



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA  
DE PESCA DEPORTIVA EN BAHÍA DE CARAQUEZ MEDIANTE  
LA IMPORTACIÓN DE ARTICULOS DE PESCA DE LA MARCA BASS  
PRO SHOP -ESTADOS UNIDOS

AUTOR

Guido José Pazmiño Rack

AÑO

2019



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA DE PESCA  
DEPORTIVA EN BAHÍA DE CARAQUEZ POR MEDIO DE LA IMPORTACIÓN  
DE ARTICULOS DE PESCA DE LA MARCA BASS PRO SHOP - ESTADOS  
UNIDOS

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos  
establecidos para optar el título de Ingeniero en Negocios Internacionales

Profesor Guía

Diego Patricio Torres Contreras, MBA.

Autor

Guido José Pazmiño Rack

Año 2019

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA

“Declaro haber dirigido este trabajo, plan de negocios para la creación de una escuela de pesca deportiva en Bahía de Caráquez por medio de la importación de artículos de pesca de la marca Bass Pro Shop -Estados Unidos, a través de reuniones periódicas con Guido José Pazmiño Rack, en el semestre 2019-1, orientando sus conocimientos y competencias para un eficiente desarrollo del tema escogido y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”

---

Diego Patricio Torres Contreras, MBA.

C.I. N° 1705069993

## DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR

“Declaro haber revisado este trabajo, plan de negocios para la creación de una escuela de pesca deportiva en Bahía de Caráquez por medio de la importación de artículos de pesca de la marca Bass Pro Shop -Estados Unidos de Guido José Pazmiño Rack, en el semestre 2019-1, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

---

Christian Diego Pérez Solórzano

C.I. N° 1711254423

## DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE

“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”.

---

Guido José Pazmiño Rack  
C.I. N° 1718310053

## AGRADECIMIENTO

Buen viento y buena mar:

Es la frase que me dijo mi padre, Cap. Guido Pazmiño al momento que emprendí este viaje para alcanzar todas mis metas, por eso le agradezco a él por brindarme su apoyo y nunca dejar de creer en mí; a mi madre Alexandra Rack sin duda alguna mi ejemplo por ser la mujer más responsable y perseverante y la bendición más grande que Dios me pudo otorgar; a mi hermano Sebastián Pazmiño por enseñarme que siempre hacer lo que te gusta es más importante de lo que los demás digan; y a David Rack, mi tío que más que eso fue el segundo padre que la vida me otorgó, gracias por estar todos los días de mi vida velando por mi bienestar. Este trabajo fue escrito con la mayor pasión y dedicación, gracias al amor de estas personas.

## DEDICATORIA

Este trabajo va dedicado a la familia Pazmiño Rack por ser mi soporte en cada momento y a mi hermoso país

## RESUMEN

El proyecto de creación de la escuela de pesca deportiva Marlin Bay Fishing School, enfocado a turistas nacionales y extranjeros y a un grupo determinado de personas que pueden experimentar un turismo de aventura y pesca en las costas de Bahía de Caráquez, debe ser tomado en cuenta por las autoridades de turismo de la provincia de Manabí, por lo que hay que anticiparse a las oportunidades presentes. Es necesario establecer que, el interés en mantener altos estándares de calidad y seguridad tanto dentro de las instalaciones de la Escuela o en las actividades que se realicen en la práctica de este deporte en alta mar, de manera que se pueda satisfacer todas las necesidades de los estudiantes y hacerlos sentir dentro de un ambiente ameno y divertido.

El proyecto tiene como objetivo principal la viabilidad de tener una buena aceptación de un determinado segmento de la población ecuatoriana y de turistas extranjeros, para ello se realizó un análisis interno y externo, a través de un análisis PEST y de las cinco fuerzas de Porter, donde se establecen las amenazas y oportunidades del mercado para poder implementar el proyecto y así lograr una aceptación viable dentro del mercado.

Así mismo se logró establecer cuáles eran las estrategias de marketing más adecuadas para la empresa, a través de ofertar el servicio, precios, plaza y promoción, las mismas que deben estar acorde a las condiciones del mercado en el cual se va a desarrollar el proyecto.

De igual forma se deja establecida la estructura organizacional, la cual permitirá tener una misión, visión y objetivos que ayuden a la empresa a salir adelante a través de planificaciones claras, donde se defina un proceso de importación de insumos y materiales que ayudaran al desenvolvimiento adecuado de las clases y práctica de la pesca deportiva.

Por último, el análisis financiero ayudó a conocer detalles del desenvolvimiento de las actividades económicas, relacionadas con el empréstito a realizar, la aportación del capital social de los socios, las importaciones de los materiales a ser utilizados, y desde cuando se podrá contar con una rentabilidad propia que permitan a los inversionistas tener una utilidad. Por lo que el proyecto es rentable y factible de ser aplicado.



## ABSTRACT

The project for the creation of the Marlin Bay Fishing School, aimed at national and foreign tourists and a certain group of people who can experience adventure tourism and fishing on the shores of Bahía de Caráquez, must be taken into account by the tourism authorities of the province of Manabí, so we must anticipate the present opportunities. It is necessary to establish that the interest in maintaining high standards of quality and safety both within the facilities of the School or in the activities that are carried out in the practice of this sport on the high seas, so that it can meet all the needs of students and make them feel in a fun and entertaining environment.

The main objective of the project is the viability of having a good acceptance of a certain segment of the Ecuadorian population and of foreign tourists, for this an internal and external analysis was carried out, through a PEST analysis and the five Porter forces, where the threats and opportunities of the market are established to be able to implement the project and thus achieve a viable acceptance within the market.

Likewise, it was possible to establish which were the most appropriate marketing strategies for the company, through offering the service, prices, place and promotion, which must be in accordance with the market conditions in which the project will be developed. .

Likewise, the organizational structure is established, which will allow having a mission, vision and objectives that help the company to move forward through clear planning, where a process of importing inputs and materials that will help the adequate development is defined. of the classes and practice of sport fishing.

Finally, the financial analysis helped to know details of the development of the economic activities, related to the loan to be made, the contribution of the social capital of the partners, the imports of the materials to be used, and from when it will be possible to have a own profitability that allow investors to have a profit. So the project is profitable and feasible to be applied.

# ÍNDICE

1.	Introducción .....	1
1.1.	Justificación del trabajo .....	1
1.2.	Objetivo general .....	2
1.3.	Objetivos específicos .....	2
2.	Análisis del Entorno .....	3
2.1.	Análisis del entorno externo .....	3
2.1.1.	CIIU de la industria .....	3
2.1.2.	Entorno Externo (PESTEL – Ecuador) .....	3
2.1.3.	Análisis Entorno Externo (PESTEL – Estados Unidos) .....	7
2.1.4.	Análisis de la Industria (Cinco fuerzas de Porter) .....	10
2.2.	Matriz EFE .....	11
2.3.	Conclusiones del Entorno Externo Pestel.....	12
2.4.	Conclusiones de Porter .....	12
3.	Análisis del Cliente .....	13
3.1.	Segmento de mercado .....	13
3.1.1.	Justificación de la investigación de mercado.....	13
3.1.2.	Pregunta de investigación .....	13
3.1.3.	Hipótesis.....	13
3.1.4.	Objetivo General.....	14
3.1.5.	Objetivos Específicos .....	14
3.1.6.	Metodología de la Investigación .....	15
3.2.	Investigación cualitativa .....	15
3.2.1.	Entrevista a experto.....	15
3.2.2.	Grupo Focal (Ver Anexo 7).....	15
3.3.	Investigación Cualitativa .....	16
3.3.1.	Análisis de la Infografía (Ver Anexo 5) .....	17
3.3.2.	Conclusiones de análisis cualitativo y cuantitativo .....	18
4.	Oportunidad de Negocios .....	20
4.1.	Descripción de la oportunidad de negocio	

encontrada .....	20
4.2.Demanda proyectada del mercado de la escuela de pesca deportiva .....	22
<b>5. Plan de Marketing.....</b>	<b>24</b>
5.1. Estrategia General de Marketing .....	24
5.1.1. Mercado Objetivo .....	25
5.1.2. Propuesta de Valor.....	25
5.1.3. Forma de Internacionalización .....	27
5.2. Mezcla de Marketing.....	27
5.2.1. Producto .....	27
5.2.1.1. Estrategia de producto .....	28
5.2.1.2. Branding .....	29
5.2.1.3. Atributos .....	29
5.2.2. Precios .....	29
5.2.2.1. Costo de venta .....	30
5.2.2.2. Estrategia de entrada .....	30
5.2.2.3. Estrategia de ajuste.....	31
5.2.3. Plaza .....	31
5.2.3.1. Espacio físico .....	31
5.2.3.2. Estrategia de distribución .....	33
5.2.3.3. Estructura del canal de distribución.....	34
5.2.4. Promoción .....	34
5.2.4.1. Estrategia promocional.....	34
5.2.4.2. Publicidad.....	34
5.2.4.3. Promoción de ventas.....	36
5.2.4.4. Relaciones públicas.....	36
5.2.4.5. Presupuesto global de la mezcla de marketing .....	36
<b>6.Propuesta de Filosofía y estructura organizacional .....</b>	<b>37</b>
6.1.Misión, Visión y Objetivos de la organización.....	37
6.1.1. Misión .....	37
6.1.2. Visión.....	37
6.1.3. Objetivos estratégicos específicos .....	37
6.2.1. Cadena de Valor.....	39

6.2.2.	Mapa de procesos .....	40
6.2.3.	Procesos estratégicos .....	40
6.2.4.	Procesos Operativos .....	41
6.2.5.	Procesos de apoyo.....	41
6.2.6.	Capacidad Instalada.....	42
6.2.7.	Materia prima requerida .....	42
6.2.8.	Personal requerido .....	43
6.2.9.	Importación de mercaderías .....	44
6.3.	Estructura organizacional .....	45
6.3.1.	Estructura Legal .....	45
6.3.2.	Diseño Organizacional .....	47
7.	Evaluación Financiera .....	49
7.1.	Proyecciones en base a la industria.....	49
7.2.	Proyecciones de ingresos, costos y gastos.....	49
7.2.1.	Proyección de ingresos y justificación de los mismos .....	49
7.2.2.	Proyección de costos y gastos .....	51
7.3.	Inversión Inicial. Capital de Trabajo .....	52
7.3.1.	Inversión Inicial.....	52
7.3.2.	Estructura de capital.....	53
7.3.3.	Fuente de Financiamiento .....	54
7.4.	Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja.....	54
7.4.1.	Estado de resultados.....	54
7.4.2.	Estado de Situación Financiera.....	54
7.4.3.	Flujo de efectivo del proyecto.....	55
7.5.	Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y créditos de valoración. ....	55
7.5.1.	Flujo de Caja del Inversionista .....	55
7.5.2.	Tasa de Descuento .....	56
7.5.3.	Valor Actual Neto.....	56
7.5.4.	Tasa Interna de Retorno.....	56
7.5.5.	Índice de Rentabilidad .....	56

7.5.6.	Periodo de Recuperación de la Inversión.....	57
7.6.	Índices Financieros .....	57
7.6.1.	Liquidez.....	57
7.6.2.	Endeudamiento .....	57
7.6.3.	Rentabilidad .....	57
7.6.4.	Política Financiera.....	58
7.6.5.	Política de Inventarios .....	58
7.6.6.	Actividad.....	58
8.	Conclusiones Generales .....	59
9.	Glosario de términos .....	61
	Referencias.....	61
	ANEXOS.....	65

## **1. Introducción**

### **1.1. Justificación del trabajo**

La pesca deportiva es una manera de disfrutar del aire libre, pasar un buen rato, establecer un momento inolvidable; muchas personas conocieron y aprendieron de esta actividad porque tuvieron a alguien que los llevó de pesca. Desafortunadamente no todas las personas tienen ese privilegio de practicar este deporte o de conocer alguna institución y/o empresa que pueda enseñarles los conceptos básicos y brindar estos servicios.

Los atractivos turísticos del Ecuador han despertado fuerte interés entre quienes la visitan, Manabí no es la excepción, un paraíso en el perfil costanero, sirve de distracción para los amantes de deportes extremo, como pesca deportiva, deporte de montaña, esta provincia goza de varios destinos interesantes, Bahía de Caráquez, por su belleza ecológica y la variedad de peces que se pueden pescar es el destino óptimo donde se puede llevar a cabo estas actividades.

El presente plan de negocio desea desarrollar la primera escuela de pesca deportiva en el Ecuador con la ayuda de la obtención de la licencia de Bass Pro Shop, es aquí donde esta marca reconocida a nivel mundial juega un papel importante, sus productos y el equipamiento son especializados para realizar cualquier clase de pesca deportiva desde sus señuelos hasta la fabricación de sus embarcaciones poseen una tecnología de punta generando la satisfacción de sus clientes.

## **1.2. Objetivo general**

Determinar la viabilidad técnica y financiera de la implementación de una escuela de pesca deportiva en la ciudad de Bahía de Caráquez, con productos y equipamiento de la marca Bass Pro Shop, Estados Unidos.

## **1.3. Objetivos específicos**

Determinar las oportunidades, amenazas de la industria a través de un estudio del entorno mediante el análisis PEST y las cinco fuerzas de Porter

Detallar las preferencias y necesidades del cliente y a su vez la aceptación del servicio y productos mediante una investigación cuantitativa y cualitativa.

Establecer una oportunidad clara de negocio que sea sustentada en base al análisis del ambiente externo, necesidades y preferencias de los clientes.

Desarrollar una estrategia de marketing que otorgue al servicio y sus productos ser competitivos proporcionando éxito en el mercado nacional.

Establecer una filosofía y estructura organizacional sólida que otorgue el cumplimiento de objetivos y el desarrollo óptimo de la organización

Realizar un análisis financiero para determinar la viabilidad de la implantación de este servicio en el mercado ecuatoriano.

## 2. Análisis del Entorno

### 2.1. Análisis del entorno externo

#### 2.1.1. CIU de la industria

P8541 ENSEÑANZA DEPORTIVA Y RECREATIVA.

P8541.0 ENSEÑANZA DEPORTIVA Y RECREATIVA.

P8541.09 Otro tipo de enseñanza deportiva y recreativa como: actividades de instructores, profesores y entrenadores deportivos.

#### 2.1.2. Entorno Externo (PESTEL – Ecuador) Ver Anexo 1

##### Entorno político Legal

- **Riesgo País (RP):** El índice de riesgo político que tiene el Ecuador según JP Morgan el 2018 fue de 621, con una variación porcentual de 3,50% al alza lo que permite establecer una recuperación dentro de los mercados internacionales de negocios. (Chase, 2018).
- **CIU de la Industria:** El país tiene la tasa de actividad emprendedora más alta de América Latina; así lo sostiene el Global Entrepreneurship Monitor (GEM), un informe global que mide el emprendimiento. A escala regional, los datos del GEM señalan que a Ecuador registró una tasa de actividad emprendedora (TEA) de 33,6%.
- **Acuerdo de Preferencias Arancelarias:** La decisión supone que las preferencias arancelarias estarán en vigencia para Ecuador hasta el 31 de diciembre de 2020 y con efecto retroactivo. La anterior renovación había expirado el 31 de diciembre de 2017. (Banco Mundial, 2018)
- **Facilidad para hacer negocios:** El país en la actualidad se encuentra en un estado de recuperación de la economía, a pesar de que en el 2017, ocupó el puesto 118/190 del ranking, (media-alta dificultad para hacer negocios), lo cual afecta de manera negativa, pero las autoridades económicas trabajan para estabilizar la economía del país a través de políticas que permitan a nuevas empresas invertir en el Ecuador, disminuyendo las trabas burocráticas y aplicando nuevos esquemas de inversiones.



- **Relaciones comerciales con Estados Unidos político:** Ecuador y EE.UU. no poseen acuerdos comerciales, no obstante, poseen un acuerdo de cooperación entre estas dos naciones, los mismos que fueron renovados después de 9 años de permanecer inactivo (OMC, 2017). Además, el Cuerpo de Paz de los Estados Unidos opera un programa considerable en Ecuador, más de 100 empresas estadounidenses están haciendo negocios en Ecuador, lo que permite dinamizar los lazos comerciales entre las dos naciones.
- **Costos de importación:** En cuanto al tiempo de cumplimiento de presentar los documentos para la importación en Ecuador es de 8 días y el costo promedio es de 75 USD. Esto tendrá un impacto positivo porque los costos son bajos. (Banco Mundial, 2017)
- **Requisitos para importar:** Proceso de Importación mediante la plataforma ECUAPASS, políticas de facilitación al comercio internacional, los documentos exigibles según el Art. 73 del COPCI son: factura comercial, bill of landing y la póliza de seguros.
- **Exigencias normativas de GAD:** Se crea una conciencia positiva del cuidado de los recursos naturales sobre los usuarios de este servicio, la industria de actividades de pesca deportiva está enfocada en políticas de catch and free lo cual genera un impacto positivo a la sociedad y al medio ambiente.
- **Ley de dispositivos de posicionamiento satelital:** Esta ventaja de poder colocar un GPS en cada embarcación otorga un sistema de seguridad única, se sabe que en caso de naufragios el sistema GPS es de gran ayuda para que la guardia costera acceda a rescatar a la tripulación.

### Entorno Económico

- **Indicadores económicos:** La Población Económicamente Activa del Ecuador es del 65.2% para marzo 2018. El Ecuador tiene un subempleo del 17.3% y un desempleo del 5.7%. (Banco Central del Ecuador, 2018), la realidad socioeconómica de las diferentes comunas costeras, que albergan a los cerca de 60 mil pescadores artesanales registrados en el país, no ha

tenido un mejoramiento sustantivo en los últimos años (Banco Central del Ecuador, 2018).

