalación eléctrica tendrá su chequeo respectivo
7. Los calentamientos anormales dentro de la institución serán notificados previamente por el personal encargado.

## **El caso de riesgo de incendios**

1. La empresa estará en buen orden y limpieza ya que son los principios más importantes de prevención de incendios.
2. Controla las chispas de cualquier origen ya que pueden ser causa de muchos incendios.
3. En caso de incendio se dará a conocer durante el curso la manera en que los alumnos deban actuar frente a un incendio.
4. Los extintores son fáciles de utilizar, y estarán al alcance de los alumnos.
5. Se tendrá muy en cuenta el manejo de productos inflamables, respetando las normas de seguridad.

## **Accidentes**

1. Se mantendrá la calma y se actuará con rapidez. La tranquilidad del personal dará confianza al lesionado y a los demás.
2. Se avisará inmediatamente a los medios o al servicio de socorro respectivo.
3. Se tendrá el control respectivo en el Transporte (control y mantenimiento de vehículo, SOAT, herramientas de emergencia, etc.)

## 7. PLAN DE DESARROLLO

	MES		MES							
ACTIVIDADES	1	MES 2	3	4	5	6	7	8	9	MES 10
Compra del terreno	■	■								
Elaboración de planos			■							
Permisos de construcción			■							
Elaboración de maqueta				■						
Preparación del terreno				■						
Compra de materiales de construcción				■						
Compra de muebles y equipos de oficina				■	■					
Construcción Escuela "ACUATICA"				■	■	■	■			
Adecuación de escuela					■	■	■	■		
Construcción de aulas				■	■	■				
Adecuación de aulas						■	■	■		
Construcción de piscina						■	■	■		
Instalaciones y adecuaciones de piscina							■	■		
Construcción de baños y vestidores							■	■		
Adecuación de baños y vestidores							■	■		
Construcción de parqueo								■	■	
Instalaciones eléctrica							■	■	■	
Instalaciones sanitarias							■	■	■	
capacitación de empleados								■	■	■
busca y contratación de proveedores									■	■
Publicidad y proveedores						■	■	■	■	■

Cuadro No.16

Elaborado por autoras

## 8. PLAN DE FINANCIAMIENTO

### 8.1 Inversión requerida y detalle utilización de inversión

El presente proyecto requiere de una inversión de total de \$ 120.420,20, desglosado de la siguiente forma: Inversión Fija bordea la cantidad de \$ 120.420,20 y el capital de operación con \$ 1.934,30; tal como se visualiza en el Cuadro N° 17

CUADRO N°17

### PLAN DE INVERSIONES

INVERSION FIJA			
Cód.	Descripción	Valor	%
1.1.	Muebles de Oficina	\$ 6.403,14	5,21%
1.2.	Equipos de Oficina	\$ 2.705,00	2,20%
1.3.	Equipos de Computación	\$ 1.994,65	1,62%
1.4.	Otros Implementos de Oficina	\$ 393,00	0,32%
1.5	Terreno	\$ 9.600,00	7,81%
1.6	Edificio	\$ 38.000,00	30,90%
1.7	Piscina	\$ 28.000,00	22,77%
1.8	Equipo de Snorkeling y Buceo	\$ 19.506,96	15,86%
1.9	Implementos de aula	\$ 1.423,50	1,16%
	<b>Total de Inversión Fija</b>	<b>\$ 108.026,25</b>	

Elaboración: Autoras

## **8.2 Fuentes de Financiamiento**

En cuanto al financiamiento dividido en requerimiento del capital (Patrimonio), este estará compuesto de 4 accionistas; 2 de ellos mayoritarios de \$ 14.000,00 cada uno y de 2 minoritarios \$ 7.000 cada uno, lo cual da un capital social de \$ 42.000. La diferencia será financiada con un préstamo de \$ 78.420,20, con una tasa de interés del 10% a 5 años plazo.

## **8.3 Estados Financieros proyectados**

### **8.3.1 Estado de Resultados**

En el Estado de Resultado se puede apreciar las utilidades que arrojan el presente proyecto durante su vida útil. Es así como el primer año la utilidad bruta alcanza el \$ 113.185,82, mientras que después de los gastos administrativos y mercadeos se obtendrá una utilidad operacional de \$120455,10. Luego de los gastos financieros, se obtendrá una utilidad antes de impuestos de \$ 96.207,95; una vez repartidos lo que por ley les pertenece a los trabajadores, se obtiene una utilidad neta de \$ 73.118,04, monto que se irá incrementando en los años siguientes hasta alcanzar en el quinto año la suma de \$ 176.738,53. Ver cuadro N° 18

**ESTADO DE RESULTADOS PROYECTADO**

PERIODOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
VENTAS	\$ 276.480,00	\$ 316.293,12	\$ 361.839,33	\$ 413.944,19	\$ 473.552,16
COSTOS OPERATIVOS	\$ 14.414,40	\$ 16.490,07	\$ 18.864,64	\$ 21.581,15	\$ 24.688,84
<b>UTILIDAD BRUTA</b>	<b>\$ 262.065,60</b>	<b>\$ 299.803,05</b>	<b>\$ 342.974,69</b>	<b>\$ 392.363,04</b>	<b>\$ 448.863,32</b>
<b>GASTOS ADMINISTRATIVOS</b>					
Sueldos y Beneficios Sociales	\$ 80.232,40	\$ 88.255,64	\$ 97.081,20	\$ 106.789,32	\$ 117.468,26
Servicios Basicos	\$ 8.023,20	\$ 8.344,13	\$ 8.677,89	\$ 9.025,01	\$ 9.386,01
Suministros de Oficina	\$ 180,00	\$ 187,20	\$ 194,69	\$ 202,48	\$ 210,57
Suministros de Limpieza	\$ 600,00	\$ 624,00	\$ 648,96	\$ 674,92	\$ 701,92
Alquiler de Lancha	\$ 28.800,00	\$ 29.952,00	\$ 31.150,08	\$ 32.396,08	\$ 33.691,93
Combustible de Lancha	\$ 1.920,00	\$ 1.996,80	\$ 2.076,67	\$ 2.159,74	\$ 2.246,13
Alquiler de furgoneta	\$ 14.400,00	\$ 14.976,00	\$ 15.575,04	\$ 16.198,04	\$ 16.845,96
Combustible de furgoneta	\$ 960,00	\$ 998,40	\$ 1.038,34	\$ 1.079,87	\$ 1.123,06
Depreciaciones	\$ 3.708,04	\$ 3.708,04	\$ 3.708,04	\$ 3.043,16	\$ 3.043,16
Amortizaciones	\$ 386,86	\$ 386,86	\$ 386,86	\$ 386,86	\$ 386,86
<b>TOTAL G. ADMINISTRATIVOS</b>	<b>\$ 138.210,50</b>	<b>\$ 149.429,07</b>	<b>\$ 160.537,78</b>	<b>\$ 171.955,48</b>	<b>\$ 185.103,86</b>
<b>GASTOS DE VENTAS</b>					
Publicaciones en Prensa Escrita	\$ 540,00	\$ 561,60	\$ 584,06	\$ 607,43	\$ 631,72
Distribucion de Volantes Promocionales	\$ 300,00	\$ 312,00	\$ 324,48	\$ 337,46	\$ 350,96
Tripticos, Gigantografias, Banners y Roll-Ups	\$ 1.320,00	\$ 1.372,80	\$ 1.427,71	\$ 1.484,82	\$ 1.544,21
Actualizacion de Pagina Web	\$ 240,00	\$ 249,60	\$ 259,58	\$ 269,97	\$ 280,77
<b>TOTAL G. DE VENTAS</b>	<b>\$ 2.400,00</b>	<b>\$ 2.496,00</b>	<b>\$ 2.595,84</b>	<b>\$ 2.699,67</b>	<b>\$ 2.807,66</b>
<b>TOTAL GASTOS DE OPERACION</b>	<b>\$ 141.610,50</b>	<b>\$ 151.925,07</b>	<b>\$ 163.133,62</b>	<b>\$ 174.655,15</b>	<b>\$ 187.911,52</b>
<b>Utilidad Operacional</b>	<b>\$ 120.455,10</b>	<b>\$ 147.877,98</b>	<b>\$ 179.841,07</b>	<b>\$ 217.707,89</b>	<b>\$ 260.951,80</b>
<b>GASTOS FINANCIEROS</b>	<b>\$ 7.504,93</b>	<b>\$ 6.129,25</b>	<b>\$ 4.609,51</b>	<b>\$ 2.930,65</b>	<b>\$ 1.075,98</b>
Utilidad Antes de Participacion	\$ 112.950,17	\$ 141.748,73	\$ 175.231,55	\$ 214.777,24	\$ 259.875,82
Participacion de Trabajadores	\$ 16.942,53	\$ 21.262,31	\$ 26.284,73	\$ 32.216,59	\$ 38.981,37
Utilidad Antes de Impuestos	\$ 96.007,64	\$ 120.486,42	\$ 148.946,82	\$ 182.560,65	\$ 220.894,45
Impuesto a la Renta	\$ 23.041,83	\$ 27.711,88	\$ 32.768,30	\$ 38.337,74	\$ 44.178,89
<b>UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 72.965,81</b>	<b>\$ 92.774,54</b>	<b>\$ 116.178,52</b>	<b>\$ 144.222,92</b>	<b>\$ 176.715,56</b>