- **CIU de la Industria:** “El turismo deportivo y recreativo es un mercado en expansión y representa grandes beneficios económicos a nivel local, nacional e internacional” (David F. R., 1999). Este tipo de actividad deportiva y recreativa constituye una parte fundamental, pues, cada vez más, el turista desea participar activamente en sus vacaciones; resulta de gran interés estudiar la relación de estos dos fenómenos cuando se realizan en la naturaleza.
- **Inflación del Ecuador:** La inflación interanual del Ecuador de agosto 2017 a agosto 2018 se ubicó en -0,32... (Banco Central del Ecuador, 2018).
- **Créditos para nuevos emprendimientos:** Gobierno Ecuatoriano promueve la creación de créditos para emprendimientos que dinamicen la economía del Ecuador y fomentar la industria local. (Ban Ecuador, 2018).
- **Estadísticas de importación del producto (insumo) entre Ecuador – EE.UU., subpartida 9507.10.00.00.** En el 2018, el 47,5% de exportaciones se realizaron a EE.UU., según datos del Banco Central. Además, en el 2018 las importaciones de EE.UU. fueron de 37,8%. (Banco Central, 2018). Esto tiene un impacto positivo debido a que EE.UU. es un proveedor posicionado. (Ver Anexo 16)

## Entorno Social

- **CIU de la Industria:** De acuerdo a (Vergara Silva, 2015), “la enseñanza deportiva y recreativa son todas aquellas intervenciones y acciones encaminadas a desarrollar la capacidad física, intelectual y social de la persona, asumiendo un papel protagónico de su propio proceso de socialización”. Este trabajo pone de manifiesto que el deporte y la recreación son parte de nuestras vidas; a diario una gran parte de la población ve o practica algún deporte, sea por fines de salud, diversión o como un modelo de vida
- **Cuidado del medio ambiente:** En los últimos años se creó conciencia sobre

el impacto negativo que creo el ser humano en el entorno natural y como se debe empezar a realizar esos cambios positivos

- **Costo por práctica de pesca deportiva:** La mayoría de las personas que practican pesca deportiva pagan alrededor de \$ 1300,00 a 1400,00 dólares por el alquiler de la embarcación para salir a pescar, este valor es dividido entre un promedio de cuatro a cinco integrantes. (El Galeodan, 2017). Ciertas personas de la costa ecuatoriana acuden a este servicio, pero hay un segmento mínimo que posee su propia embarcación para realizar pesca deportiva.
- **Tamaño del estrato socioeconómico dirigido:** Los estratos a quienes estará dirigido este trabajo se pone de manifiesto de que son hombres cuya edad está en el rango de 18 a 65 años; personas que han practicado pesca deportiva quienes optan por perfeccionar las técnicas de trawling y casting, esto ayuda en que técnicas la escuela se debe especializar.
- **Desventajas para la práctica de pesca deportiva:** Ecuador es un país que sirve de canal marítimo de redes de narcotráfico las mismas que son usadas por pescadores deportivos y artesanales, los llamados piratas o contrabandistas se dedican a dejar sin motores a las embarcaciones o cometer crímenes con tal de que no se descubra la ruta por la que se realiza el tráfico de drogas.

### Entorno Tecnológico

- **Uso de ciencia y tecnología:** Ecuador ha incrementado la inversión en ciencia y tecnología en un 1,88% del Producto Interno Bruto (PIB) (El Telégrafo, 2018). Lo que permite establecer que el proyecto tiene cierta ventaja en el uso de la tecnología para garantizar la pesca a mar abierto, donde se podrá ubicar banco de peces con el uso adecuado de estos instrumentos.
- **Uso de sistemas de seguridad tecnológica:** Una clara ventaja que puede ser aprovechada en las rutas donde se pesca es que se cuenta con un sistema de apoyo, pues estos instrumentos garantizan pedir ayuda inmediata en caso de algún percance y salvaguardar la vida de clientes y de los propios

guías de las embarcaciones.

- **Seguimiento de especies marinas:** Biólogos marinos de las universidades de Ecuador realizan monitoreo a especies que se encuentran amenazadas en las costas ecuatorianas, el tiburón martillo es una de estas especies, la técnica usada para no causar estrés ni malestar al animal es pescarlos con una caña de pesca deportiva lo cual no genera lesiones ni impactos negativos para el estudio de dicha especie. (Revista Líderes, 2016).
- **Uso de Instrumentos electrónicos:** El desarrollo de equipos tecnológicos permiten la detección de peces con una localización más rápida de los cardúmenes. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura, 2017). Esto conlleva a promocionar que se direccionará a sitios donde la pesca es segura, y que vivirá una grata experiencia.

### 2.1.3. Análisis Entorno Externo (PESTEL – Estados Unidos) Ver Anexo 2

#### Entorno Político y Legal

- **Relaciones comerciales:** Estados Unidos representa el 23% de las importaciones del Ecuador, haciéndolo un mercado atractivo en la creación de nuevas relaciones comerciales. (Santander, s/f).
- **Facilidad para iniciar un negocio:** Según el ranking del *Doing Business*, Estados Unidos ocupa el puesto número 6/190 países. (Banco Mundial, 2018), esto implica una media-alta facilidad para hacer negocios lo cual es positivo para cualquier empresa que desee iniciar negocios.
- **Decisiones Políticas:** ASA otorga a los 60 millones de pescadores de América una voz en las decisiones de política que afectan su capacidad de pescar de manera sostenible en los canales de nación a través de Keep America Fishing (ASA// American Sportfishing Association). (Banco Mundial, 2017)
- **Licencia para pesca:** La conciencia que genera ese tipo de documentos sobre la conserva de peces tanto en agua dulce y salada crea un equilibrio entre la sobrepoblación de algunas especies con fin de mantener el ecosistema equilibrado.

- **Resolución de conflictos:** Problemas entre pescadores industriales, artesanales y deportivos determinan los escasos de peces para que todos puedan salir a mar abierto y puedan realizar sus actividades de manera coherente. Estados Unidos ha creado zonas exclusivamente para la práctica de este deporte. (Guzmán, 2018).

### Entorno Económico

- **Indicadores económicos:** La pesca deportiva genera un impacto económico anual total de \$ 115 mil millones, la pesca respalda más de 828,000 empleos y genera \$ 35 mil millones en salarios y \$ 15 mil millones en impuestos federales y estatales (World fishing network, 2017).
- **Salario mínimo:** En el 2018, el salario mínimo mensual en Estados Unidos quedó establecido en \$ 1.288,63 es decir \$ 15.475,81 dólares al año, teniendo en cuenta que se consideran 12 pagas anuales, que es la división habitual del salario anual en la mayor parte de los países.
- **Riesgo país:** En cuanto al Índice de Percepción de la Corrupción del sector público en Estados Unidos ha sido de 75 puntos, así pues, sus habitantes tienen un bajo nivel de percepción de corrupción gubernamental. (OECD, 2017).
- **Impuestos especiales:** Los impuestos especiales sobre los artes de pesca y el combustible de las lanchas motoras canalizan más de mil millones de dólares (según la Encuesta Nacional de Pesca, Caza y Recreación Asociada a la Vida Silvestre de 2011, realizada cada cinco años en nombre de la Asociación de Agencias de Pesca y Vida Silvestre por la Oficina del Censo y el Servicio de Pesca y Vida Silvestre de EE. UU. (ASA, 2017). (Banco Mundial, 2016).
- **Impacto económico:** En términos de impacto económico, Florida tiene los números más altos en \$ 14.2 mil millones en ventas totales, apoyando 130,900 empleos, seguidos en orden por Texas, California, Luisiana y Carolina del Norte. (Guzmán, 2018).

## Entorno Social

- **Gastos de insumos de pesca:** Cerca de 60 millones de pescadores gastan \$ 46 mil millones por año en equipo de pesca, transporte, alojamiento y otros gastos asociados con su deporte. A pesar de las dificultades económicas que enfrenta la economía de EE. UU. En los últimos cinco años; la cantidad total gastada en la pesca deportiva, que abarca aparejos, viajes y otros equipos, creció un 5%. (Word fishing network, 2017).
- **Actividad desarrollada en tiempo libre:** De acuerdo con la Asociación Nacional de Artículos Deportivos, la pesca como una actividad de tiempo libre es más importante que jugar baloncesto o softball, andar en patineta, correr o hacer excursiones. (Word fishing network, 2017).
- **Contaminación Ambiental:** Estados Unidos es uno de los países que más contamina a nivel mundial, no obstante su población tiene una idea de conservación medio ambiental que se puede esparcir por todo el mundo, la contaminación de Estados Unidos está dado en un gran porcentaje por sus industrias (Huella de Carbono)

## Entorno Tecnológico

- **Alta tecnología:** Estados Unidos destina su inversión para el desarrollo del conocimiento sobre la humanidad, cultura y la sociedad, gracias al uso de su gasto público y privado. (Banco Mundial, 2015).
- **Uso de TIC en el sector de la pesca deportiva:** En la industria americana cada vez se ven innovaciones en todo ámbito, la pesca es uno de esos, la realización de mejoras a técnicas e insumos hacen que el pescador disfrute de mejor manera su experiencia (Word fishing network, 2017)
- **Innovaciones para mejorar la pesca deportiva:** El uso de aparatos como drones hacen de la tecnología algo inimaginable, hoy en día, los cambios en la tecnología están cambiando rápidamente la faz de la pesca. (Coloradoan, 2017).
- **Innovación en motores fuera de borda para la pesca deportiva:** Los nuevos motores fuera de borda Evinrude E-TEC, desarrollados por la compañía canadiense Bombardier, prometen un funcionamiento

ambientalmente amigable, junto a un mayor rendimiento en un menor espacio. (AQUA, Sport Boats, 2017).

#### 2.1.4. Análisis de la Industria (Cinco fuerzas de Porter)

Para un correcto análisis del entorno empresarial se debe terminar el CIIU, P8541: Enseñanza deportiva recreativa, relaciona con la pesca de mar y de agua dulce.

Tabla N° 1: Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU)

P8541	ENSEÑANZA DEPORTIVA Y RECREATIVA.
P8541.0	ENSEÑANZA DEPORTIVA Y RECREATIVA.
P8541.09	Otro tipo de enseñanza deportiva y recreativa como: actividades de instructores, profesores y entrenadores deportivos.

Adaptado de: Tomado de Clasificación Nacional de Actividades Económicas, 2012

#### **Poder Negociador de los clientes**

Los aficionados a la pesca deportiva en las costas ecuatorianas gastan entre 500 a 1.200 dólares para realizar este deporte, existe un pico donde pescadores artesanales y aficionados que salen a participar de festivales reconocidos a nivel nacional como internacional, según el gobierno de la provincia de Manabí, más de 250 embarcaciones entre pescadores artesanales, aficionados que contratan estos servicios y propietarios participaron de este festival del Wahoo el año pasado (Manabí gobierno provincial, 2017), hay muchas personas que realizan estas actividades fuera de temporada, la mayoría lo hace por hobbies asesorándose de los mismos pescadores artesanales o conocimientos empíricos de cuando es bueno salir a pescar, es por esto que el poder de negociación con clientes es media.

#### **Poder negociador de los proveedores: BAJO**

En la industria de pesca deportiva en el Ecuador no existe hasta el momento proveedores de este servicio para realizar dicha actividad, no obstante las herramientas que se emplean para la práctica de esa actividad se las puede encontrar en ciertos almacenes alrededor del país, sin embargo la gran parte de

estos equipo son importados de marcas internacionales como Bass Pro Shop , es por esto que en la actualidad la industria de pesca deportiva tiene un poder de negociación con los proveedores bajo

### **Competidores potenciales: BAJO**

En el Ecuador no existen hasta la actualidad una empresa dedicada a brindar servicios de pesca deportiva, esto va de la mano con el factor anterior (proveedores), no obstante, no existen muchas barreras de entrada para la colocación de dicho negocio, la competencia puede entrar de un día a otro dependiendo del crecimiento de la industria en esta área, por lo que los potenciales competidores se mantienen con un perfil bajo.

### **Amenazas de productos o servicios sustitutos: MEDIA**

Empresas que ofrecen el servicio de pesca deportiva en el Ecuador se reduce a una reconocida "EPESPO", tienen una cuota de mercado y lealtad por parte sus clientes, ya que ofrece más servicios no solo pesca deportiva entre ellos destacan cursos de marinero pescador y pesca industrial (EPESPO, 2017). Es importante mencionar que pescadores artesanales brindan sus servicios a personas externas que desean practicar este deporte, por brindar sus servicios que consiste en la panga y gasolina ofrecen, el precio varía dependiendo del tipo de pesca que sea requerido por el cliente, esto ocurre en la zona de Ecuador continental (Esmeraldas, Manabí, Guayas), (Anywere ,2017). Es por esta razón que los productos sustitutos tienen un poder medio dentro del mercado.

### **Rivalidad entre competidores: MEDIA**

Una escuela dedica a la pesca deportiva en el Ecuador no cuenta con competidores directos, más bien los pescadores artesanales que están dando un giro a su negocio y ofertando este servicio a pescadores aficionados, se convierte en un sustituto muy fuerte ya que se comparte el segmento de mercado al cual ellos están enfocándose hoy en día.

## **2.2. Matriz EFE**

Tabla N° 2: Matriz EFE



Factores determinantes de éxito	Peso	Calificación	Peso ponderado
<b>OPORTUNIDADES</b>			
La mayoría de personas que practican pesca deportiva pagan alrededor de \$ 250,00 a \$ 500,00 por salir a pescar en una embarcación	0,13	4	0,52
Competencia directa baja	0,15	4	0,60
La pesca deportiva gana más adeptos en Manabí	0,07	4	0,28
La principal actividad de las zonas costeras del país son la pesca	0,05	2	0,10
La pesca deportiva genera un impacto económico anual muy importante y también es fuente de empleo en EE.UU.	0,08	2	0,16
Industria nueva en el mercado	0,05	3	0,15
Generación de empleo para la reactivación económica en la zona costera ecuatoriana	0,07	4	0,28
Innovación tecnológica en insumos en la pesca deportiva y nuevos motores amigable con el medio ambiente	0,05	3	0,15
<b>DESVENTAJAS</b>			
Riesgo político alto	0,02	4	0,08
Barreras de entrada baja	0,07	3	0,21
Problemas entre pescadores industriales y pescadores deportivos determinan la escases de peces	0,04	2	0,06
En el mercado actual no existen proveedores	0,09	4	0,36
Inexistencia de acuerdos comerciales	0,05	2	0,10
Impuestos generados por el uso de combustibles para embarcaciones	0,04	2	0,08
Pescadores ilegales acaban con varias especies en las costas ecuatorianas	0,04	2	0,08
<b>TOTAL</b>	<b>1</b>		<b>3,21</b>

### 2.3. Conclusiones del Entorno Externo Pestel

Según lo obtenido en la matriz EFE, se puede decir que la puntuación obtenida está por encima de la media, de un total de 4.0 puntos. Esto indica que se está respondiendo de manera adecuada a las oportunidades y a las amenazas existentes dentro de la industria. Una puntuación de 3,21 implica que las amenazas a las cuales se enfrenta la industria son importantes, se podría responder de mejor manera a este aspecto. En cuanto a las oportunidades, estas se manejan de una forma eficiente, pero podría mejorar. Se debe explotar esta industria creciente para poder impulsarla.

### 2.4. Conclusiones de Porter

El proveedor, tiene un poder bastante bajo, debido a que no existe en el país una escuela de pesca deportiva y los únicos equipos de la marca Bas Pro Shop se los encuentra en determinados locales de la ciudad de Quito, a pesar de que la calidad del producto es insuperable, por ello se usa a la empresa como proveedor. La competencia no representa una amenaza, dado que no existe en el país una escuela de pesca deportiva. Los sustitutos representan una amenaza media, son pescadores artesanales que brindan traslado de un lugar a otro en mar abierto a fin de que las personas puedan realizar la pesca, pero sin brindar asesoramiento técnico ni educativo.

### 3. Análisis del Cliente

#### 3.1. Segmento de mercado

El segmento de mercado se lo determino mediante la cantidad de turistas que acuden a Bahía de Caráquez, no obstante las encuestas realizadas en al análisis cuantitativo se profundiza de manera más detallada al segmento específico de clientes al cual estaría dirigido este plan de negocio, siendo hombres de 15-64 años que han practicado pesca deportiva antes

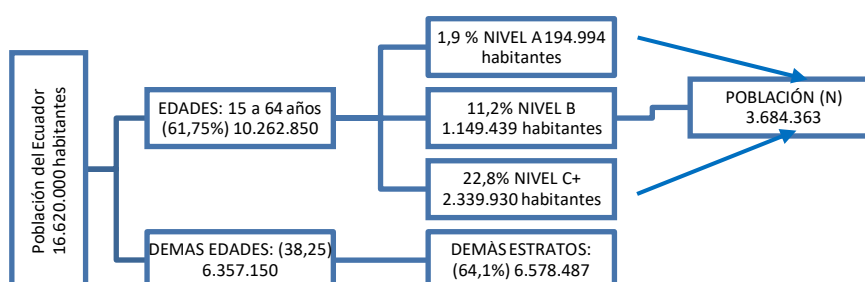


Figura 1: Árbol de segmentación 2017 - 2018

##### 3.1.1. Justificación de la investigación de mercado

La oportunidad del negocio nace de la propuesta de implementar una escuela de pesca deportiva en Bahía de Caráquez / Manabí, por lo que esta área de trabajo no ha sido explotada en su totalidad, lo que promete ser una inversión dinámica e innovadora, donde se viva un mundo de aventuras en alta mar y disfrutar de las bondades que brinda la naturaleza para el cliente / turista.

##### 3.1.2. Pregunta de investigación

- ¿Es factible la implementación de la escuela de pesca en la ciudad de Bahía de Caráquez para aprender y perfeccionar las distintas técnicas de pesca deportiva?

##### 3.1.3. Hipótesis

###### Hipótesis General

Una vez realizado el análisis se acepta la hipótesis que al menos el 80 % de apasionados e interesados de la pesca están dispuestos a ser parte de la

escuela de pesca.

### **Hipótesis Específicas:**

Después del análisis se acepta la hipótesis que el 68% de los clientes que han practicado pesca deportiva están dispuestos a aprender y perfeccionar las técnicas de casting y trawling. Se rechaza la hipótesis que el 60% de los clientes que viajan a realizar actividades de pesca determinan que el atributo primordial que debe poseer la escuela son embarcaciones aptas para realizar dichas actividades. Se rechaza la afirmación que el 40% de los clientes deciden que la escuela de pesca deportiva debe encontrarse cerca del Yacht Club. El precio justo que el modelo Van Westendorf arroja es de \$ 1300 por esta razón se afirma la hipótesis. Se afirma que el 56.6% de los clientes descubren nuevas actividades relacionadas con la pesca deportiva mediante la red social Facebook. Se rechaza la afirmación que 35% de las personas que viajan de 200-300 Km a realizar dicha actividad optan por practicar Trawling y Casting. Finalmente Se afirma que el 43.4% de las personas que conocen de la marca Bass pro Shop determinan que un personal capacitado y una infraestructura adecuada es el mejor atributo de la escuela de pesca.

#### **3.1.4. Objetivo General**

- Determinar la aceptación de una escuela de pesca deportiva en la ciudad de Bahía de Caráquez que permita perfeccionar y aprender diferentes técnicas para los aficionados y expertos en esta actividad

#### **3.1.5. Objetivos Específicos**

- Definir el precio que el cliente está dispuesto a pagar por este curso de pesca deportiva.
- Identificar qué tipo de técnicas son las preferidas para aprender o perfeccionar por el cliente e importar equipos para la correcta realización de estas técnicas
- Determinar una ubicación estratégica para poder realizar actividades de

pesca deportiva en la ciudad de Bahía de Caráquez

- Conocer los medios de comunicación predilectos y más utilizados en los potenciales clientes de la escuela de pesca.
- Identificar el número de personas que viajan a realizar pesca deportiva y estar dispuestas a adquirir el servicio.