**CUADRO No.18**

Elaboración: Autoras

## Balance

El Balance General es una tabulación en términos monetarios de los recursos de una entidad determinada, a una fecha determinada, asociada por la tabulación de los orígenes de estos recursos. El punto para enlazar el balance general al flujo de fondos, era para señalar que un balance general cuadra como el resultado natural de la contabilización de los dos aspectos de un flujo de fondos de una empresa, principalmente, de donde provinieron y a donde se fueron.

Un balance general, a menudo se define simplemente como el estado de los activos de un negocio a sus reclamaciones contra ellos, incluyendo las reclamaciones de sus propietarios. Tal definición, usualmente está acompañada de la definición de activos, pasivos y capital. Es una práctica común, ilustrar la naturaleza de un balance general, por medio del uso de una ecuación, tal como:  $ACTIVO = PASIVOS + CAPITAL$  o,  $ACTIVOS - PASIVOS = CAPITAL$  CONTABLE.

El balance general inicial se muestra en el cuadro N° 3, donde se reflejan las cifras correspondientes a activos corriente, con un valor de \$ 13.001,88 para el periodo pre operacional de la Escuela de Snorkeling y Buceo ACUÁTICA. Entre los rubros que conforman el activo fijo están: Terrenos por \$9.600,00; Edificio por \$38.000,00; Piscina por \$28.000,00; Equipos de Computación por \$1.994,65; Equipos de Oficina por \$2.705,00; Muebles de oficina por \$6.403,14, Otros implementos de Oficina por \$393,00; Equipos de Buceo y Snorkeling por \$19.506,96; Implementos de aula por \$1.423,50; lo que da un total de \$108.026,25 excluidas las depreciaciones por cada año.

El total del pasivo de la Escuela de Snorkeling y Buceo ACUÁTICA estará en \$80.962,43 y el Patrimonio en \$ 42.000,00, la suma del pasivo mas el patrimonio esta en \$ 122.962,43, tal como lo demuestra el cuadro N°19

## Balance General

<b>ACTIVOS</b>	
<b>CORRIENTES</b>	
Caja/Bancos	\$ 13.001,88
<b>TOTAL A. CORRIENTES</b>	<b>\$ 13.001,88</b>
<b>FIJOS</b>	
Muebles de Oficina	\$ 6.403,14
Equipos de Oficina	\$ 2.705,00
Equipos de Computación	\$ 1.994,65
Otros Implementos de Oficina	\$ 393,00
Terreno	\$ 9.600,00
Edificio	\$ 38.000,00
Piscina	\$ 28.000,00
Equipo de Snorkeling y Buceo	\$ 19.506,96
Implementos de aula	\$ 1.423,50
(-) Depreciación Acumulada	\$ -
<b>TOTAL A. FIJOS</b>	<b>\$ 108.026,25</b>
<b>DIFERIDOS</b>	
Gastos de Pre-Operación	\$ 1.934,30
(-) Amortización Acumulada	\$ -
<b>TOTAL A. DIFERIDOS</b>	<b>\$ 1.934,30</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 122.962,43</b>
<b>PASIVOS</b>	
Prestamos Bancario	\$ 80.962,43
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$ 80.962,43</b>
<b>PATRIMONIO</b>	
Capital Social	\$ 42.000,00
Utilidad del Ejercicio	\$ -
Utilidades Retenidas	\$ -
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$ 42.000,00</b>
<b>TOTAL PASIVOS + PATRIMONIO</b>	<b>\$ 122.962,43</b>

## Pre-Operacional

Cuadro No.19

Elaborado por autoras

## **Flujo de Caja**

Con el fin de establecer la liquidez y riesgo que va a tener la empresa en marcha de no cumplir con sus obligaciones financieras se elaboró el flujo de caja Ver cuadro N°20 que generaría la empresa ante la vida útil, pudiendo observarse que a partir del segundo año los valores son positivos.