### **3.1.6. Metodología de la Investigación**

La investigación de mercado cuenta con dos partes, por un lado, se tiene la investigación cualitativa (Entrevista a expertos y Focus Group), y por otro, la investigación cuantitativa (encuestas)

## **3.2. Investigación cualitativa**

Para el análisis cualitativo se elaboró un grupo focal a personas que han practicado pesca deportiva y dos entrevistas a expertos, cabe recalcar que los expertos fueron elegidos referente al tema técnico de la pesca en sí y por otro lado al tipo de herramientas que se deben usar para realizar esta actividad, Para validar la información antes mencionada, se realizó una grabación de audio y video. (Anexo 6)

### **3.2.1. Entrevista a experto**

En la realización de la entrevista, esta se la realizó a 2 personas, las cuales se las menciona:

- **Ángel Cerón:** propietario de la tienda trou pro shop o casa de la pesca, dedicada a la venta de artículos de pesca deportiva
- **Gustavo Carbo:** patrón costanero ex pescador artesanal dedicado a brindar servicios de pesca deportiva y reparación de equipos deportivos de pesca.

### **3.2.2. Grupo Focal (Ver Anexo 7)**

Al grupo focal asistieron 8 personas, las cuales escucharon las diversas interrogantes del moderador, y posteriormente dieron su opinión sobre la

temática expuesta, entre sus principales opiniones, se destacan las siguientes:

- Todos coinciden en que le gusta pasar su tiempo libre en familia.
- Existe inclinación hacia experimentar nuevas opciones de actividad de pasar con la familia, ya sea en el campo, el mar, etc.
- Consideran que la implementación de una Escuela de pesca deportiva es una actividad innovadora y que estarían muy a gusto en poder experimentar nuevas experiencias.
- En cuanto a la preferencia de tener un lugar específico para la pesca, se conoció que prefieren mar abierto, los estuarios.
- En cuanto a los implementos de pesca, hubo criterios diversos, pero en sí, todos desean probar cañas de pescar que sean de fácil manejo, pues muchas personas no saben cómo usarlas.
- Entre los principales resultados obtenidos, se establece que, si existe un segmento de la población nacional y de turistas extranjeros que desean asistir a cursos de práctica de pesca deportiva, pero como no existe una empresa en el país que brinde este servicio, prefieren utilizar los servicios de pescadores artesanales para ir de pesca a mar abierto.

### **3.3. Investigación Cualitativa**

Para el análisis cuantitativo se realizó la recolección de datos primarios se aplicó el procedimiento de encuesta, mediante el cual se recolectó información de manera estructurada y precisa para después validar las relaciones encontradas que ayudaran en la toma de decisiones del proyecto. La encuesta se la realizó por medio de correo electrónico, se optó por este medio por la facilidad de llegar a los posibles clientes y facilita la tabulación de la información proporcionada. (Anexo 6)

La ubicación estratégica en la cual esta escuela debería ubicarse es cerca del Yacht Club de Bahía de Caráquez, la infraestructura y la cercanía a las embarcaciones son las razones primordiales para que los clientes gocen de los beneficios de la misma El precio óptimo para inscribirse en la escuela de pesca es de \$1.300 por persona, debido a los beneficios que la misma brinda y fijándose

en las competidores indirectos. Las redes sociales en especial Facebook es el medio por la cual las personas se enteran de nuevos servicios relacionados con la pesca deportiva.

La pesca deportiva tiene varias ramas en la cual una persona podría disfrutar de este deporte, las más reconocidas son trawling y casting, para la cual los amantes de este deporte viajan entre 200-300 km, la razón es obvia, este tipo de técnicas son netamente practicada en las costas y con las que más se puede disfrutar del medio ambiente. (Ver Anexo 20: Tablas cruzadas)

### **3.3.1. Análisis de la Infografía (Ver Anexo 5)**

Esta infografía se encarga de explicar de una manera clara y detallada la aceptación de la creación de la primera escuela de pesca deportiva en Bahía de Caráquez. Mediante el análisis de los resultados se determinó que el 68% de las personas que han realizado pesca deportiva optan por perfeccionar las técnicas de trawling y casting.

El 70% de las personas que realizan esta actividad consideran que el atributo primordial que debería tener la escuela de pesca son embarcaciones aptas para realizar las mismas. Mediante el análisis del modelo Van Westendorf, se determinó que el precio óptimo y el precio justo para poder ofrecer este servicio es de \$1.000 a 1300 dolares, lo cual indica que se encuentran en el rango correcto.

El sondeo arrojó que el 7.55% de las personas que prefieren que la escuela este cerca del yacht club de bahía prefieren que la misma cuente con una infraestructura apta para realizar actividades de pesca. La red social por la cual las personas se enteran de actividades relacionadas con la pesca deportiva es Facebook con un 56.6%.

El análisis nos presenta que el 37.74% de las personas que se desplazan de 200- 300km para realizar dicha actividad, tienen por preferencia las técnicas de trawling y casting. Finalmente, el 43.4% que conocen de la marca Bass Pro Shops determinan que un personal capacitado y una infraestructura adecuada es el mejor atributo de la escuela de pesca.

### **3.3.2. Conclusiones de análisis cualitativo y cuantitativo**

En relación con el producto, el nivel de aceptación hacia la escuela de pesca deportiva “Marlin Bay Fishing School”, es bastante alto comprobando así la hipótesis planteada anteriormente. El sondeo descriptivo señala que más del 68% de los clientes que han practicado pesca deportiva están dispuestos a aprender y perfeccionar las técnicas de casting y trawling y estos pertenecen al rango de edades entre los 15 a los 64 años.

Esta reacción fue similar en los invitados del grupo focal en donde todos se mostraron abiertamente interesados por asistir a la escuela de pesca. Los expertos afirmaron que el precio óptimo para inscribirse en la escuela de pesca es de \$1.300 por persona, la misma que brinda todos los implementos e insumos para una buena práctica deportiva. En el grupo focal también se halló una fuerte inclinación a experimentar nuevas opciones de actividad de pasar con la familia, ya sea en el campo, el mar, etc.

Los entrevistados expresan que el negocio es rentable, pero, ponen de manifiesto que en sus inicios se debe tener mucha paciencia, porque como es una actividad nueva, se requiere una gran inversión tanto en equipos como en publicidad. Es necesario adquirir buenos equipos para que los potenciales clientes conozcan las ventajas y atractivos que ofrece la empresa y así, los mismos clientes se encarguen de promocionarlos. Otras de las recomendaciones que se obtuvo fue de que se deben hacer alianzas estratégicas con los diferentes organismos públicos y privados de Manabí, lugar donde se establecerá la Escuela de Pesca.

Ingresar en la industria de pesca deportiva en el Ecuador es un reto, un negocio que se dedique a brindar este servicio debe contar con todas las características que el mercado demande, este servicio debe contar con varios atributos importantes, una infraestructura apta para que el segmento de clientes al cual está dirigido este plan de negocio pueda realizar las actividades de la manera óptima, un factor de relevancia es contar con embarcaciones aptas para realizar dichas actividades, este componente va de la mano con las actividades que se van a implantar.

Para concluir, la creación de una escuela dedicada a impartir una educación formal sobre la pesca deportiva tendría una aceptación privilegiada por los posibles clientes meta, generar una relación de confianza entre los mismos y la escuela es la llave para que este proyecto se dé a conocer, la pesca es así, el boca a boca es la mayor forma de darse a conocer en este medio, generando experiencias únicas que posicionen a esta escuela como el primer destino para los amantes de este deporte.



## **4. Oportunidad de Negocios**

### **4.1. Descripción de la oportunidad de negocio encontrada**

Dentro de las perspectivas del segmento a quienes está dirigida la implementación de este Plan de negocios, se establece que: Cada vez es más importante conocer el mercado como un paso previo a la toma de decisiones con respecto a la producción y comercialización de bienes y servicios; esto ocasiona un cambio notorio en la visión tradicional de los productos y de las organizaciones que comercializan productos y servicios, sin tomar en cuenta las condiciones reales del mercado consumidor, lo que ha ocasionado numerosos fracasos. (Vergara Silva, 2015)

Se evidencia que existe un mercado objetivo de personas que desean recibir enseñanza teórico-práctica en pesca deportiva, pero no existe una empresa dedicada a esta actividad que permita a principiantes, nivel intermedio y experimentado a adquirir, mejorar y afianzar sus conocimientos en el arte de la pesca por lo que la oportunidad que se presenta, de acuerdo a las tendencias del mercado y a los resultados de las encuestas, permiten conocer que existen un gran número de personas entre nacionales y extranjeros que apoyan la idea de creación de una escuela de pesca deportiva en la ciudad de Bahía de Caráquez, utilizando equipos, suministros y materiales de la marca Bass Pro Shop de Estados Unidos, con lo que se garantizaría la calidad del servicio a ser ofertado.

De acuerdo a los datos obtenidos en la encuesta, se evidenció:

- En el segmento de mercado a quienes estará dirigido este trabajo se pone de manifiesto que son hombres cuya edad está en el rango de 15 a 64 años
- Las personas que han practicado pesca deportiva a nivel nacional aspiran a que la principal característica de la escuela sea embarcaciones aptas para realizar dichas actividades
- Las personas que han practicado pesca deportiva optan por practicar y perfeccionar las técnicas de trawling y casting, esto ayuda en que técnicas la escuela se debe especializar
- El segmento objetivo usa con mucha más frecuencia la red social Facebook

- Las personas que han practicado pesca deportiva descubren nuevos servicios mediante anuncios en internet
- Las personas que han practicado pesca deportiva descubren nuevos servicios mediante anuncios en internet
- Las personas que conocen más de la marca BASS PRO SHOP se encuentran en Quito
- Las personas que se desplazan de 200-300 km tienen como técnica aprender o a mejorarla es el trawling ya que esta técnica se la realiza en mar abierto
- Las personas que se alojan más de dos noches en su jornada de pesca optan porque la escuela se encuentre en playa canoa, no obstante, las personas que se quedan una noche optan la cercanía del Yacht Club
- Los potenciales clientes cuentan con ingreso de más de 1.000 dólares mensuales.

Estos resultados muestran que la Escuela de Pesca Deportiva, el uso de artículos de pesca deportiva de la marca BASS PRO SHOP tiene una muy buena acogida, entre quienes conocen de este particular, pero existe un estrato de la población a nivel nacional a quienes se los debe incluir, estos pertenecen a quienes se los encasilla en el nivel medio y medio alto, personas que sus ingresos oscilan entre 1.000 a 1.500 dólares mensuales y que buscan en el turismo de aventura como una alternativa para salir de la rutina, y pueden acceder a este nuevo mercado que se abrirá en el Ecuador. De igual forma, se establece que el segmento femenino no está incluido dentro de este estudio, porque representó un segmento minoritario (3%) pero es necesario tomarlo en cuenta por factores que se mencionan a continuación:

- Colores y diseños atractivos para ser lucidos en una eventual estadía en la Escuela de Pesca deportiva.
- La diversidad de artículos que pueden ser utilizados por ellas dentro de la pesca deportiva.

Estos factores son necesarios a ser considerados, pues las damas son quienes imponen el estilo, la moda, el uso de los artículos en las diversas áreas del convivir, por lo tanto, son quienes generan ingentes ingresos a la economía

nacional, lo que hace que se deba replantear esta situación en procura de que sean tomadas en cuenta y que se utilice una publicidad direccionada hacia ellas.

Es de mencionar además que hoy en día el gobierno del Ecuador cuenta con políticas comerciales favorables que apoyan los nuevos emprendimientos, para lo cual, está dando facilidades en el otorgamiento de créditos a través de las diversas entidades del Estado como: Ban - Ecuador, Corporación Financiera Nacional (CFN), Banco del Pacífico, Banco del Estado, y ha puesto más de 1.200 millones de dólares. Esta situación junto a las reformas en cuanto a inversión económica hace vislumbrar que las nuevas empresas a ser creadas cuentan con todas las facilidades para poder ser implementadas y así generar dinamismo en la economía, fomentando la creación de nuevos empleos.

Por lo expuesto, la escuela de pesca deportiva tiene asegurado un segmento de la población ecuatoriana, así como el uso adecuado de los respectivos artículos de la marca Bass Pro Shop, que permitan realizar esta actividad, y que a través de ella se permita satisfacer los gustos y preferencias de los potenciales clientes.

#### 4.2. Demanda proyectada del mercado de la escuela de pesca deportiva

Se encuentra relevante realizar un cálculo de la demanda total para la escuela de pesca "Marlin Bay Fishing School", ya que así se puede obtener una idea numérica del tamaño del mercado al cual se puede entrar. Así, para esto se usará el método de proporción en cadena. De esta manera, se puede estimar la demanda del proyecto:

Tabla 3: Fórmula para cálculo de la demanda total (personas)

$Q = N * p * q$		
Dónde:		
<b>Q</b>	Demanda total del mercado	?
<b>N</b>	Núm. de personas del segmento de mercado definido	3.684.363
<b>p</b>	%, personas dispuestas a matricularse en la escuela de pesca	85%
<b>q</b>	%, personas que se inscribirán en Bahía de Caráquez	22,00%
Entonces,		
$Q = 3.684.363 * 85% * 22%$		
Demanda total mercado (personas):		<b>688.976</b>

Ahora, las personas probablemente se matricularán una sola vez. Tomando en cuenta que el precio de referencia varía de 1.000 a 1.300, la estimación de demanda total del mercado es:

Tabla 4: Cálculo de demanda total de Inscripciones (dólares y unidades)

Fórmula de la demanda total (USD - Unidades)	
Q = 688.976 personas * 1 Inscripción por persona * 1.000 USD	
Demanda total (en dólares)	<b>688.976.000</b>
Demanda total (en inscripciones)	<b>688.976</b>

De acuerdo a estos cálculos, la estimación aproximada de la demanda total es de 688,9 millones de dólares, mientras que en inscripciones serán alrededor de 688.976 personas. Ahora, es de gran importancia aclarar que estas estimaciones fueron calculadas sin ser ajustadas a la participación del mercado de este proyecto, sino que son toda la demanda del mercado bajo el supuesto de 100% de participación. Pero la proyección de estas ventas ajustadas a la participación de mercado esperada de este proyecto se la desarrollará dentro del *plan de marketing* en la sección siguiente. Por otro lado, es de gran pertinencia aclarar que para el cálculo de la demanda total del mercado se usaron a personas y no a hogares; esto se debe a que las clases en la escuela de pesca deportiva son personalizadas

## 5. Plan de Marketing

Según Philip Kotler (2016), un plan de marketing es: “Es un documento escrito en el que se escogen los objetivos, las estrategias y los planes de acción relativos a los elementos del marketing mix que facilitarán y posibilitarán el cumplimiento de la estrategia a nivel corporativo, año a año, paso a paso”

### 5.1. Estrategia General de Marketing

En el inicio de toda actividad empresarial siempre hay que considerar las estrategias básicas para poder iniciar un nuevo proyecto de desarrollo económico, estas pueden ser las de Michael Porter (2009), quien expresa que: Para poder iniciar una labor se deben tener en cuenta: Liderazgo global en costos, diferenciación y enfoque/concentración, porque a través de ella una empresa puede hacer frente a las cinco fuerzas que moldean la competencia de un sector y conseguir una ventaja competitiva sostenible que le permita superar a la competencia.

En lo relacionado a la estrategia de enfoque / concentración, la empresa debe concentrarse en satisfacer segmentos bien definidos, tanto en lo relacionado a la población a la que está direccionada, a los productos a ser puestos en ventas y a la ubicación geográfica donde se desarrollará la empresa. Por lo que, las dos primeras buscan la ventaja general en un sector determinado, mientras que la tercera busca tener la ventaja dentro de un mercado objetivo, para lo cual se tomará muy en cuenta el mercado meta a definir.

La empresa debe mantener la capacidad de reducir costos en todos los eslabones de la cadena de valor, de tal forma que la disminución de gastos redunde en un mejor precio para el cliente consumidor y en consecuencia de una mayor participación en el mercado competitivo; lo que hará rentable a la empresa en creación.

Tabla 5: Ventajas Estratégicas

VENTAJAS ESTRATÉGICAS		
Objetivo Estratégica	Singularidad percibida por el consumidor	
	Posición de bajos costos	
	Toda la industria	Enfoque
Solo un segmento	Enfoque (segmentación o especialización)	

Adaptado de: Tomado de Porter, pág. 81

En la aplicación de estrategia, se establece la de Enfoque, pues esta está dirigida a un nicho de mercado exclusivo, por lo que se va a generar estrategias de publicidad a nivel nacional, y en lo posterior a nivel internacional, donde se menciona que Ecuador dispone de sitios adecuados para la pesca deportiva, aunque aquello todavía no ha sido explotado a nivel empresarial y comercial.

### 5.1.1. Mercado Objetivo

Es de establecer que se presenta el segmento de mercado a quien está dirigido este plan de marketing, el mismo que está direccionado a aquellas personas que deseen experimentar nuevas experiencias, nuevas aventuras.

Tabla 6: Mercado Objetivo

TIPO DE SEGMENTO	VARIABLES	%	PERSONAS
Geográfico	Población del Ecuador	100,00 %	16.620.000
Demográfico	Edades 15 – 64 años	61,75%	10.262.850
Socio cultural	Nivel A – B – C +	35,90%	3.684.363
Nivel de uso	Recreativo	17,00%	626.342
Grado de interés	Muy atractivo y atractivo	85,00%	532.390
Disposición de usos/compras	Muy dispuesto – dispuesto	85,00%	452.532
Lugar de uso/compra + Número de turistas	Bahía de Caráquez - Manabí	22,00%	<b>99.557</b>
Mercado meta			<b>99.557</b>

Como se establece en la Tabla 4, el nivel lugar de uso/compra + Número de turistas del mercado objetivo de este proyecto es de la clase media; media alta y alta, cuyos ingresos oscilan sobre los 1.500 dólares y está conformado de 99.557 personas, también es de considerar que estos datos se los tomó del INEC 2018, según la siguiente escala: Nivel A: 1,9%; Nivel B: 11,2%. Nivel C+ 7,5% de este estrato socioeconómico. Turistas extranjeros: 1,4% del total nacional.

### 5.1.2. Propuesta de Valor

La escuela de pesca deportiva Marlin Bay Fishing School ofrece una variedad de opciones, en donde existen programas de formación que permitirán tener una visión más general en este ámbito que sirve para introducir a las personas aficionadas a esta actividad y otros cursos especializados para perfeccionar un tema concreto (técnicas de pesca deportiva) que ayude en la formación personal

La escuela ofrecerá a sus estudiantes una serie de clínicas y cursos cortos, dirigidos tanto a pescadores principiantes como experimentados, que tienen como objetivo introducir al cursante en el estudio biológico de la especie a pescar a partir de lo cual desarrollar estrategias de pesca en los distintos ámbitos, poniendo el acento en equipos, aparejos y consejos útiles para poner en práctica en cada ocasión. Con apoyo de material gráfico y audiovisual, las charlas serán amenas y entretenidas más allá del aspecto instructivo; el objetivo central del curso es acortar el camino a pescas exitosas de nuestros cursantes, a través de la transmisión de conocimiento de quien ha pescado por décadas diferentes especies en distintos ámbitos relevándolos para medios especializados.