Esta situación permite expresar que la empresa no tendrá problemas de liquidez para hacer frente a su compromiso con terceras personas, la solvencia de la empresa proyectada permitirá desde el primer año distribuir dividendos de utilidades a los socios o accionistas.

**FLUJO DE CAJA PROYECTADO**

PERIODOS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos Operativos	\$ -	\$ 276.480,00	\$ 316.293,12	\$ 361.839,33	\$ 413.944,19	\$ 473.552,16
Egresos Operativos						
Costos Operativos		\$ 14.414,40	\$ 16.490,07	\$ 18.854,54	\$ 21.581,15	\$ 24.688,84
Sueldos y Beneficios Sociales	\$ -	\$ 80.232,40	\$ 88.255,54	\$ 97.081,20	\$ 106.789,32	\$ 117.468,26
Servicios Basicos	\$ -	\$ 8.023,20	\$ 8.344,13	\$ 8.577,89	\$ 9.025,01	\$ 9.388,01
Suministros de Oficina	\$ -	\$ 180,00	\$ 187,20	\$ 194,89	\$ 202,48	\$ 210,57
Suministros de Limpieza	\$ -	\$ 600,00	\$ 624,00	\$ 648,96	\$ 674,82	\$ 701,92
Alquiler de Lancha	\$ -	\$ 28.800,00	\$ 29.952,00	\$ 31.150,08	\$ 32.396,08	\$ 33.691,93
Combustible de Lancha	\$ -	\$ 1.920,00	\$ 1.995,80	\$ 2.075,67	\$ 2.159,74	\$ 2.246,13
Alquiler de furgoneta	\$ -	\$ 14.400,00	\$ 14.975,00	\$ 15.575,04	\$ 16.198,04	\$ 16.845,96
Combustible de furgoneta	\$ -	\$ 960,00	\$ 998,40	\$ 1.038,34	\$ 1.079,87	\$ 1.123,06
Depreciaciones	\$ -	\$ 3.708,04	\$ 3.708,04	\$ 3.708,04	\$ 3.043,16	\$ 3.043,16
Amortizaciones	\$ -	\$ 386,86	\$ 386,86	\$ 386,86	\$ 386,86	\$ 386,86
Publicaciones en Prensa Escrita	\$ -	\$ 540,00	\$ 561,00	\$ 584,08	\$ 607,43	\$ 631,72
Distribucion de Volantes Promocionales	\$ -	\$ 300,00	\$ 312,00	\$ 324,48	\$ 337,46	\$ 350,96
Trpticos, Gigantografias, Banners y Roll-Ups	\$ -	\$ 1.320,00	\$ 1.372,80	\$ 1.427,71	\$ 1.484,82	\$ 1.544,21
Actualizacion de Pagina Web	\$ -	\$ 240,00	\$ 249,60	\$ 259,58	\$ 269,97	\$ 280,77
Interes del Prestamo	\$ -	\$ 7.504,93	\$ 6.129,25	\$ 4.609,51	\$ 2.930,65	\$ 1.075,98
<b>Flujo antes de Participacion</b>	\$ -	\$ 112.956,17	\$ 141.748,73	\$ 175.231,55	\$ 214.777,24	\$ 259.875,82
Participacion Trabajadores	\$ -	\$ 16.942,53	\$ 21.262,31	\$ 26.284,73	\$ 32.215,59	\$ 38.981,37
<b>Flujo Antes de Impuestos</b>	\$ -	\$ 96.007,54	\$ 120.486,42	\$ 148.946,82	\$ 182.560,65	\$ 220.894,45
Impuesto a la Renta	\$ -	\$ 23.041,83	\$ 27.711,86	\$ 32.758,30	\$ 38.337,74	\$ 44.178,89
<b>Flujo Despues de Impuestos</b>	\$ -	\$ 72.965,81	\$ 92.774,54	\$ 116.178,52	\$ 144.222,92	\$ 176.715,56
(+) Depreciaciones y Amortizaciones	\$ -	\$ 4.094,90	\$ 4.094,90	\$ 4.094,90	\$ 3.430,02	\$ 3.430,02
Pago Capital del Prestamo	\$ -	\$ (13.137,62)	\$ (14.513,30)	\$ (16.033,03)	\$ (17.711,90)	\$ (19.566,57)
Capital de trabajo	\$ (13.001,88)					
Inversiones:	\$ -					
Activos Fijos	\$ (108.026,25)					
Activos Diferidos	\$ (1.934,30)					
<b>Flujo Neto de Caja</b>	\$ (122.962,43)	\$ 63.823,09	\$ 82.356,14	\$ 104.240,39	\$ 129.941,03	\$ 160.579,01
<b>Flujo Neto Acumulado</b>		\$ 63.823,09	\$ 146.279,24	\$ 250.519,63	\$ 380.460,66	\$ 541.039,67

**TMAR:** 12,04%  
**TIR:** 64,94%  
**VAN:** \$ 247.262,88

**Cuadro No.20**

**Elaborado por: Autoras**

## Calculo del Punto de Equilibrio, VAN, PAYBACK Y TIR.

### Punto de Equilibrio

Un análisis de punto de equilibrio le indica la cantidad de ingresos que necesitara para cubrir sus gastos antes de que pueda lograra una ganancia en la Escuela de Snorkeling y Buceo ACUÁTICA. Para el cálculo de punto de equilibrio se toma en cuenta los rubros de Ventas menos costos Variables, lo cual da un punto de equilibrio tal como lo demuestra el cuadro N°21.

Cuadro No.21

#### PUNTO DE EQUILIBRIO

DETALLE	VALOR USD \$
COSTOS OPERATIVOS	\$ 1.201,20
COSTOS ADMINISTRATIVOS	\$ 11.259,63
COSTOS DE VENTA	\$ 200,00
COSTOS FINANCIEROS	\$ 625,41
OTROS COSTOS	\$ 341,24
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 13.627,49</b>

CLASIFICACION	VALOR USD \$	UNIDADES MES	C. UNITARIO
COSTOS FIJOS	\$ 11.800,88	288	\$ 40,98
COSTOS VARIABLES	\$ 1.826,61	288	\$ 6,34
<b>COSTOS TOTALES</b>	<b>\$ 13.627,49</b>		

PUNTO DE EQUILIBRIO (UNIDADES)			
CF total	\$ 11.800,88	160 unidades	
PVPu - CV u	\$ 73,66		
PUNTO DE EQUILIBRIO (USD \$)			
P.E. u x P.V.P.	P.E. x	P.V.P.	VENTAS USD \$
	160	\$ 80,00	\$ 12.817,01

Elaborado por: Autoras

## Valor Actual Neto (VAN).

El buscar una base para juzgar alternativas de inversión es deseable utilizar que el dinero tiene valor en el tiempo. Con frecuencia las cantidades equivalentes calculadas a valor actual son las cantidades en las cuales se basa la comparación.

La cantidad en valor presente de una alternativa de inversión representa el valor presente equivalente de sus ingresos, menos el valor de la inversión equivalente a sus gastos En el caso del proyecto turístico el VAN del flujo de caja es positivo.

## PAYBACK

El periodo de recuperación o PayBack mide el número de años requeridos para recuperar los desembolsos o capital invertido en el proyecto, así se tiene que por la inversión de \$ 122.962,43 que se realiza durante cinco años del proyecto es recuperado al tercer año. (Ver en el Cuadro N°22).

CALCULO DEL PAYBACK			
Año de Recuperación de la Inversión	Año	3	
Diferencia con Inversión Inicial	\$ 122.962,43	\$ 250.519,63	\$ (127.557,20)
Flujo Mensual Promedio Año Siguiente	\$ 129.941,03	12	\$ 10.828,42
Número de Meses	\$ (127.557,20)	\$ 10.828,42	(12)
<b>PAYBACK:</b>	<b>3</b>	<b>Años</b>	<b>(12) Meses</b>

Cuadro No.22

Elaborado por: Autoras

## Tasa Interna de Retorno (TIR)

Uno de los ratios para la evaluación financiera de un proyecto, es la tasa interna de retorno, a la que hay que confrontarla con la tasa de mercado que se mueve en los comercios financieros ecuatorianos. De ahí se tiene que el TIR del proyecto se ha calculado en el 64,94% la cual es una razón satisfactoria al proyecto.

### Ratios financieros

#### Liquidez

Esta prueba, aplicada a un instante del tiempo, evalúa a la empresa desde el punto de vista del pago inmediato de sus acreencias corrientes, en caso excepcional; ver el cuadro N°23.