A más de ello, es de mencionar que los equipos y todo lo relacionado con el arte de la pesca deportiva serán de la reconocida marca Bass Pro Shops, es una marca mundial, dirigida a quienes practican deportes al aire libre y disfrutan de los dones de la naturaleza, como la pesca de agua dulce, la pesca de agua salada, el canotaje, el camping, la caza y mucho más.

A partir de ese principio simple, Bass Pro Shops ofrece sus productos buscando siempre la comodidad y disfrute de quienes los adquieren para el desarrollo de sus actividades.

Con estos antecedentes, es importante mencionar que la estrategia que se empleará es más por más, para atraer clientes de entre 15 a 64 años debe ser muy fuerte, dado que el mercado competidor no es muy desarrollado para establecer comparaciones y por lo tanto el trabajo se incrementará debido a estos factores.

La aplicación del modelo Canvas va a permitir a la Escuela de pesca Marlin Bay Fishing School en creación: segmentar sus clientes; definir una propuesta de valor; delimitar los canales de comunicación; establecer la relación empresa – cliente en las mejores condiciones; aplicar las estrategias necesarias para potenciar la empresa; posicionar la marca BASS PRO SHOP; establecer los contactos y alianzas para el negocio y otras estrategias de marketing, las mismas que generaran estabilidad y crecimiento sostenido a quienes sean parte de este emprendimiento.

Tabla 7: Modelo Canvas

8. Alianzas claves para la empresa.	7. Actividades claves para la empresa:	2. Propuesta de valor empresarial:	4. Relación con los clientes:	1. Segmento de clientes:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Las alianzas serán con los principales socios accionistas de la empresa</li> <li>- Los proveedores de artículos de pesca deportiva de la marca BASS PRO SHOP</li> <li>- Los instructores de pesca deportiva</li> <li>- El fomento a nuevas estrategias comunicacionales de promoción (publicitas en Marketing de negocios)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- La Escuela de pesca deportiva.</li> <li>- Por lo que las actividades incluyen el diseño, el desarrollo, la gestión de la cadena de suministro, la enseñanza de técnicas de pesca deportiva</li> </ul> <p data-bbox="453 562 655 611">6. Recursos claves para la empresa:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Recursos físicos: instalaciones de la escuela, edificios de oficinas, vehículos, embarcaciones,</li> <li>- Recursos intelectuales.</li> <li>- Recursos Humanos:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cursos de pesca donde aprenderán a mejorar las técnicas tradicionales de pesca deportiva</li> <li>- Brindar un servicio de turismo de pesca deportiva, la misma que les ayudará a salir de la rutina.</li> <li>- Uso de productos de pesca deportiva de la marca BASS PRO SHOP importados de Estados Unidos.</li> <li>- Paquetes promocionales de Escuela, accesorios para la pesca y traslado desde el sitio de su residencia hasta las instalaciones de la Escuela.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Diseñar programas y estrategias de comunicación</li> <li>- Ofertar servicios vía on-line donde se permita la atención personalizada a los clientes a través de un ejecutivo específico, autoservicio o servicios automatizados, redes sociales</li> </ul> <p data-bbox="943 562 1145 589">3. Canales hacia el cliente:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sensibilizar a los clientes en cuanto a los precios de los productos que oferta la escuela de pesca.</li> <li>- Proporcionar a los clientes atención posterior al uso de un producto, si este no sabe cómo utilizarlos dentro de los plazos establecidos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Personas de 15 a 64 años.</li> <li>- Personas que han practicado pesca deportiva</li> <li>- Las personas que optan por practicar y perfeccionar las técnicas de training y casting,</li> </ul>
<p data-bbox="229 882 432 909">9. Costos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pago de salarios, alquiler de local, mantenimiento de equipos y materiales de pesca, e instalaciones.</li> <li>- Mantenimiento de publicidad</li> </ul>		<p data-bbox="683 882 901 909">5. Ingresos</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Cobro de efectivos de los clientes, de una sola vez.</li> <li>- Cuotas de suscripción o mensualidades.</li> </ul>		

### 5.1.3. Forma de Internacionalización

La internacionalización es la estrategia más compleja que puede abordar cualquier empresa. Pese a tal dificultad, la creciente globalización de los mercados probablemente la haga cada vez más necesaria. La empresa dispone de una variedad de estrategias o modos de incursionar en otros países. Por lo que se aplicará el sistema FOB para realizar importaciones, la misma que será desde Estados Unidos, de la tienda de artículos deportivos Bass Pro Shop, a través de la empresa Full Cargo Logistic, hasta el puerto de Guayaquil y posteriormente ser llevado a Manabí y cuyos valores se detallan en el Anexo 8. La misma que se demorará 8 días laborables, desde que se le entrega la mercadería en el puerto de embarque.

## 5.2. Mezcla de Marketing.

### 5.2.1. Producto

“Un producto es un bien, servicio o idea consistente en un conjunto de atributos, tangibles e intangibles, que satisfacen al consumidor y reciben a cambio de dinero o alguna otra unidad de valor” (Mullins, 2007). Por lo que la escuela está



enfocada en brindar un servicio diferenciado y aplicará estrategias para fidelizar a los clientes y dar el asesoramiento teórico, técnico y práctico en conjunto en lo concerniente a la pesca deportiva.

#### **5.2.1.1. Estrategia de producto**

La estrategia que se plantea es la de desarrollo de producto, esto se debe a que los cursos, talleres y clínicas que brinda la escuela de pesca deportiva Marlin Bay Fishing School, debe cambiar cada semestre, para que los clientes no perciban una pérdida de las innovaciones del mismo en cuanto a la enseñanza de técnicas de pesca a personas que gusten de experimentar nuevas emociones a mar abierto, tanto para principiantes como para experimentados sean nacionales o extranjeros, lo que asegurará la atención de los clientes. Entre los principales Cursos, Talleres o clínicas que brindará la Escuela, se presentan los siguientes:

##### **1. La pesca en 10 lecciones para toda edad.**

El curso-taller de pesca es una guía para el pescador deportivo. Dentro del proceso del curso en sus aspectos básicos, se orienta principalmente a personas de toda edad y nivel de conocimientos, con la finalidad de:

- a) Adquirir o reforzar conocimientos
- b) Desarrollar habilidades
- c) Modificar actitudes
- d) Producir una mentalidad voluntaria a favor del conservacionismo

##### **2. Tipos de pesca: especies de nuestras costas ecuatorianas**

- a) Equipos adecuados
- b) Preparación de carnadas.
- c) Armado de aparejos (Taller)
- d) Preparando la valija de pesca
- e) Consejos para pesca nautas
- f) Reglamentaciones –cupos- permisos- autoregulación

- g) Pesca en ámbitos marítimos
- h) Rutas de los peces

### 5.2.1.2. Branding

La Escuela de pesca deportiva se llamará “Marlín Bay” y su logo son: Dos peces Marlín que se miran entre si y en cuyo interior se encuentra el nombre de la escuela, estos a su vez descansan sobre un óvalo que tiene en su interior un yate, donde los estudiantes realizarán sus prácticas de pesca deportiva, además se encuentra la caña de pescar con la cual, adquirirán las destrezas respectivas referentes a la teoría que les impartirán los instructores; con estos antecedentes, la denominación de la escuela quedaría así: Marlin Bay Fishing School.



Figura 3: Logo de la Empresa

### 5.2.1.3. Atributos

Una de las características de la Escuela de pesca deportiva Marlin Bay Fishing School es que usará implementos, equipos y suministros de la reconocida marca internacional Bass Pro Shop, empresa de Estados Unidos de Norteamérica, la misma que se encuentra posicionada en el mercado internacional, tanto para las instrucciones prácticas en la escuela y para uso en mar abierto, lo que de si brinda seguridad, calidad y confort a las personas que utilicen los servicios de la empresa.

El uso de estos equipos, aunados a la experiencia y conocimientos en pesca deportiva de los instructores permitirá a la empresa adquirir desde sus inicios un grado de aceptación en cuanto al prestigio que debe tener todo empréstito al utilizar equipos de renombre internacional.

### 5.2.2. Precios

La estrategia que se implementará es la de percepción de valor, que de acuerdo con Kotler (2016), la define como “la diferencia entre los beneficios que espera recibir el cliente y el costo total que debe soportar”, por consiguiente el “valor” está determinado en función de dos variables” (pág. 14), (Ver Anexo 18), por lo que la empresa brindará un servicio único en el país y se espera entrar en el mercado con mayor fuerza.

#### **5.2.2.1. Costo de venta**

Es necesario recalcar que la Escuela de pesca deportiva venderá un servicio (Enseñanza de la pesca deportiva y uso de implementos deportivos tanto teórico-práctico). Lo que incluye además de lo expresado un recorrido por 4 a 6 horas en una embarcación en grupo de 6 estudiantes en compañía de 1 instructor y del capitán de la embarcación a mar abierto.

Los costos están estipulados en base al uso de los equipos, materiales e insumos que dará la Escuela a los estudiantes, estos están de acuerdo a cada uno de los conocimientos que posea la persona en cuanto a la manipulación de los implementos de pesca.

- Principiantes Intensivo: \$ 1.250,00 (4 sábados y 4 domingos teóricos y un recorrido a mar abierto/práctica).
- Principiantes de forma regular: \$ 1.000,00 (4 sábados y 4 domingos teóricos y un recorrido a mar abierto/práctica).
- Estudiantes con nivel medio de conocimientos: \$ 1.100,00 (4 sábados y 4 domingos teóricos y un recorrido a mar abierto/práctica).
- Nivel experimentado: \$ 1.250,00 (4 sábados y 4 domingos teóricos y un recorrido a mar abierto/práctica).

#### **5.2.2.2. Estrategia de entrada**

La estrategia que se aplicará es la de costo total más beneficio del producto, que de acuerdo con Kotler (Fundamentos del Marketing, 2013), indica que: “Consiste en añadir un margen de beneficio al costo total unitario del producto”, por lo que

la empresa aplicara la estrategia de costo más margen (sumar un margen de utilidad estándar al costo del producto), debido a que el servicio que otorgará la escuela es nuevo y debe de entrar con mucho énfasis en el mercado competitivo.

### **5.2.2.3. Estrategia de ajuste**

La Escuela de pesca aplicará la estrategia de status quo, la cual se encuentra basada en la exclusividad del producto que se está ofertando que de acuerdo con (Mintzberg, 2011), expresa: “La decisión de aplicar esta política de precios se da por que la empresa tiene como objetivo llegar a un segmento de clientes el cual tiene ingresos superiores a mil dólares y puede pagar por estos servicios, incluido un valor adicional que recibe”, esto va a generar una mayor rentabilidad por el servicio brindado.

### **5.2.3. Plaza**

La empresa aplicará la estrategia de canal directo, donde no se necesita de intermediarios para que el cliente pueda acceder al servicio que oferta la empresa, que de acuerdo con (Kotler & Armstrong, Fundamentos del Marketing , 2016), “La plaza es el conjunto de actividades de la empresa que permiten que el producto esté a disponibilidad del consumidor meta”, por lo que la escuela de pesca deportiva se manejará de manera directa con el cliente, ofertando los cursos, técnicas y clínicas en relación a mejorar el arte de pescar en alta mar.

#### **5.2.3.1. Espacio físico**

Infraestructura: La infraestructura que se utilizará para la implementación de la Escuela de pesca deportiva Marlin Bay Fishing School, no es propia, es arrendada, por lo que se necesita realizar adecuaciones internas de las instalaciones, para poder tener oficinas administrativas, una bodega de implementos de pesca deportiva, un salón de clases, el mismo que servirá además para ver videos de pesca deportiva, como complemento de las clases previo a las prácticas de ir a incursionar en el mar, y baños; lo cual tendrá un costo de adecuación de 10.000 dólares; esta infraestructura estará ubicada en

el malecón de Bahía de Caráquez – Manabí.

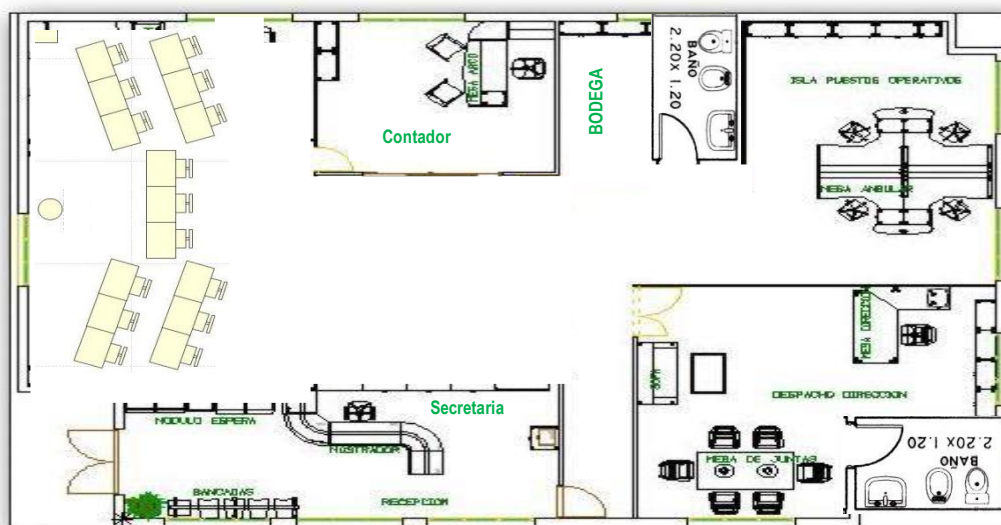


Figura 6: Infraestructura del proyecto – superficie de 250 m<sup>2</sup>

### Ubicación

Las instalaciones estarán ubicadas junto a la marina internacional llamada Puerto Amistad, ubicada sobre la avenida de ingreso a la ciudad que presta los servicios de anclaje de veleros que llegan de distintos puntos del mundo. La marina está ubicada en el estuario de Caráquez, frente a ella se ubica decenas de veleros internacionales que fusionan su colorido al azul marino de la bahía y la biodiversidad con que cuenta nuestro litoral ecuatoriano y a la vez sirve como atractivo turístico del sector

### Permisos

Los permisos que se mencionan son los correspondientes y propicios para la realización de la actividad, puesta física de la escuela de pesca:

- RUC
- Copias de la Cédula y Certificado de Votación del propietario.
- Pago de patente municipal
- Permiso del cuerpo de bomberos
- Registro sanitario; carnet de salud

- Permiso de funcionamiento
- Permiso de letrado
- Tasa de habilitación; uso del suelo

Adicionalmente, los permisos para realizar esta actividad están sujetos a las normas aprobadas en el Ministerio del ramo, esto indica, que toda embarcación de bandera nacional que realice faenas de pesca deberá llevar a bordo los siguientes documentos:

- Permiso anual de pesca otorgado por la Dirección General de pesca o por la Inspectoría de pesca Jurisdiccional.
- La matrícula o patente expedida por las autoridades marítimas
- Seguros contra accidentes marítimos
- El permiso de pesca de cada uno de los tripulantes y,
- Los demás documentos previstos en el Código de Policía Marítima.

### **Capacidad de atención**

La capacidad de atención en primera instancia estará distribuida con una media de 4 viajes diarios, tomando en cuenta que cada recorrido tendrá un mínimo de 3 horas, por lo que las labores se iniciarán a partir de las 08:00 hasta las 17:00 horas, posteriormente y de acuerdo al grado de aceptación de la Escuela se incrementará el servicio. Es de mencionar que las embarcaciones serán alquiladas de acuerdo al requerimiento de los estudiantes de la Escuela de pesca, pudiendo inclusive ser otorgadas para todo el día, previo acuerdo.

#### **5.2.3.2. Estrategia de distribución**

De acuerdo a lo expresado por (Kotler & Armstrong, 2016), la plaza se la define como el conjunto de actividades en la que infiere la empresa para poner sus productos a disponibilidad del consumidor (estudiante).

En el ámbito de la aplicación de una estrategia de distribución, ésta será de distribución exclusiva, al ser un servicio el que se está ofertando, esta se la dará a conocer a través de los diferentes medios publicitarios, pues este producto es

para un selecto grupo de personas que estén en la capacidad económica de adquirirlos y de turistas foráneos que deseen experimentar nuevas emociones vacacionales.

### **5.2.3.3. Estructura del canal de distribución**

Por ser un bien y servicio que se ofrece a la clientela, aquí no existen intermediarios, será de manera directa cliente – propietarios, posteriormente se estará haciendo participe a las empresas de turismo nacionales e internacionales a fin de que se promocione paquetes en donde se incluya a la familia en este tipo de actividades recreacionales.

## **5.2.4. Promoción**

### **5.2.4.1. Estrategia promocional**

El proyecto usará una estrategia de atracción (pull), que consiste en que los directivos direccionaran sus esfuerzos de comunicación hacia los estudiantes para motivarlos a que se inscriban en la Escuela Marlin Bay Fishing School. (Kotler, 2013). Para ello, se promoverá la Escuela de manera directa hacia los estudiantes, a través de los medios digitales, como página web, redes sociales e inscripción directa en la sede de la empresa.

Otra de las estrategias y que no genera costos es la promoción personalizada, es decir, aquella que se trasmite de boca a boca entre clientes, es una forma efectiva de realizar publicidad a bajo costos, otro de los segmentos que no genera costos a más de la inicial (creación de páginas en Internet) son las redes sociales, las mismas que llegan a los usuarios a través de la telefonía móvil.

### **5.2.4.2. Publicidad**

La publicidad de manera inicial para el inicio de este emprendimiento, se la realizará a través de una firma especializada en pesca deportiva, la misma que requiere conocer todos los detalles de los servicios que oferta la Escuela de

pesca deportiva con todos sus aditamentos para que el estudiante se sienta a gusto y pueda disfrutar con toda comodidad las bondades de la empresa, la misma que le proporcionará todos los implementos que se requiere para la práctica de este deporte.

Cómo se observa en la Tabla 7, el costo de la plaza para este proyecto incluye la presencia del mismo en una página web y en la repartición de hojas volantes en las afuera de los centros comerciales de las principales ciudades del país, además el costo de arriendo del local donde funcionará la Escuela es de

\$1.400,00 mensuales, con un contrato de arrendamiento por 3 años con el mismo valor; posteriormente a ello, los contratos serán de 2 años, con una mensualidad de \$1.200,00, con la consigna de que la empresa correrá con los gastos de adecuación de la infraestructura, y que en su momento de que se decida terminar el contrato, los valores no serán asumidos por el arrendatario.