RATIOS FINANCIEROS							
INDICES FINANCIEROS		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5	PROMEDIO
<b>INDICE DE RENTABILIDAD</b> Margen Bruto	<b>UTILIDAD BRUTA</b> VENTAS NETAS	94,79%	94,79%	94,79%	94,79%	94,79%	94,79%
	<b>UTILIDAD NETA</b> VENTAS NETAS	26,39%	29,33%	32,11%	34,84%	37,32%	32,00%
<b>INDICE DE GESTION</b> Impacto de Gastos	<b>GASTOS DE OPERACION</b> VENTAS NETAS	51,22%	48,03%	45,08%	42,19%	39,68%	45,24%
	<b>GASTOS FINANCIEROS</b> VENTAS NETAS	2,71%	1,94%	1,27%	0,71%	0,23%	1,37%
<b>INDICE DE LIQUIDEZ</b> Liquidez Corriente	<b>ACTIVOS CORRIENTES</b> PASIVOS CORRIENTES	0,16	1,13	2,99	7,07	20,11	6,29
	<b>TOTAL DE PASIVOS</b> TOTAL DE ACTIVOS	0,66	0,37	0,20	0,10	0,04	0,27

Cuadro No.23

Elaborado por: Autoras.

## **9. Conclusiones y Recomendaciones.**

### **9.1 Conclusiones.**

En esta parte del proyecto se exponen las conclusiones a las que se llegó luego de una investigación de mercado donde el principal objetivo fue determinar la factibilidad de la implementación de una Escuela de Snorkeling y Buceo en el Cantón Puerto López de la provincia de Manabí determinando la viabilidad de este proyecto.

Tales resultados demuestran que la demanda de este servicio no está satisfecha en su totalidad, por lo que no hay competencia directa, lo que beneficia al centro, siendo este de gran aporte al turismo de Puerto López, demostrando que es estable, conveniente y favorable.

Escuela de Snorkeling y Buceo ACUÁTICA contará con el financiamiento del Banco Nacional del Fomento y pudiera ser de cualquier otro organismo por que este proyecto demostró ser rentable según los estudios realizados.

## **9.2 Recomendaciones.**

Se tendrá en cuenta las siguientes recomendaciones:

- Fomentar la concientización turística a través de programas del Ministerio de turismo como capacitaciones.
- Realizar promoción turística en el exterior por medio de Embajadas extranjeras y de la iniciativa privada como hoteles, hostales, paradores turísticos, Agencias de Viajes, etc.
- Considerar el turismo como actividad para generar ingresos al país mejorando la economía del Ecuador.
- Crear un convenio con el Municipio de Puerto López para hacerlo participe a lo largo del proyecto en marcha y, que de esta manera brinde el apoyo de mejoramiento de sus servicios e infraestructura.

Se recomienda que se invierta en este proyecto, ya que se ha establecido técnica y financieramente que el estudio es viable en todas sus partes.

## BIBLIOGRAFÍA

Banco Central del Ecuador. (2011). *BANCO CENTRAL DEL ECUADOR*. Recuperado el JUNIO de 2011, de <http://www.bce.fin.ec/>

Bowen, J., Kotler, P., & Makens, J., (1997). *MERCADOTECNIA PARA TURISMO*. México: Prentice – Hall HispanoAmérica S.A

BNF. (2011). Banco Nacional De Fomento. Recuperado el 2011, de [https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com\\_content&view=article&id=156&Itemid=440](https://www.bnf.fin.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=156&Itemid=440)

Granero Gallegos, A. (2007). Las actividades físico-deportivas en la naturaleza y la industria turística. *Revista Internacional de Medicina y Ciencias de la Actividad Física y del Deporte*, 7 (26), 111-117.

Municipio De Puerto López. Recuperado el JUNIO De 20 11, de <http://www.municipio-pl.com/>

STONER, J. A., FREEMAN, R., & GILBERT, J. (1997). *ADMINISTRACION.MEXICO: PRENTICE-HALL HISPANOAMERICANA S.A.*

Subsecretaria de Turismo del Ecuador. (2010). *Análisis Estadístico Territorial del Ecuador*, Guayas, Ecuador.

Valdés L., Ruiz A., (1996). *Turismo y promoción de destinos turísticos: Implicaciones Empresariales*. Gijón: Mercantil Asturias.

EcosTravel. Recuperado en junio del 2011, de <http://www.ecostravel.com/ecuador/hoteles/manabi/playa-puerto-lopez.php>

Manabí Gobierno Provincial.(2011). *Portal del ministerio de Manabí*. Recuperado el junio del 2011, de: <http://www.manabi.gob.ec/cantones/puerto-lopez>

Manabí Gobierno Provincial.(2011). *Portal del ministerio de Manabí*. Recuperado el junio del 2011, de: <http://www.manabi.gob.ec/ecuador/microinformativos>

Obtenido de:

<http://www.galapagosreise.com/TurismoEcuador/TurismoPuertoLopez01.html>

Shvoong. Reseña de Artículos. Recuperado el junio del 201, de <http://es.shvoong.com/writing-and-speaking/copywriting/2160678-snorkeling-ponerse-en-forma/#ixzz1frV2RjDI>

# **ANEXOS**

**UNIVERSIDAD CATOLICA SANTIAGO DE GUAYAQUIL**

**Facultad Empresariales**

Objetivo: "creación de una Escuela de Snorkeling&Buceo en Puerto Lopez"

**DATOS GENERALES:**

Género: M  F  Edad \_\_\_\_\_

Procedencia:.....

**PREGUNTAS:**

1. ¿Va usted a PUERTO LOPEZ-MANABI, o a sus alrededores? Si es no a las pregunta3

Si  No

2. Si su respuesta es SI ¿con qué frecuencia asiste?

Los fines de semana

Cada mes

Dos veces al año

Solo en vacaciones

3. ¿Practica usted deportes acuáticos? Si es NO siga a la 5ta.

SI  NO

4. ¿Qué deportes acuáticos?

- SNORKELING
- BUCEO DEPORTIVO
- SURFING
- KITSURFING

5. ¿Desearía conocer más sobre uno de los deportes antes mencionados?

- SI  NO

6. ¿En cuál de ellos?

.....

7. ¿Sabía Ud. que en el Cantón Puerto López se inaugurará el centro de deportes acuáticos?

- SI  NO

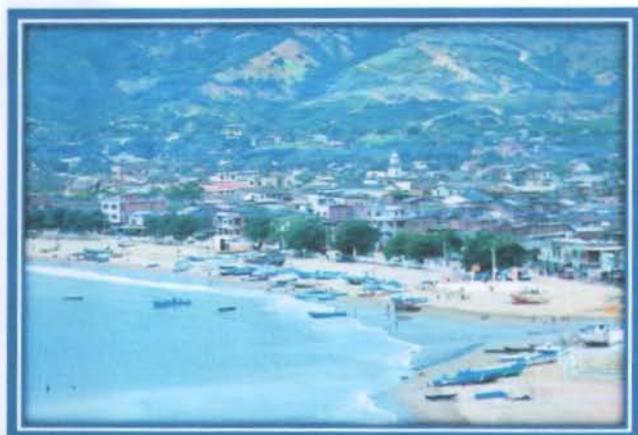
8. Participaría usted en las clases de buceo deportivo y Snorkeling?

- SI  NO

9. A su criterio, ¿qué valor estaría usted dispuesto a pagar por el paquete turístico de deportes acuáticos?

- \$60- 100  \$110- 200  \$210-300

Anexos 1



## ANEXO 2

(TERRENO DONDE SE EDIFICARÀ LA ESCUELA)



**ANEXO 3**



## **ANEXO 4**

**Jennifer Solange Huacon Puas**

Cdla. Ceibos av2da y la 10ma

E-mail: jennifer8936@hotmail.com

Teléfonos: 042356204-084193937

Edad: 22 años

C. Identidad: 092487524-8

Guayaquil - Ecuador



---

### **DATOS PERSONALES**

**Fecha de Nacimiento:** 6 de marzo de 1989

**Dirección:** ceibos av. 2da y la 10ma

**Estado civil:** Soltera

**CI:** 0924875248

**Edad:** 21 años

**País de Residencia:** Guayaquil

**Nacionalidad:** ecuatoriana

**Ciudad:** Guayaquil

---

### **EDUCACION**

**Nombre/Institución:** colegio "LA DOLOROSA"

**Lugar:** Guayaquil - Ecuador

**Bachiller de la República del Ecuador con título especializado en Informática**

**Nivel de Educación:** Universidad

**Nombre/Institución:** Universidad Católica Santiago de Guayaquil

**Carrera:** Ingeniería en Administración Turística y Hotelera

**Facultad:** Empresariales

**Grado:** Egresada

### **SEMINARIOS Y CURSOS DE ESPECIALIZACION:**

Seminario de Campismo, Escultismo y Primeros Auxilios

**ASOCIACION DE SCOUTS DEL ECUADOR** (Agosto 2006)

Seminario de Cocteleria **UCSG** (Junio 2009)

Seminario de Marketing Político, Deportivo y Liderazgo Empresarial dirigido por **EDUARDO MARURI**