Por otro lado, en el primer año se invertirá en la construcción de la página web para la inscripción de los estudiantes en línea por 100 USD (el cual constatará como inversión inicial).

Tabla 8: Presupuesto proyectado de plaza – 2018 a 2022

Puntos de venta	Años				
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gasto de local	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 16.800,00	\$ 14.400,00	\$ 14.400,00
Gastos, página web	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 81,58	\$ 83,20	\$ 84,85
Hojas Volantes	\$ 450,00	\$ 458,88	\$ 468,00	\$ 477,24	\$ 486,72
<b>Total, anual</b>	<b>\$ 17.350,00</b>	<b>\$ 17.338,88</b>	<b>\$ 17.349,58</b>	<b>\$ 14.960,44</b>	<b>\$ 14.971,57</b>

**Nota: Los precios crecen en relación con la tasa de crecimiento de la inflación promedio entre el 2006-2017 (1,98%).**

Los valores mostrados en la Tabla 7, se los proyectó usando la tasa promedio de crecimiento de la inflación anual que se estableció entre el 2012 y 2016 que fue del 1,98% (INEC, 2016).



### 5.2.4.3. Promoción de ventas

En el inicio de la escuela de pesca deportiva, esta estará sujeta a un precio base los cuales fueron detallados en párrafos anteriores, pero como se dijo habrá precios especiales para paquetes familiares (6 personas por familias), las mismas que serán puestas en circulación en temporada de pesca de cada una de las especies.

### 5.2.4.4. Relaciones públicas

La empresa, manejará un Departamento de relaciones públicas afines a la Cámara de Turismo de Manabí, para poder participar en los eventos que se realicen en la provincia y así ser parte del folclore nativo, y que las personas conozcan que existe una escuela de pesca deportiva para quienes deseen experimentar una nueva experiencia tanto en familia como con amistades.

Tabla 9: Presupuesto de relaciones públicas

<b>AÑO</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Globos	\$ 35,04	\$ 35,76	\$ 36,48	\$ 37,20	\$ 37,92
Contratación de modelos	\$ 549,96	\$ 560,40	\$ 571,92	\$ 583,32	\$ 594,84
Afiches – Banner	\$ 300,00	\$ 306,00	\$ 312,00	\$ 318,12	\$ 324,48
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 885,00</b>	<b>\$ 902,16</b>	<b>\$ 920,30</b>	<b>\$ 938,64</b>	<b>\$ 957,24</b>

### 5.2.4.5. Presupuesto global de la mezcla de marketing

Por lo expuesto se establece que los gastos destinados a marketing, publicidad y otros para la promoción de la escuela de pesca Marlin Bay Fishing School, con una proyección a cinco años, se establecen de la siguiente manera: (Ver Tabla 10)

Tabla 10: Presupuesto global proyectado, mezcla de marketing

<b>AÑOS</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Valor anual	\$ 1.435,00	\$ 1.441,04	\$ 1.469,88	\$ 1.499,08	\$ 1.528,81
Total, gasto promoción para 5 años					\$ 7.373,81

De esta forma, el presupuesto que se destinará anualmente en la mezcla de marketing oscilará entre los 1.500 dólares.

## **6. Propuesta de Filosofía y estructura organizacional**

### **6.1. Misión, Visión y Objetivos de la organización**

#### **6.1.1. Misión**

De acuerdo a lo expuesto por Vanegas, (2016), “Es una enunciación a largo plazo que debe distinguir y diferenciar a la organización de las demás e identificar los valores que guían su accionar” (pág. 11)

De acuerdo a Fred David, quien expresa que una misión organizacional debe estar compuesta por 9 elementos, la misión de este trabajo es la siguiente: “Marlin Bay Fishing School, es una empresa que busca dar a conocer las técnicas elementales de pesca deportiva a un segmento de la población tanto nacionales como extranjeros en Bahía de Caráquez, brindando nuevas alternativas de recreación, la empresa cuenta con personal capacitado en asesoría en el uso de los implementos Bass Pro Shop, lo que permite establecer una experiencia única en la práctica de esta actividad”.

#### **6.1.2. Visión**

Así mismo Vanegas, (2016), expresa: “La visión de una organización social es un conjunto de ideas generales, algunas de ellas abstractas, que proveen un marco de referencia de lo que una organización quiere conseguir y espera alcanzar en el futuro” (pág. 27),

De acuerdo a Fred David, quien expresa que una visión organizacional debe estar compuesta por 5 elementos, la visión de este trabajo es la siguiente: “Marlin Bay Fishing School busca posicionarse hasta el 2023 en el mercado ecuatoriano como un atractivo turístico complementario donde podrán disfrutar de las técnicas elementales de la pesca deportiva con implementos de la marca Bass Pro Shop reflejando responsabilidad y compromiso en nuevas formas de diversión únicas en la práctica de este deporte”.

#### **6.1.3. Objetivos estratégicos específicos**

Una empresa para que pueda seguir compitiendo en el mercado debe establecer

estrategias que le permitan sostenerse y crecer paulatinamente, con objetivos claros que respondan al comportamiento de la industria en sí. En el Ecuador, no existe todavía en el mercado escuela de pesca deportiva que sea una amenaza y vaya a crear situaciones que impidan poder operar de manera progresiva. Basados en este criterio, es necesario puntualizar los diferentes aspectos del ambiente que rodea un negocio, que incluye la tecnología, economía, cultura, políticas y leyes (Mosquera, 2015). Tras este análisis, de acuerdo a los hallazgos que se realicen, así como se establezca la misión, visión de la empresa y las necesidades que intenta cubrir, se eligen los objetivos de la empresa para aprovechar este entorno y minimizar los retos.

Tabla 11: Objetivos estratégicos del Proyecto (Largo Plazo)

Perspectiva financiera		
Objetivo	Indicador	Meta
Incrementar el número de clientes para la escuela de pesca deportiva para el año 2023 en un 10%	Número de clientes que recibieron cursos de pesca deportiva	Lograr que 2000 clientes hayan logrado terminar el curso al quinto año
Perspectiva del Cliente		
Objetivo	Indicador	Meta
Consolidar dentro de los próximos 3 años la participación de la escuela con un crecimiento del 2%	Porcentaje medio de mercado anual	Establecer un crecimiento del 2% al quinto año
Perspectivas de procesos internos		
Objetivo	Indicador	Meta
Reducir en un 35% las importaciones de insumos que utiliza la escuela de pesca para abaratar costos	Establecer rubros para la importación de insumos de pesca deportiva	Disminuir en un 35% las importaciones de insumos de la escuela de pesca
Perspectivas de formación y crecimiento		
Objetivo	Indicador	Meta
Incrementar en un 15% el margen de utilidad neta para los próximos 5 años, en relación al periodo inicial.	Diferenciación de ingresos entre los instructores de la escuela de pesca deportiva	Sostener entre todos la productividad y el margen de utilidad de la empresa en al menos 15% para los próximos 5 años.

Tabla 12: Objetivos específicos organizacionales

Perspectiva financiera		
Objetivo	Indicador	Meta
Establecer una participación consolidada en el mercado de 1,4 % de clientes durante el primer año	Porcentaje de participación consolidada de mercado	Implantar una participación de mercado de al menos un 1,4% en el primer año
Perspectiva del Cliente		
Objetivo	Indicador	Meta
Invertir valores para la promoción en publicidad de un 6% durante los 3 primeros años	Designar porcentaje para inversión en publicidad	Invertir en promedio 6% en publicidad al tercer año
Perspectivas de procesos internos		
Objetivo	Indicador	Meta
Establecer parámetros de importaciones anuales de insumos sobre el arte de la pesca	Generar valores para ser destinados a la importación de insumos de pesca deportiva	Disminuir los valores de importación de insumos en un 35% a partir del segundo año

Perspectivas de formación y crecimiento		
Objetivo	Indicador	Meta
Mejorar la productividad entre directivos, instructores y empleados de la empresa al primer y segundo año	Diferenciación de porcentajes por ingresos entre los instructores de la escuela de pesca deportiva	Establecer un promedio de productividad en al menos 3,5% de la empresa durante el primer y segundo año

## 6.2. Plan de Operaciones

Dentro del plan de operaciones, es necesario establecer los procesos en que incurrirá la Escuela de pesca deportiva Marlin Bay Fishing School para su correcto funcionamiento, donde se detalla el mapa de procesos

### 6.2.1. Cadena de Valor

Es una herramienta estratégica usada para analizar las actividades de una empresa” (Porter 2008),

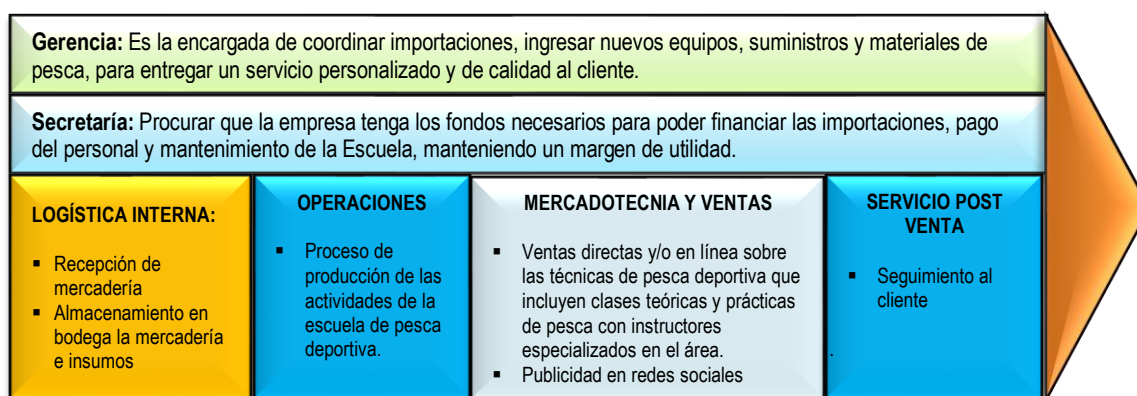


Figura 6: Cadena de Valor

El Gerente General está a cargo del funcionamiento adecuado de todas las operaciones de la empresa y de las importaciones de los insumos, materiales y equipos, de manera coordinada que permita generar eficiencia operativa y a su vez que la escuela crezca de acuerdo a los objetivos y metas planeadas.

El Departamento de Secretaría genera valor al establecer políticas de orientación o directriz que debe ser divulgada, entendida y acatada por todos los miembros de la organización, en ella se contemplan las normas y responsabilidades de cada área de la organización. Las políticas deben ser dictadas desde el nivel jerárquico más alto de la empresa. El valor de la empresa se crea en el área de operaciones, puesto que aquí se aseguran en brindar un servicio personalizado al cliente y una asesoría adecuada en cuanto al servicio que se ofrece, para que se sienta a gusto con el servicio que va a recibir. En el departamento de mercadotecnia y ventas también se genera valor, dado que ellos están a cargo

de la imagen de la empresa para el ámbito comercial, de gestionar y posicionar la marca en el mercado. El departamento de servicio post venta, genera valor a la empresa porque analiza los puntos de vista del cliente y su nivel de satisfacción con el servicio, permitiendo a la empresa a mejorar sus falencias y ofertar un servicio con mayor valor a clientes presentes y futuros: Con estos antecedentes y perspectivas se genera una base de datos por cada cliente para ofrecer una mejor atención personalizada.

### 6.2.2. Mapa de procesos

La escuela de pesca deportiva importará insumos, materiales relacionadas con la pesca deportiva, los mismos que serán utilizados por los futuros estudiantes, bajo la asesoría de los instructores, especialistas en el área correspondientes. Los cuales siguen un procedimiento que se lo puede resumir de la siguiente manera:

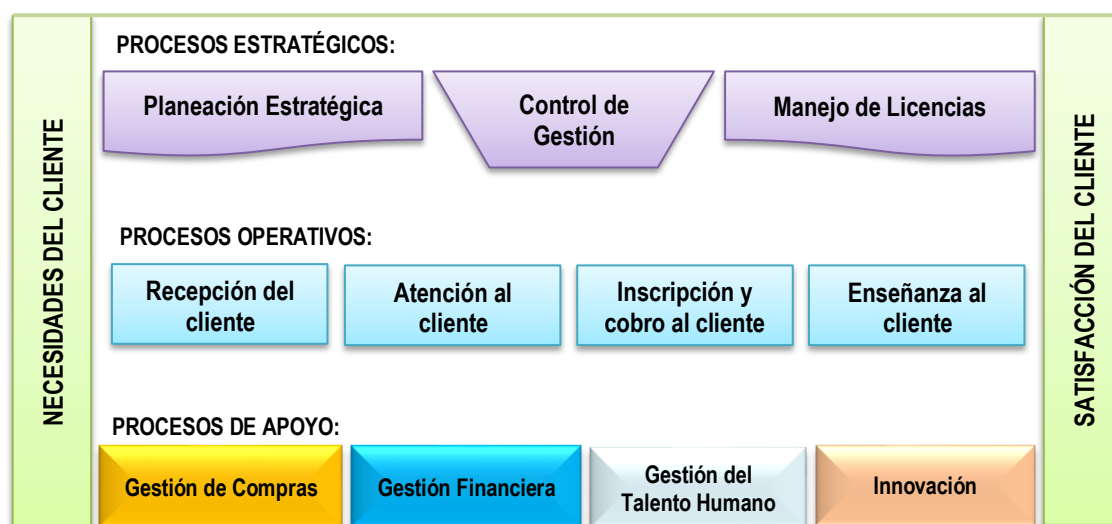


Figura 7: Mapa de Proceso

### 6.2.3. Procesos estratégicos

Para tener un mejor entendimiento de los procesos estratégicos que se utilizaran en la escuela de pesca deportiva Marlin Bay Fishing School, se lo detalla en la Tabla 13.

Tabla 13: Descripción de los procesos estratégicos

Procesos Estratégicos	Descripción del proceso
Planeación estratégica	El gerente general, secretaria y el contador de la empresa se reunirán para realizar la respectiva planeación estratégica y verificar el

	cumplimiento de los distintos objetivos, de corto, mediano y largo plazo que se haya propuesto la empresa
<b>Control de gestión</b>	El gerente general, secretaria y el contador de la empresa se reunirán para realizar un control en todas las áreas de la empresa, para el cumplimiento de metas, indicadores y objetivos en cada una de las áreas.
<b>Manejo de licencias</b>	El gerente general se reunirá con el contador y la secretaria para establecer pautas de control de la licencia de la empresa, por lo que se establecerá que todo marche de la mejor manera posible.

Tabla 14: Procesos estratégicos y sus requerimientos

Procesos Estratégicos	Responsable del proceso	Horarios	Frecuencia
<b>Planeación estratégica</b>	El gerente general, secretaria y contador	Horas laborables	Semestral
<b>Control de gestión</b>	El gerente general, secretaria y contador	Horas laborables	Mensual
<b>Manejo de licencias</b>	El gerente general, secretaria y contador	Horas laborables	Mensual

#### 6.2.4. Procesos Operativos

Tabla 15: Descripción de los Procesos Operativos

Procesos Operativos	Descripción del proceso
<b>Recepción del cliente</b>	La recepción del cliente inicia al momento de ingresar a la Escuela de pesca, donde le recibirá la secretaria brindándole todas las atenciones posibles para que el cliente se sienta a gusto.
<b>Atención al cliente</b>	La secretaria le entregará prospectos y toda la información disponible para que el cliente pueda informarse de mejor manera de los servicios, técnicas en pesca y práctica de pesca en alta mar con instructores especializados, de ser posible se les mostrará videos de toda la información referente a la pesca deportiva en las costas ecuatorianas.
<b>Inscripciones y cobro al cliente</b>	Una vez que se les ha proporcionado toda la información requerida por el cliente, éste decide tomar el curso de pesca, se les pedirá los documentos personales para realizar la inscripción al curso de pesca deportiva y el respectivo cobro, detallando si lo paga en efectivo o con tarjeta de crédito.
<b>Enseñanza al cliente</b>	Una vez realizada la inscripción, el estudiante/cliente escogerá los días y fecha en que desea recibir el curso para su respectiva planificación en la fecha acordada para la enseñanza del curso, dejando constancia de que si es principiante, tiene conocimientos o desea perfeccionar alguna que otra técnica de pesca.

Tabla 16: Procesos Operativos y sus requerimientos

Procesos Operativos	Tiempo	Responsable del proceso	Horarios	Frecuencia
Recepción del cliente	2 minutos	Secretaria	08h00 a 18h00	Diaria
Atención al cliente	20 minutos	Secretaria	08h00 a 18h00	Diaria
Inscripciones y cobro al cliente	10 minutos	Secretaria y contador	08h00 a 18h00	Diaria
Enseñanza al cliente	4 sábados 4 domingos	Instructores de pesca deportiva	08h00 a 18h00	Fin de semana

#### 6.2.5. Procesos de apoyo

Tabla 17: Descripción de los Procesos de Apoyo

Procesos de Apoyo	Descripción del proceso
Gestión de compras	La secretaria revisará junto con el contador los requerimientos de la empresa de manera semanal, para poder suplir las necesidades de la empresa y evitar quedar desabastecido de los insumos administrativos, y de los insumos, materiales y equipos que se requieran para la parte operativa de la empresa.
Gestión Financiera	La secretaria entregará al contador de la empresa toda la documentación respectiva en cuanto a los ingresos y egresos que se generan en la empresa a fin de poder construir los estados financieros y que la misma esté disponible cuando se lo requiera.
Gestión del Talento Humano	El Gerente General, junto con los instructores y secretaría establecerán bajo consenso si se requiere la contratación de más personal, sea en el área administrativa u operativa, a fin de realizar la respectiva selección y contratación de este personal
Innovación	El Gerente General, secretaría, contador y personal de instructores se reunirán periódicamente a fin de establecer cambios e innovaciones en beneficio de los clientes, y darle un mayor realce en el desarrollo de las actividades de la empresa.

Tabla 18: Procesos de Apoyo y sus requerimientos

Procesos de Apoyo	Tiempo	Responsable del proceso	Horarios	Frecuencia
Gestión de compras	2 horas administrativo 8 días importación	Secretaria / Contador	Horas laborables	Diaria Anual
Gestión Financiera	6 horas	Secretaria / Contador	Horas laborables	Semanal
Gestión del Talento Humano	8 horas	El Gerente General, junto con los instructores y secretaría	Horas laborables	Semestral
Innovación	Mes	El Gerente General, secretaría, contador y personal de instructores	Horas laborables	Anual

### 6.2.6. Capacidad Instalada

Dentro de la escuela de pesca se tendrán los siguientes equipos:

- Equipos administrativos. Computadoras, teléfonos, aire acondicionado, Impresora, copiadora, scanner, muebles de oficina, etc.
- Botes / Yates con capacidad para 10 o 15 personas
- Aparejos de pesca, como: carretes, cañas de pescar, carnada, anzuelos, vestuario para la práctica de la pesca deportiva, gorros, etc.