**UCSG** (Julio 2008)

### **IDIOMAS Y CONOCIMIENTOS VARIOS**

**Tecnología:** Manejo de programas utilitarios e Internet.

**Idioma Español:** Como lengua nativa

**Idioma Ingles:** Intermedio

Cursos de Ingles del 1 a 4to NIVEL

**COPEI (2006-2007) y EN EL INSTITUTO DE INGLES KOE**

---

### **EXPERIENCIA**

- Protocolo | **MISS CONTINENTE AMERICANO**  
Junio 2008 Y 2009 (Pasantías)
- Expositora 2da feria internacional de turismo | **UCSG**  
Agosto 2007 (Pasantías)
- Expositora Feria Gastronómica | **MUSEO PRESLEY NORTON**  
Agosto 2008 (Pasantías)
- Asistente del departamento de ama de llaves | **hotel "DORAL"**  
MARZO 2010- MAYO 2010 (Practicas HOTELERAS)

NANCY GABRIELA SANMARTIN BLACIO

10 DE AGOSTO Y TUNGURAHUA - GUAYAQUIL-  
ECUADOR

CELULAR: 098-985-145

CORREO ELECTRÓNICO [gabytasanmartin88@hotmail.com](mailto:gabytasanmartin88@hotmail.com)



### OBJETIVO

Ejercer con responsabilidad cada una de las tareas asignadas en el área de trabajo. Contribuir con los conocimientos aprendidos durante la etapa de estudio en las labores asignadas.

### INFORMACIÓN PERSONAL

---

- Estado civil: Soltera
- Nacionalidad: Ecuatoriana
- Fecha de nacimiento: 20 de julio de 1988
- Lugar de nacimiento: Machala
- C.I: 0705234367

### EDUCACIÓN

---

#### PRIMARIA

1993-1998      Unidad Educativa Particular La Inmaculada  
(Primaria)

#### SECUNDARIA

1999-2005      Unidad Educativa Particular La Inmaculada  
(Secundaria)

Título:              Bachiller en Contabilidad y Administración

#### SUPERIOR

2006              Egresada Hotelería y Turismo en la Universidad  
Católica de Santiago de Guayaquil (UCSG)

Título a obtener Ingeniera en Administración de Empresas  
Turísticas y Hoteleras.

## CAPACITACIÓN

---

Cursos de Sabre (Universidad Católica Santiago de Guayaquil)

Cursos de Kiu (BM Tours S.A)

### CONTABILIDAD:

Procesos Contables Básicos y Avanzados  
Contabilidad Computarizada

ASOCIACION DE SCOUTS DEL ECUADOR (Agosto 2006)

Seminario de Campismo, Escultismo y Primeros Auxilios

UCSG (Julio 2008)

Seminario de Cocteleria

CAMARA DE COMERCIO DE GUAYAQUIL (Mayo 2010)

Seminario: Proactividad para Secretarias y Asistentes Ejecutivas

## EXPERIENCIA LABORAL

---

Área de proveeduría | SOLCA

Agosto 2004 (Pasantías)

Protocolo | MISS CONTINENTE AMERICANO

Junio 2007 (Pasantías)

Expositora 2da Feria Internacional de Turismo | UCSG

Agosto 2007 (Pasantías)

Pasantías (Asistente de Ventas) | BM Tours S.A

Abril - Julio 2008

Expositora Feria Gastronómica | MUSEO PRESLEY  
NORTON

Agosto 2008 (Pasantías)

Protocolo | **MISS CONTINENTE AMERICANO**  
Septiembre 2008 (Pasantías)

Asistente en Acreditación a la Prensa | **FITE: 6TA**  
**EDICION**

Septiembre 2008 (Prácticas Empresariales)

Telemarketing (Dic. 2008 a Enero 2010)

Asistente de Gerencia (Feb. 2010 - Hasta la Actualidad)

Asistente de Logística | **ASAPTEL S.A.**

Dic. 2008 - Hasta la actualidad.

## REFERENCIAS

---

Lcda. Eva Aguilar

**COLEGIO DE MACHALA**

Teléfono: 2937129

Ing. Fanny Almeida

Ejecutiva de Ventas

**AEROGAL**

Tel.: 091408847

Lcda. Lupita Nolivo

**ENFERMERÍA DE LA U. ESTATAL**

Teléfono: 099895408

Ing. Mariuxi Velastegui

Jefe de Logística

**ASAPTEL S.A.**

Teléfono: 2291679 / 084-208-954

Ing. Dennis Sánchez

Turismo y Hotelería.

**UNIVERSIDAD CATÓLICA SANTIAGO DE**  
**GUAYAQUIL**

Tel. 097-904-482