### 6.2.7. Materia prima requerida

Es de mencionar que el proyecto es de servicios, por lo tanto la materia prima con que se contará desde un inicio es: Naturaleza, diversidad de especies

marinas y de ecosistemas que habitan en el mar. Además; se debe considerar las clases y tipos de peces, las zonas del mar en que se efectúa de mejor manera la actividad, así como los horarios propicios para la pesca, para que esta sea efectiva, teniendo en cuenta que, dependiendo de esto se podrá realizar los diferentes tipos de pesca deportiva.

Tabla N° 19: Principales especies que se pueden capturar y meses

ESPECIE	TEMPORADA DE PESCA
Marlin rayado:	Enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, octubre, noviembre
Marlin azul:	Enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, septiembre, octubre, noviembre, diciembre
Atún y peto:	Enero, febrero, marzo, abril, mayo, junio, septiembre, octubre, noviembre, diciembre

### 6.2.8. Personal requerido

Es de establecer que entre las principales funciones que deben cumplir los miembros de Marlin Bay Fishing School, están las siguientes:

Tabla 20: Detalle de actividades del personal

Cargo	N° de persona	ACTIVIDADES	Requisitos
Junta de Accionistas:		<ul style="list-style-type: none"> <li>- Conocer y aprobar el balance general que ira acompañado del estado de pérdidas y ganancias, de los informes que sean presentados por el Gerente General, y de los Auditores externos en caso de existir.</li> <li>- Determinar la forma de reparto de los beneficios, tomando en consideración la opinión de todos.</li> <li>- Determinar la amortización de acciones, siempre y cuando se cuente con utilidades líquidas disponibles para el pago de dividendos.</li> </ul>	
Gerente General	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Organizar la estructura de la empresa actual y a futuro; como también de las funciones y los cargos.</li> <li>- Dirigir la empresa, tomar decisiones, supervisar y ser un líder dentro de ésta.</li> <li>- Decidir respecto de contratar, seleccionar, capacitar y ubicar el personal adecuado para cada cargo.</li> <li>- Analizar los problemas de la empresa en el aspecto financiero, administrativo, personal, contable entre otros</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de Ingeniero Comercial; Hombre / Mujer entre 30 y 40 años;</li> <li>- Experiencia mínima de 5 años en cargos similares.</li> </ul> <p><b>SUELDO:</b> \$ 1.350,00</p>
Secretaria	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Responsabilizarse del flujo de documentación y de la elaboración de cartas, oficios, y memorandos.</li> <li>- Manejar la correspondencia interna y externa.</li> <li>- Administrar los equipos y suministros de oficina, y responsabilizarse por su custodia, uso y seguridad.</li> <li>- Atención telefónica al cliente.</li> <li>- Manejar y organizar la agenda de Administración.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Título de Secretaria Ejecutiva o carreras afines; Mujer entre 22 y 35 años;</li> <li>- Experiencia mínima de 1 año en funciones similares.</li> </ul> <p><b>SUELDO:</b> \$ 850,00</p>
Contador	1	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar la conciliación de la información contable, administrativa y presupuestal del ejercicio fiscal.</li> <li>- Difundir los Balances y los documentos normativos de interés público.</li> <li>- Elaborar y consolidar informes técnicos sobre movimiento contable de ingresos propios, estudios de inversión.</li> <li>- Realizar arqueos de caja, cheques en cartera en coordinación con Gerencia General.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Licenciado/a en Contabilidad / Contador Público Autorizado (CPA) o carreras afines;</li> <li>- Hombre/Mujer de 23 y 35 años</li> <li>- Experiencia mínima de 1 año en Contabilidad y Auditoría de productos de consumo masivo.</li> </ul> <p><b>SUELDO:</b> \$ 150,00</p>



Instructores	4	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Dar seguimiento, evaluar y retroalimentar los conocimientos de los estudiantes ya sean del nivel principiante, medio o avanzado.</li> <li>- Llevar un control de asistencias, faltas, puntualidad o retardos de su grupo.</li> <li>- Respetar y acatar los lineamientos de operación del programa de pesca, las políticas, procedimientos y demás disposiciones previstas para su operación.</li> <li>- Documentar el desempeño de los estudiantes y aportar los informes necesarios.</li> <li>- Hacer propuestas de mejora a los contenidos académicos del curso de pesca deportiva</li> <li>- Participar en las reuniones de evaluación que convoque el Gerente General a fin de conocer las acciones que se realizan en la práctica de pesca deportiva.</li> <li>- Entregar al finalizar el módulo lista de asistencia, portafolio de evidencias en CD y reportes de mejora académica.</li> <li>- Participar como tutor en el proceso de certificación de por lo menos 10 estudiantes a lo largo del Curso.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Experiencia en pesca deportiva.</li> <li>- Antigüedad mínima de 3 años en la docencia y/o conocimientos de pesca deportiva.</li> <li>- Disponibilidad de tiempo para asesoría presencial (incluso el día sábado)</li> <li>- Habilidades en el manejo de las tecnologías de la información y comunicación.</li> <li>- Experiencia en manejo de grupos académicos.</li> <li>- Haber recibido recientemente cursos de formación y capacitación de pesca deportiva.</li> </ul> <p><b>SUELDO:</b> \$ 1.200,00</p> <p><b>NOTA:</b> El contador recibirá un sueldo por servicios prestados a la empresa.</p>
Guardias de Seguridad	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Velar por la seguridad de la empresa.</li> <li>- Cuidar los bienes muebles de la compañía.</li> <li>- Controlar la entrada y salida del personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bachiller; Haber hecho servicio militar;</li> <li>- Hombre entre 19 y 35 años;</li> <li>- Capacitación en seguridad empresarial</li> <li>- No indispensable experiencia.</li> </ul> <p><b>SUELDO:</b> \$ 600,00</p>
Chofer	2	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Realizar chequeo permanente, tanto preventivo como correctivo del vehículo asignado a su responsabilidad.</li> <li>- Transportar al personal y/o estudiante de un lugar a otro respetando su integridad física.</li> <li>- Trabajar con diligencia, evitando las demoras en el traslado del personal de un lugar a otro.</li> <li>- Ejecutar las demás actividades que le sean asignadas por la Gerencia General concernientes a su cargo.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Chofer Profesional; Hombre/mujer; Licencia Vigente.</li> </ul> <p><b>SUELDO:</b> \$ 650,00</p>

### 6.2.9. Importación de mercaderías

Para la importación de la mercadería se utilizará los servicios de la empresa “FULL CARGO LOGISTIC” (Ver anexo 8)



Figura 8: Flujograma de Procesos

Se debe indicar que la empresa Marlin Bay Fishing School debe presentar en la aduana todos los documentos pertinentes a fin de poder liberar la mercadería que se ha importado desde Estados Unidos, específicamente de BASS PROSHOP, a fin de poder ingresarlos a la empresa, realizar la respectiva codificación y que la misma sea puesta en exhibición para que los clientes puedan palpar con que materiales va a recibir las clases de pesca deportiva.

Pero para poder entender este proceso, se establece que Marlin Bay Fishing School, realiza una compra a su proveedor Bass Pro Shop, el cual deja la carga en las bodegas de Miami, donde se genera la negociación con el Forward Cargo Logistics, se acuerda que la carga llegue a puerto de Guayaquil, el incoterm 2010 con él se realiza la negociación es FOB, los gastos que se deben pagar como importador son los que detalla la cotización, no obstante parte de la carga viene contenerizada (artículos de pesca), y la otra parte de la carga viene en las bodegas del buque como carga BB (yates), para este ejercicio las dos cargas vienen en un solo BL, consignadas a Blue Marlin, al momento que la carga llegue al puerto de Guayaquil la misma se traslada en dos plataformas de 1x40 a la ciudad de bahía de Caráquez de la siguiente manera: 1 plataforma CNT 1x20 + yate; 2 plataforma: 3 yates.

Tabla No. 21: Ficha técnica de importación

Producto		<i>Artículos para pesca deportiva</i>	
Subpartida arancelaria		9507.10.00.00 cañas de pescar 9507.90.100.00 sebos artificiales 9507.30.00.00 carretes de pesca 8903.99.10.00 yates de pesca	
País exportador	EE.UU.	Vía de transporte	Vía marítima
País importador	Ecuador	Puerto, embarque	EE.UU.
Empresa exportadora	FULL CARGO LOGISTIC	Puerto, desembarque	Guayaquil - Ecuador

### 6.3. Estructura organizacional

#### 6.3.1. Estructura Legal

Marlin Bay Fishing School, iniciará sus operaciones como una Sociedad Anónima, que de acuerdo a la ley, debe estar conformada por 3 o más personas (socios), las cuales deben de responder a responsabilidades sociales por el monto que cada uno de ellos aportó para la creación de la empresa (escuela de pesca deportiva).

Al ser la inversión superior al 1.000.000,00 dólares, esta se financiará con la aportación de una sociedad de capital, acordada para el efecto. En caso de incremento de capital de la empresa, los socios aportantes un trato especial; así mismo se deja establecido que, al ser una empresa nueva, está propensa a caer en algún tipo de inconvenientes, por lo que se hace necesario determinar responsabilidades.

Marco legal del proyecto: Para constituir una Sociedad Anónima, se deben seguir estos pasos: primero se debe reservar el nombre para la empresa en la Superintendencia de Compañías, en este caso el nombre será: Marlin Bay Fishing School. Después, se deben elaborar estatutos de la empresa, la misma que debe estar validada por un abogado. Luego, abrir una cuenta bancaria con un pago mínimo de 400 USD aplicada a empresas nuevas, una carta de socios con sus porcentajes de participación, y la copia de cedula y papeletas de votación.

Después, recurrir a una notaría pública para elevar a escritura pública con el nombre de la empresa, el certificado de cuenta de integración de capital y la minuta con estatutos. Aprobados estos estatutos, se debe publicar la creación de la empresa en un medio publicitario que tenga circulación a nivel nacional. (Corporación Financiera Nacional, 2017). Los permisos municipales necesarios consisten en pagar la patente del municipio de Bahía de Caráquez, el certificado de cumplimiento de acciones y el permiso de operar del Benemérito Cuerpo de Bomberos.

Después, se deberá inscribir a la Sociedad Anónima en el Registro Mercantil del Cantón Bahía de Caráquez, de esta forma estará inscrita la sociedad. Con esto, la Superintendencia de Compañías entregará una serie de documentos para abrir un RUC para la empresa en el Servicio de Rentas Internas (SRI). Finalmente, la Superintendencia deberá entregar a la empresa una carta dirigida al banco elegido (Corporación Financiera Nacional), para poder disponer del dinero antes depositado. (Corporación Financiera Nacional, 2017)

Proceso de constitución como importadores: Para proceder a realizar importaciones se requiere tener previamente un RUC y proclamarse como importador; después se debe obtener la firma electrónica (TOKEN) en el Banco Central enviando una solicitud en su página web. De esta forma se obtendrá el

Token y el certificado digital como importador. Finalmente se debe crear un perfil usuario en el Ecuapass y registrar la firma electrónica, y de allí poder hacer las importaciones que sean necesarias a fin de estar apto para cualquier tipo de importación que se requiere en la Escuela de pesca Marlin Bay Fishing School.

Proceso de registro de marca: Para seguridad del producto de la empresa y sus nombres. Se registrará la marca y el producto y su forma en el Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), para de esta manera poder utilizar la marca Bass Pro Shop en la Escuela Marlin Bay Fishing School.

Proceso para obtención de la certificación INEN de calidad: Para la obtención del certificado INEN de calidad amerita que se realicen los siguientes pasos: primero, el envío de oficio de solicitud para la obtención del sello de calidad INEN, luego se procederá a una evaluación de la Escuela, donde se evaluará la atención al cliente, los registros de inspección y los documentos legales de la empresa y de la marca que se usa. Después se procederá a una auditoria donde se evaluará el pensum académico que se imparte a los estudiantes, se verificará que se cumpla con requisitos de calidad. La obtención del Certificado de Calidad tiene un costo de 247 USD. (INEN, 2017), y una vigencia de 3 años..

Tabla 22: Presupuesto de constitución

Descripción / Año	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Total, gastos en constitución, (USD)	\$ 2200	-	-	-	-
Total, gastos de adecuaciones	\$ 2000	-	-	-	-
<b>Total, gastos en constitución (USD)</b>	<b>\$ 4.200</b>	-	-	-	-

Estos valores mostrados en la Tabla 22, determina que el año cero se tomará en cuenta como inversión inicial dentro del plan financiero de la empresa, los mismos que serán tomados en cuenta a fin de poderlos deducir posteriormente para su inclusión dentro del índice financiero de la empresa.

### 6.3.2. Diseño Organizacional

Es diseño organizacional de la empresa establecerá el dinamismo de los empleados tanto de instructores como administrativos, por lo que se requiere tener una empresa flexible, creativa e innovadora a la hora de desarrollar sus actividades y ofertar el servicio a los clientes (estudiantes)

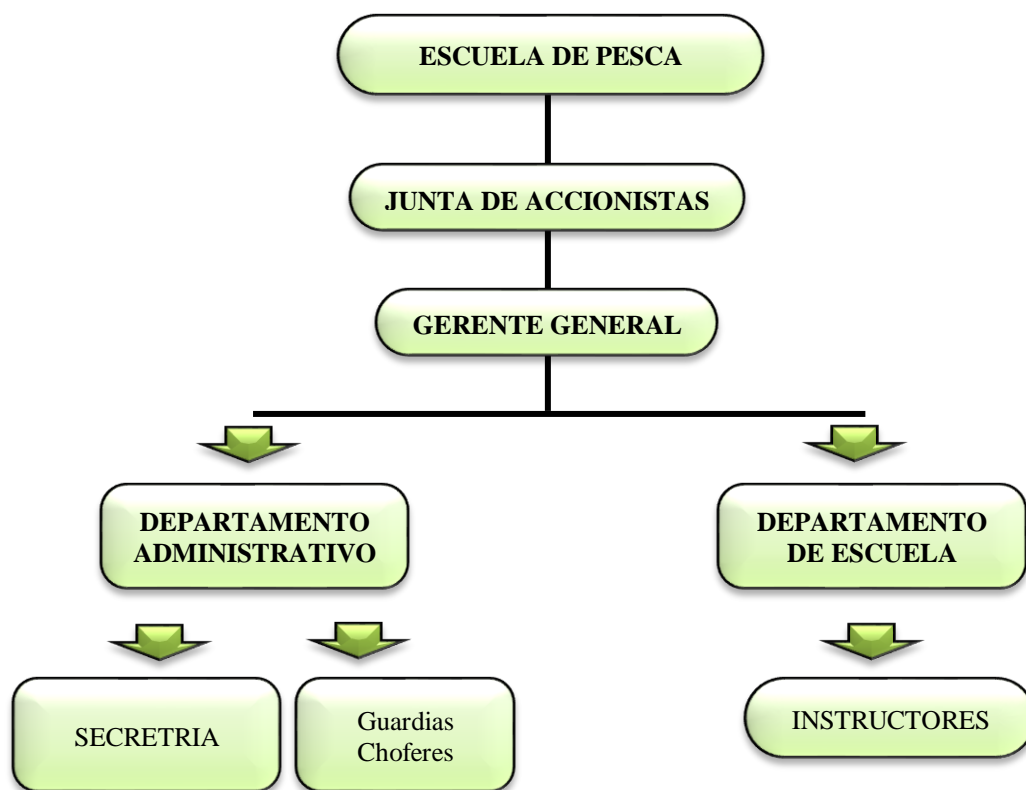


Figura 9: Diseño Organizacional de la Escuela de Pesca

## 7. Evaluación Financiera

### 7.1. Proyecciones en base a la industria

“La Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU) es un sistema de clasificación, mediante códigos, de las actividades económicas, según procesos productivos; permite la rápida identificación, en todo el mundo, de cualquier actividad productiva” (Guzmán, 2018). En el desarrollo del trabajo se estableció que el sector a ser analizado es el de la industria de enseñanza y recreativos en el Ecuador, donde la Escuela de pesca deportiva Marlin Bay Fishing School realizará sus actividades.

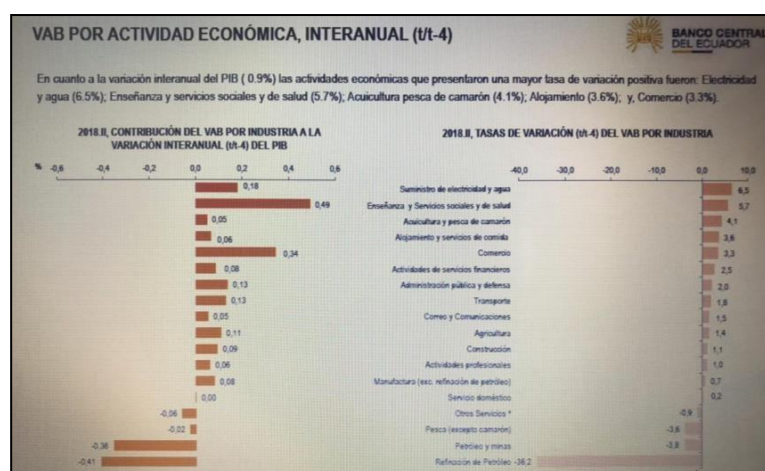


Figura 10: Proyección en base a la industria

Adaptado de: Banco Central del Ecuador

### 7.2. Proyecciones de ingresos, costos y gastos

Es necesario tener presente que las variables antes mencionada van a tener un cambio progresivo a medida que el proyecto vaya recorriendo un periodo de tiempo determinado, para luego realizar una evaluación de cómo es su comportamiento dentro del desarrollo de las diversas actividades de la empresa.

#### 7.2.1. Proyección de ingresos y justificación de los mismos

Tabla 23: Inscripciones de estudiantes a la escuela

Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Tasa de participación esperada	1,4%	1,9%	2,4%	2,3%	2,1%
Estudiantes inscritos	1.392	1.896	2.376	2.292	2.100

Durante el primer año la tasa de crecimiento será del 1,4%, tomando como referencia el PIB, lo que nos da una proyección del 0,5% del 1er al 2do año, del

2do al 3er año se tiene un crecimiento del 0,5%, este fenómeno se presenta, debido a que ya se empieza a tener competencia directa en el mercado; lo que se evidencia que, del 3er a 4to año se decae en el crecimiento en un 0,1% y del 4to a 5to año en un 0,2%, por lo que las estrategias publicitarias, el trato personalizado al cliente son las cartas de presentación de la Escuela de pesca Marlin Bay Fishing School, lo que ayudará a mantenerse en el mercado y expandirse a otras ciudades del Litoral ecuatoriano.

En relación a los ingresos mensuales y anuales durante los siguientes 5 años, se trabajará con el número de personas que se estableció en el mercado objetivo del proyecto (99.557), pero divididos en cada nivel de participación, o sea: el nivel de principiantes intensivo con un 20% del total de estudiantes (2364); principiantes de forma regular 40%; Nivel medio de conocimientos 28% y nivel experimentado con un 12% de participación del total general, tal como se lo demuestra en la Tabla 15, en términos de cantidad, porcentaje de crecimiento anual y monetarios.

Tabla 24: Proyección de Participación de la escuela Marlin Bay Fishing School

ESTUDIANTE	PORCENTAJE ANUAL / MERCADO META				
	AÑO 1 1,4%	AÑO 2 1,9%	AÑO 3 2,4%	AÑO 4 2,3%	AÑO 5 2,1%
Principiantes Intensivo	312	396	516	576	480
Principiantes de forma regular	420	600	780	720	595
Nivel medio de conocimientos	420	600	720	660	540
Nivel experimentado	240	300	360	336	300
Ingresos mensuales	\$ 131.000,00	\$ 177.500,00	\$ 247.500,00	\$ 215.500,00	\$ 198.750
Ingresos anuales	\$ 1.572.000,00	\$ 2.130.000,00	\$ 2.667.000,00	\$ 2.586.000,00	\$ 2.385.000,00
<b>TOTAL ESTUDIANTES</b>	<b>1392</b>	<b>1896</b>	<b>2376</b>	<b>2292</b>	<b>2100</b>

Así mismo se realizó un promedio diario de personas que eventualmente acudirían a la Escuela de Pesca Deportiva a recibir clases, de acuerdo a su nivel, lo que determinó que por cada nivel de conocimientos que tenía cada estudiante, estos no superan el promedio de 10 personas; lo que concuerda con el promedio general que es de 7,57. Esto permite establecer que:

- No todas las personas vacacionan en la playa los fines de semana.
- Los turistas son nacionales y extranjeros, y por ende su estadía en Bahía de Caráquez – Ecuador puede ser cualquier día de la semana

- c. Esto determina que la atención en la Escuela no solo será los fines de semana, sino que toda la semana, porque así es el flujo turístico y hay que estar en disposición de realizar una atención personalizada a cada uno de ellos.
- d. Que en cada semana de trabajo se determinará un día libre para cada empleado, lo que podría ser un lunes, o el día en que no haya demasiada atención al cliente y que las funciones del empleado que se encuentre libre sea complementado por alguien dentro de la empresa.

De esta forma, técnicamente es rentable el proyecto, por lo que se puede aspirar a un mayor flujo de ingresos tomando en cuenta todo lo mencionado anteriormente

## 7.2.2. Proyección de costos y gastos

Para la proyección mensual y anual tanto de costos como de gastos a cinco años, se utilizó la tasa promedio de inflación entre el 2006 al 2017 que es de 1,98%. (INEC, 2017). Los costos de implementación del servicio se presentan en la siguiente Tabla 24, durante el primer año.

Tabla 25: Proyección de Costos del servicio

PRESUPUESTO DE COSTO DEL SERVICIO	1												
DETALLE	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Principiantes intensivo		30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Principiantes de forma regular		45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Nivel medio de conocimientos		45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45	45
Nivel experimentado		20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20
Incremento del precio						0%	0%						0%
Precio de venta principiantes intensivo		\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00
Precio de venta principiantes forma regular		\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Precio de venta nivel medio		\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00	\$ 550,00
Precio de venta nivel experimentado		\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00	\$ 625,00
<b>Costo por servicios</b>		<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>
<b>Costo total</b>		<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>	<b>\$ 78.500,00</b>

Para el cálculo de los costos del servicio que oferta la escuela de pesca deportiva Marlin Bay Fishing School, se consideró los costos totales que se originan en este proceso para su respectivo análisis más el valor de la inflación anual (1,98%) Es de establecer que los insumos, materiales y equipos de pesca con los que trabajará la escuela de pesca deportiva, se los utilizará durante un año y luego se los remplazará por nuevos equipos, debido a que estos tendrán un uso



constante y no pueden ser usados más allá de un año, por lo que el manejo de inventarios para este tipo de insumos no es recomendable.

## Gastos Generales

Tabla 26: Proyección de Gastos

<b>ESTADO DE RESULTADOS</b>					
	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Gasto servicios de limpieza	\$ 1.200,00	\$ 1.223,76	\$ 1.247,99	\$ 1.272,70	\$ 1.297,90
Servicios básicos	\$ 2.580,00	\$ 2.631,08	\$ 2.683,18	\$ 2.736,31	\$ 2.790,49
Suministros de oficina	\$ 1.800,00	\$ 1.835,64	\$ 1.871,99	\$ 1.909,05	\$ 1.946,85
Sueldos	\$ 117.895,21	\$ 129.273,90	\$ 133.061,63	\$ 136.960,34	\$ 140.973,27
Gasto de constitución y puesta en marcha	\$ 4.200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Hojas volantes y flyers	\$ 450,00	\$ 1.185,00	\$ 2.217,69	\$ 4.616,41	\$ 9.271,67
Globos	\$ 35,04	\$ 35,73	\$ 36,44	\$ 37,16	\$ 37,90
Contratación modelos	\$ 549,96	\$ 560,85	\$ 571,95	\$ 583,28	\$ 594,83
Página Web	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 81,58	\$ 83,20	\$ 84,85
Afiches - Banner	\$ 300,00	\$ 305,94	\$ 312,00	\$ 318,18	\$ 324,48

Cabe recalcar que se recortaron ciertos gastos en que incurriría el proyecto, dejando lo esencial; aun así, los ingresos son superiores a los gastos en cuanto a las proyecciones de tener una buena aceptación en implementar una Escuela de pesca deportiva, por lo que los márgenes de ganancia son técnicamente buenos.

### 7.3. Inversión Inicial. Capital de Trabajo y estructura de capital

#### 7.3.1. Inversión Inicial

Es de mencionar que el proyecto en su fase inicial necesita una inversión de \$1.195.911,97, los cuales tendrán como finalidad la estructura de la parte legal de la empresa, la adecuación del local porque no es propio, permisos de la primera importación, y un capital de trabajo, cuyo valor es de \$ 390.039,12, además de los gastos administrativos como: suministros de oficina, servicios básicos, arriendo, por lo que el valor requerido de inversión inicial es de

\$1.585.951,09 para que la empresa pueda sostenerse durante el primer año, hasta lograr una estabilidad económica de acuerdo a las proyecciones realizadas. (Ver Anexo 17)

### 7.3.2. Estructura de capital

El diseño de la estructura del Capital inicial de la empresa está conformado por un capital social de 4 socios, cuya inversión se detalla: \$ 242.650,52 de aportación del socio creador de la empresa y 3 accionistas con una inversión de \$77.695,74 c/u.; además de un empréstito bancario en la Corporación Financiera Nacional (C.F.N.) de \$ 1.110.165,76 a una tasa de interés Comercial Prioritaria del 11,83% (BCE, 2017) a un plazo de 60 meses. La cuota mensual es de \$24.599,76 USD, por lo que el capital de trabajo cubre este empréstito durante los primeros 5 meses.

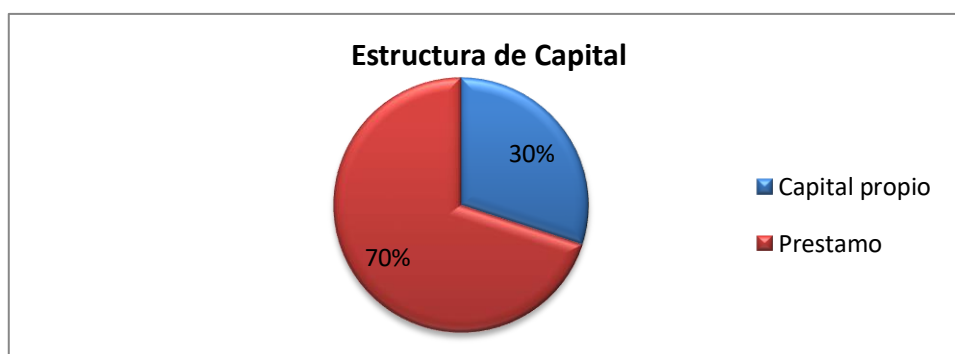


Figura 10: Porcentaje de aportaciones

ESTRUCTURA DE CAPITAL		ESTRUCTURA DE CAPITAL			APORTACION DE CAPITAL		
DETALLE	VALOR	DETALLE	%	VALOR	DETALLE	%	VALOR
Activos Fijos PPE	\$ 1.195.911,97	Capital propio	30%	\$ 475.785,33	Socio 1	25%	\$ 118.946,33
Capital de trabajo	\$ 390.039,12	Prestamo	70%	\$ 1.110.165,76	Socio 2	25%	\$ 118.946,33
<b>Total Inversion</b>	<b>\$ 1.585.951,09</b>	<b>Total</b>		<b>\$ 1.585.951,09</b>	Socio 3	25%	\$ 118.946,33
					Socio 4	25%	\$ 118.946,33
					<b>Total</b>		<b>\$ 475.785,33</b>
Tasa de interes Kd	11,83% C.F.N						
Tiempo en meses	60						
Tasa efectiva	0,99%						
<b>Cuota</b>	<b>\$24.599,76</b>						

Figura 11: Estructura de Capital

Es de establecer que el capital propio es del 30% y el 70% corresponde a una deuda contraída

### 7.3.3. Fuente de Financiamiento

El crédito será otorgado por la Corporación Financiera Nacional a una tasa preferencial del 11,83% anual, a un plazo de 5 años.

### 7.4. Proyección de estados de resultados, situación financiera, estado de flujo de efectivo y flujo de caja

#### 7.4.1. Estado de resultados

Tabla 27: Estado de resultado anual

ESTADO DE RESULTADOS					
Detalle	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>Ventas</b>	<b>\$ 1.884.000,00</b>	<b>\$ 1.943.193,74</b>	<b>\$ 2.056.895,75</b>	<b>\$ 2.177.250,80</b>	<b>\$ 2.304.648,18</b>
Costo de ventas	\$ 942.000,00	\$ 990.834,49	\$ 1.069.577,60	\$ 1.154.578,55	\$ 1.246.334,66
Gasto servicios de limpieza	\$ 1.200,00	\$ 1.223,76	\$ 1.247,99	\$ 1.272,70	\$ 1.297,90
Servicios basicos	\$ 2.580,00	\$ 2.631,08	\$ 2.683,18	\$ 2.736,31	\$ 2.790,49
Suministros de oficina	\$ 1.800,00	\$ 1.835,64	\$ 1.871,99	\$ 1.909,05	\$ 1.946,85
Sueldos	\$ 117.895,21	\$ 129.273,90	\$ 133.061,63	\$ 136.960,34	\$ 140.973,27
Gasto de constitucion y puesta en marcha	\$ 4.200,00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Hojas volantes y flyers	\$ 450,00	\$ 1.185,00	\$ 2.217,69	\$ 4.616,41	\$ 9.271,67
Globos	\$ 35,04	\$ 35,73	\$ 36,44	\$ 37,16	\$ 37,90
Contratación modelos	\$ 549,96	\$ 560,85	\$ 571,95	\$ 583,28	\$ 594,83
Pagina Web	\$ 100,00	\$ 80,00	\$ 81,58	\$ 83,20	\$ 84,85
Afiches - Banner	\$ 300,00	\$ 305,94	\$ 312,00	\$ 318,18	\$ 324,48
Depreciaciones	\$ 238.638,33	\$ 238.638,33	\$ 238.638,33	\$ 237.705,00	\$ 237.705,00
<b>Total costos y gastos</b>	<b>\$ 1.309.748,54</b>	<b>\$ 1.366.604,73</b>	<b>\$ 1.450.300,38</b>	<b>\$ 1.540.800,17</b>	<b>\$ 1.641.361,89</b>
<b>GASTOS OPERACIONALES</b>	<b>\$ 367.748,54</b>	<b>\$ 375.770,24</b>	<b>\$ 380.722,78</b>	<b>\$ 386.221,62</b>	<b>\$ 395.027,23</b>
<b>Utilidad antes de Intereses</b>	<b>\$ 574.251,46</b>	<b>\$ 576.589,01</b>	<b>\$ 606.595,36</b>	<b>\$ 636.450,63</b>	<b>\$ 663.286,29</b>
Intereses	\$ 122.149,19	\$ 100.530,34	\$ 76.210,65	\$ 48.852,70	\$ 18.076,93
Utilidad despues de interes	\$ 452.102,27	\$ 476.058,67	\$ 530.384,72	\$ 587.597,93	\$ 645.209,37
15% participación trabajadores	\$ 67.815,34	\$ 71.408,80	\$ 79.557,71	\$ 88.139,69	\$ 96.781,40
Utilidad antes de impuestos	\$ 384.286,93	\$ 404.649,87	\$ 450.827,01	\$ 499.458,24	\$ 548.427,96
15% impuesto a la renta	\$ 96.071,73	\$ 101.162,47	\$ 112.706,75	\$ 124.864,56	\$ 137.106,99
<b>Utilidad neta</b>	<b>\$ 288.215,20</b>	<b>\$ 303.487,40</b>	<b>\$ 338.120,26</b>	<b>\$ 374.593,68</b>	<b>\$ 411.320,97</b>

Durante el primer año la Escuela de pesca Marlin Bay Fishing School tiene una utilidad de \$288.215,20, lo que es lógico, pues se incurren en una serie de gastos para su normal funcionamiento y lograr la captación de los clientes. A mediados del segundo año, ya se ve una recuperación mayor de ingresos que permitan a la empresa tener una visión más clara sobre su aceptación dentro del mercado y a tener utilidades para los inversionistas, y una rentabilidad propia que le permita hacer nuevas inversiones, tal como se demuestra en la Tabla 27.

#### 7.4.2. Estado de Situación Financiera

De esta evaluación se destaca que el capital invertido (Deuda 70%) desciende cada año por los ingresos que la empresa empieza a generar, por lo que el capital propio de los inversionistas da un crecimiento sostenido al segundo año de un 14,35% el cual se incrementa más al tercer año de haber iniciado sus actividades

la empresa, tal como se muestra en la Tabla 18, llegando al quinto año con una deuda del 1,23% del valor total.

Tabla 28: Estructura de capital

Estructura de Capital						
Años	0	1	2	3	4	5
<b>Estructura de Capital</b>						
<b>Deuda</b>	70,00%	59,39%	43,39%	26,89%	13,41%	1,23%
<b>Capital</b>	30,00%	40,61%	56,61%	73,11%	86,59%	98,77%
<b>Capital de trabajo</b>	\$ 390.039,12	\$ 632.570,89	\$ 1.026.023,33	\$ 1.558.404,47	\$ 2.035.817,57	\$ 2.422.884,91

### 7.4.3. Flujo de efectivo del proyecto

Desde sus primeros años la empresa tiene un crecimiento sostenido, debido a la aceptación que tiene en el mercado, tal como se lo demuestra en la Tabla 29.

Tabla 29: Flujo de efectivo del proyecto

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
<b>Actividades de operación</b>	\$ -	\$ 485.239,78	\$ 540.029,17	\$ 574.755,02	\$ 610.181,67	\$ 725.911,34
Utilidades neta		\$ 288.215,20	\$ 303.487,40	\$ 338.120,26	\$ 374.593,68	\$ 411.320,97
Depreciaciones		\$ 238.638,33	\$ 238.638,33	\$ 238.638,33	\$ 237.705,00	\$ 237.705,00
Incremento de pasivos a corto plazo		\$ 21.484,55	\$ 1.595,50	\$ 1.904,54	\$ 2.019,77	\$ 2.050,13
Incremento activos	\$ -	\$ (63.098,30)	\$ (3.692,07)	\$ (3.908,10)	\$ (4.136,78)	\$ 74.835,25
<b>Actividades de inversion</b>	\$ (1.195.911,97)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos fijos	\$ (1.195.911,97)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Actividades de financiamiento</b>	1.585.951,09	-173.047,92	-194.666,77	-218.986,47	-246.344,41	-277.120,19
Deuda a largo plazo	1.110.165,76	-173.047,92	-194.666,77	-218.986,47	-246.344,41	-277.120,19
Dividendos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte de capital	\$ 475.785,33	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Incremento de efectivo	\$ 390.039,12	\$ 312.191,86	\$ 345.362,39	\$ 355.768,56	\$ 363.837,26	\$ 448.791,15
Efectivo inicial	0	\$ 390.039,12	\$ 702.230,98	\$ 1.047.593,37	\$ 1.403.361,93	\$ 1.767.199,18
<b>Efectivo final (flujo)</b>	\$ 390.039,12	\$ 702.230,98	\$ 1.047.593,37	\$ 1.403.361,93	\$ 1.767.199,18	\$ 2.215.990,34

## 7.5. Proyección de flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y créditos de valoración.

### 7.5.1. Flujo de Caja del Inversionista

De acuerdo a la tabla 30, al inicio de las actividades se tiene una pérdida de \$475.785,33 y un flujo positivo a partir del Segundo año, lo que da a entender que el proyecto es viable para el inversionista desde todo punto de vista.

Tabla 30: Flujo de caja del inversionista

FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
<b>FLUJO DEL CAJA DEL PROYECTO</b>	\$ (1.585.951,09)	\$ 517.692,68	\$ 520.030,22	\$ 550.036,58	\$ 578.958,51	\$ 1.000.420,28
Préstamo	\$ 1.110.165,76					
(-) intereses		\$ (122.149,19)	\$ (100.530,34)	\$ (76.210,65)	\$ (48.852,70)	\$ (18.076,93)
(-) Capital		\$ (173.047,92)	\$ (194.666,77)	\$ (218.986,47)	\$ (246.344,41)	\$ (277.120,19)
(+) Escudo fiscal		\$ 77.870,11	\$ 100.530,34	\$ 76.210,65	\$ 48.852,70	\$ 18.076,93
<b>FLUJO DE CAJA DEL INVERSIONISTA</b>	\$ (475.785,33)	\$ 300.365,67	\$ 325.363,45	\$ 331.050,11	\$ 332.614,09	\$ 723.300,09
	\$ -475.785,33	\$ (175.419,65)	\$ 149.943,79	\$ 480.993,91	\$ 813.608,00	\$ 1.536.908,10

### 7.5.2. Tasa de Descuento

De acuerdo al Modelo de Valoración de Activos Financieros (CAPM), el proyecto registra una tasa de retorno del 20,32%, es decir la tasa requerida para descontar los flujos de efectivo futuros de los activos financieros. Adicionalmente presenta un Promedio Ponderado del Costo de Capital (WACC) del 11,38%, equivalente a la tasa de descuento empleada para descontar los flujos de inversión

### 7.5.3. Valor Actual Neto

Al descontar los flujos de caja del inversionista con la WACC, se obtiene un Valor Actual Neto (VAN) de \$ 634.193,45, determinando que el proyecto es factible de ser implementado a través de su rentabilidad, es decir de acuerdo a su interpretación que la inversión del proyecto produce ganancias por encima de la rentabilidad exigida, determinando que el proyecto es muy aceptable

Tabla 31: Indicadores Financieros

EVALUACION FINANCIERA		
Indicadores	Proyecto	Inversionista
VAN	\$ 656.264,07	\$ 634.193,45
TIR	25,21%	65,52%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2,65	\$ 2,88
IR	\$ 0,41	\$ 2,33

### 7.5.4. Tasa Interna de Retorno

El proyecto presenta una Tasa Interna de Retorno del proyecto (TIR) de 25,21%, mayor a la tasa de rentabilidad exigida por el proyecto, en este caso una WACC de 11,38%, determinando que la inversión tiene una recuperación y por lo tanto es aceptable.

### 7.5.5. Índice de Rentabilidad

El Índice de rentabilidad del inversionista (IR) es de 2,33 es decir superior a la unidad, lo que determina que el rendimiento esperado de la inversión es mayor a su tasa de descuento, o en su defecto, los ingresos son superiores a los egresos, por lo que se determina la factibilidad de la aplicación de este proyecto

### 7.5.6. Periodo de Recuperación de la Inversión

El periodo de recuperación de la inversión es del 2,88%, a los tres años, se recupera en su totalidad la inversión del proyecto al obtener un flujo positivo del proyecto.

## 7.6. Índices Financieros

### 7.6.1. Liquidez

La empresa tiene una razón corriente inicial de 37,44, es decir que cuenta con - 37,44 dólares de activo por cada dólar de pasivo, en otras palabras, por cada dólar de deuda tiene 37,44 dólares de activo para cubrir dicha deuda. Esto se da por los gastos efectivos realizados durante el primer año. De manera gradual, el índice aumenta hasta llegar a \$ 81,06 en el año quinto. Lo que se traduce en que la Escuela de pesca Marlin Bay Fishing School, si cuenta con la liquidez adecuada para cubrir sus responsabilidades adquiridas.

Tabla 32: Índices Financieros

INDICES FINANCIEROS						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Liquidez	\$ -	\$ 35,62	\$ 48,28	\$ 59,00	\$ 68,21	\$ 76,27
Capital de trabajo	\$ 390.039,12	\$ 743.844,72	\$ 1.091.303,68	\$ 1.449.075,80	\$ 1.815.030,06	\$ 2.186.935,84
Endeudamiento	70,00%	55,65%	41,76%	28,07%	14,59%	1,31%
ROI		16,7%	16,6%	17,3%	18,0%	18,5%
ROE		37,72%	28,43%	24,06%	21,04%	18,77%
Rotacion de activos		1,09	1,06	1,05	1,04	1,04

### 7.6.2. Endeudamiento

El nivel de endeudamiento inicial es del 70% en el primer año, lo que indica que, por cada dólar de la empresa en activos debe 70 dólares. Es importante recalcar que el índice disminuye al quinto año a 1,23% porque el proyecto es rentable y genera ingresos que permiten cubrir estos valores.

### 7.6.3. Rentabilidad

De acuerdo con este indicador se registra una rentabilidad del 37,72% en el primer año, en el segundo se obtiene un 28,43%, en el tercero 24,06%, en el cuarto 21,04% hasta llegar a un 18,77% en el quinto año, por lo que se puede deducir que por dólar de patrimonio de la empresa se obtiene 17 dólares de ganancia.

#### **7.6.4. Política Financiera**

La política financiera es que los dividendos no se repartirán durante los primeros 5 años del proyecto por decisión de los socios, por lo cual no se cuenta con dividendos en el Excel del proyecto.

#### **7.6.5. Política de Inventarios**

Dentro de la política de inventarios se establece que los insumos, mercaderías y materiales a ser utilizados en el desarrollo de las actividades de pesca deportiva serán inventarios de acuerdo a su ciclo de vida, por lo que la empresa realizará importaciones una vez al año, para suplir estas necesidades. Debido a que existen productos (sedal, carretes y caña de pescar) que tienen un tiempo de vida útil muy corto

#### **7.6.6. Actividad**

En cuanto a la rotación de activos que se realiza en la empresa, esta refleja un índice promedio de 1,11% anual, es decir que la empresa tarda en promedio 1 día en recuperar su cartera. Estos resultados son aceptables considerando los 30 días de crédito otorgados a los clientes como política de la empresa.

## 8. Conclusiones Generales

- La puesta en marcha de una escuela de pesca deportiva con equipos y materiales de la marca Bass Pro Shop de Estados Unidos, es un proyecto viable, debido a que el mercado nacional ecuatoriano no tiene un mercado de turismo dedicado a esta área, con asesoramiento integral en cuanto al asesoramiento de las técnicas más frecuentes de pesca y por lo general no existe en el mercado quienes enseñen técnicas básicas para principiantes en lo que tiene que ver con el manejo de la caña de pescar, aparejos de pesca, uso de la vestimenta adecuada, y de cómo conducirse dentro de un bote de pesca.
- El mercado meta seleccionado representa una oportunidad idónea para establecer este proyecto, puesto que los potenciales clientes son turistas nacionales y extranjeros y grupos de personas que quieren experimentar nuevas formas de diversión, ya sea en familia o en grupos de amigos, para salir de la rutina diaria
- La propuesta de valor pese a tener una fuerte inversión, es sostenible en el tiempo; dado que ninguna de las empresas presentes en el mercado tiene como giro de negocio ofrecer un servicio especializado en cuanto a la enseñanza de técnicas de pesca que incluyan como parte integral y final del curso una incursión en alta mar, poniendo en práctica lo aprendido en las aulas de clases de la Escuela Marlin Bay Fishing School.
- En relación a los costos de publicidad, estos son sustancialmente bajos por las páginas virtuales como son las redes sociales y canales directos de publicidad bajo la línea que es el boca a boca.
- La importación de comercializar la venta de conocimientos sobre pesca deportiva con instructores especializados en la temática incrementa el precio de los servicios, por lo que el proyecto es viable, e incluso, se podría tener más éxito si se trabaja con las operadoras de turismo internacionales ofertando paquetes promocionales, para que quienes visiten Ecuador, reciban las clases en la Escuela de pesca.
- Una vez realizado el análisis financiero, se puede concluir que la inversión para poner en marcha el negocio es bastante alta \$1.585.951,09, pero con la



salvedad que desde el segundo año ya se empieza a tener utilidad, lo cual cubra la inversión inicial. En sí, los costos operacionales son altos. El mayor rubro se encuentra en los materiales, equipos de pesca e insumos, vehículos, gastos de importación que debe conseguir la empresa de los productos.

- Se concluye que el proyecto es factible por la aceptación del mismo en el mercado y de su propuesta de valor. Lo que se demuestra en el estudio financiero efectuado para evaluar la viabilidad del plan de negocios.

## 9. Glosario de términos

- Aparejo de pesca: Los aparejos son la combinación de anzuelos, plomos, pivotes o señuelos que atas en la punta de tu línea para pesca. También puedes agregar un flotador o corcho, o en algunos casos, un segundo anzuelo.
- Caña de pescar: Utensilio fundamental para la pesca de lanzado consistente en un mecanismo provisto de engranajes y cojinetes que al accionar una manivela hace girar una bobina que va recogiendo el hilo de pesca. Lleva adosado una especie de tornillo que al apretarlo o aflojarlo actúa como freno.
- Casting: Técnica de pesca deportiva muy utilizada por personas que gustan de este deporte
- Trawling: Técnica de pesca deportiva que se realiza a través de una caña de pescar sujeta por una persona mientras la embarcación se encuentra en movimiento
- Bass Pro Shop: Establecimiento dedicado a la venta de artículos de pesca deportiva
- Cámara de Turismo: Organismo que regula las actividades turísticas de un determinado sector, en este caso Manabí
- El riesgo país es el grado de probabilidad de que un país incumpla con sus obligaciones en moneda extranjera, de su calificación depende, en gran medida, la inversión extranjera directa a cada nación y en consecuencia su desarrollo económico y social.
- GAD: Gobierno Autónomo Descentralizado
- Son valores estadísticos que muestran el comportamiento de la economía. Estos ayudan a analizar y prever el comportamiento de la misma.
- Conjunto de elementos o útiles empleados. Dependiendo del tipo de pesca se emplean u otros, aunque hay algunos que son genéricos.
- El softball. El softball es un deporte de equipo, cuyos protagonistas principales, son el pitcher y el bateador. El pitcher, también llamado lanzador, es considerado un jugador defensivo, cuya función es enviar el balón con un

lanzamiento de mano, hacia la posición del bateador, que deberá contestarla con el bate.

- Contaminación ambiental a la presencia en el ambiente de cualquier agente (físico, químico o biológico), o bien de una combinación de varios agentes en lugares, formas y concentraciones tales que sean o puedan ser nocivos para la salud, la seguridad o para el bienestar de la población,
- Las Tecnologías de la Información y la Comunicación, también conocidas como TIC, son el conjunto de tecnologías desarrolladas para gestionar información y enviarla de un lugar a otro
- Evinrude Outboard Motors es una empresa estadounidense que construye una importante marca de motores fueraborda para embarcaciones.
- RUC: Registro Único de Contribuyente
- El Wahoo es un pez azul marino de la familia scombridae que se puede encontrar en los mares tropicales y subtropicales de todo el globo.
- Flujograma: Es la representación gráfica de un algoritmo o proceso. Se utiliza en disciplinas como programación, economía, procesos industriales y psicología cognitiva.
- Bass Pro Shops es una marca dirigida a quienes practican deportes al aire libre y disfrutan de los dones de la naturaleza, como la pesca de agua dulce, la pesca de agua salada, el canotaje, el camping, la caza y mucho más.

## Referencias

*Banco Mundial.* (2018). Obtenido de Dping Business:

<http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/china#enforcing-contracts>

AQUA, Sport Boats. (2017).

<https://deportes.mercadolibre.com.ar/acuaticos/motor-fuera-de-borda-aqua-marina>. Obtenido de

<https://deportes.mercadolibre.com.ar/acuaticos/motor-fuera-de-borda-aqua-marina>: <https://deportes.mercadolibre.com.ar/acuaticos/motor-fuera-de-borda-aqua-marina>

Ban Ecuador. (18 de Octubre de 2018).

<https://bancaelectronica.banecuador.fin.ec/>. Obtenido de

<https://bancaelectronica.banecuador.fin.ec/>:

<https://bancaelectronica.banecuador.fin.ec/>

Banco Central del Ecuador. (Febrero de 2018). *Cifras económicas del Ecuador.*

Obtenido de <https://www.bce.fin.ec/>:

<https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/CifrasEconomicas/cie201702.pdf>

Banco Central del Ecuador. (2018). *Declaraciones SRI: Ventas e ingresos por*

*CIIU*. Obtenido de <https://declaraciones.sri.gob.ec/saiku-ui/>

Banco Mundial. (2015). *Alta tecnología como % de exportaciones*. Obtenido de

<http://data.worldbank.org/indicator/TX.VAL.TECH.MF.ZS?locations=CN>

Banco Mundial. (2016). *Official exchange rate (LCU per US\$, period average):*

*China*. Obtenido de

[https://data.worldbank.org/indicator/PA.NUS.FCRF?end=2016&locations=CN&start=1994&year\\_low\\_desc=false](https://data.worldbank.org/indicator/PA.NUS.FCRF?end=2016&locations=CN&start=1994&year_low_desc=false)

Banco Mundial. (2017). *Doing Business Ecuador*. Obtenido de

<http://espanol.doingbusiness.org/data/exploreconomies/ecuador>

BCE. (2017). *Riesgo País*. Obtenido de

[https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=riesgo\\_pais](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=riesgo_pais)

s

- Business News Daily. (2017). Obtenido de What Is a PEST Analysis?:  
<http://www.businessnewsdaily.com/5512-pest-analysis-definition-examples-templates.html>
- Chase, J. M. (12 de octubre de 2018). *J.P. Morgan Trust Company, National Association*. Obtenido de J.P. Morgan tops ranking of U.S. hedge-fund firms - MarketWatch.
- El Galeodan. (2017). *www.galeodan.com* . Obtenido de [www.galeodan.com](http://www.galeodan.com) :
- El Telegrafo. (6 de Octubre de 2018). <https://www.eltelegrafo.com.ec/>. Obtenido de <https://www.eltelegrafo.com.ec/>: <https://www.eltelegrafo.com.ec/>
- GFK. (2014). Obtenido de GFK Ecuador: <http://www.gfk.com/es-ec/>
- Guzman, S. (2018). [ecuadorbeaches.org/activities/sports-fishing/](http://ecuadorbeaches.org/activities/sports-fishing/). Obtenido de [ecuadorbeaches.org/activities/sports-fishing/](http://ecuadorbeaches.org/activities/sports-fishing/):  
[ecuadorbeaches.org/activities/sports-fishing/](http://ecuadorbeaches.org/activities/sports-fishing/)
- IEPI. (2016). *Reglamento* . Obtenido de [https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/reglamento\\_ley\\_propiedad\\_intelectual.pdf](https://www.propiedadintelectual.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2013/08/reglamento_ley_propiedad_intelectual.pdf)
- INEC. (2011). Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico NSE:  
[file:///C:/Users/Usuario/Downloads/111220\\_NSE\\_Presentacion.pdf](file:///C:/Users/Usuario/Downloads/111220_NSE_Presentacion.pdf)
- INEC. (2015). *Información Ambiental en Hogares*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/Hogares/Hogares\\_2015/DOCUMENTO\\_TECNICO\\_ENEMDU\\_MODULO\\_AMBIENTAL\\_2015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/Hogares/Hogares_2015/DOCUMENTO_TECNICO_ENEMDU_MODULO_AMBIENTAL_2015.pdf)
- INEC. (2016). Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2015/Presentacion\\_TIC\\_2015.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2015/Presentacion_TIC_2015.pdf)
- INEC. (2016). *Informe mensual inflación*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/Reporte\\_inflacion\\_201601.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/Reporte_inflacion_201601.pdf)
- INEC. (2016). *Tecnologías de la Información y Comunicaciones*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion\\_Tics\\_2016](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2016/170125.Presentacion_Tics_2016).

- INEC. (2017). *Inflación histórica*. Obtenido de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/Reporte\\_inflacion\\_201601.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2016/02/Reporte_inflacion_201601.pdf)
- INEN. (2017). *Costos por servicios*. Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/costos-y-responsables/>
- Kotler, P. (2013). *Fundamentos del Marketing*. México: Pearson.
- Mintzberg, J. (2011). *Análisis del entorno empresarial moderno, una mirada al crecimiento empresarial*. México D.F.: Mc.Kallisters.
- MIPRO. (2015). Obtenido de <http://www.normalizacion.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/PRTE-278.pdf>
- Mundo Constructor. (2017). Obtenido de *Proyecciones del sector constructor 2017: coyuntura nacional*: <http://mundoconstructor.com.ec/noticias/845-proyecciones-del-sector-constructor-2017-coyuntura-nacional.html>
- OECD. (Enero de 2017). *Country Risk Classifications*. Obtenido de <http://www.oecd.org/trade/xcred/cre-crc-current-english.pdf>: <http://www.oecd.org/trade/xcred/cre-crc-current-english.pdf>
- OMC. (2017). *Preferential Trade Arrangements*. Obtenido de <http://ptadb.wto.org/Country.aspx?code=218>
- Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura. (2017). *El desarrollo de la tecnología en el mundo.*, (pág. [www.un.org/es/](http://www.un.org/es/)). New York.
- Porter, M. (2009). *Estrategias competitivas*. México D.F.: Pirámide.
- Revista Líderes. (2016). *El 'e-commerce' dinamiza el intercambio de bienes en el país*. Obtenido de <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecommerce-tecnologia-internet-ecuador-ventas.html>: <http://www.revistalideres.ec/lideres/ecommerce-tecnologia-internet-ecuador-ventas.html>
- SENAE. (2012). *Nuevo Arancel Nacional de Importaciones*. Obtenido de [https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL\\_FINAL\\_1\\_DE\\_ENERO\\_R93.pdf](https://www.aduana.gob.ec/archivos/Boletines/2013/ARANCEL_FINAL_1_DE_ENERO_R93.pdf)
- SENAE. (2017). Obtenido de [http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt\\_server/ipt\\_flex/ipt\\_arancel.jsp](http://ecuapass.aduana.gob.ec/ipt_server/ipt_flex/ipt_arancel.jsp)
- SENAE. (2017). Obtenido de *Regímenes Aduaneros*: <https://www.aduana.gob.ec/regimenes-aduaneros/>

Trade Map. (2015). *Importaciones subpartida*. Obtenido de [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218|854370|6|1|1|1|1|2|1|1](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry.aspx?nvpm=3|218|854370|6|1|1|1|1|2|1|1)

Trade Map. (2016). *Importación al de subpartida Ecuador de subpartida 9405.10.00*. Obtenido de [http://www.trademap.org/Country\\_SelProductCountry\\_TS.aspx?nvpm=3|218|940510|6|1|1|1|2|1|2|1](http://www.trademap.org/Country_SelProductCountry_TS.aspx?nvpm=3|218|940510|6|1|1|1|2|1|2|1)

Transparency International. (2016). *Corruption Perception Index* . Obtenido de [https://www.transparency.org/news/feature/corruption\\_perceptions\\_index\\_2016](https://www.transparency.org/news/feature/corruption_perceptions_index_2016)

Vanegas, J. (2016). *Misión y Visión empresarial* . México: Mkallister.

Vergara Silva, C. (2015). *Identificación de Mercados: Guía básica para microempresarios*. Colombia: DG. Esp. Gerencia de Diseño.

World fishing network. (2017). [www.worldfishingnetwork.com/](http://www.worldfishingnetwork.com/). Obtenido de [www.worldfishingnetwork.com/](http://www.worldfishingnetwork.com/): [www.worldfishingnetwork.com/](http://www.worldfishingnetwork.com/)

## ANEXOS



## Anexo 1: Análisis del entorno externo PESTEL - Ecuador

### Político

FACTOR	IMPACTO
El índice de riesgo político que tiene el Ecuador según el Business Monitor Internacional en el 2017 es de 50,40, lo que implica que es inestable. (Business Monitor International, 2018)	Tiene un impacto negativo para la inversión de empresas extranjeras, para este proyecto se necesita la licencia de una marca posicionada en el mercado internacional, en el caso de la industria (actividades de pesca deportiva) lo que se busca es promover estas actividades generando más empleo para personas nativas de la zona de Bahía de Caráquez
Proceso de Importación mediante la plataforma ECUAPASS, políticas de facilitación al comercio internacional (Pro Ecuador, 2018)	Es un oportunidad para facilitar la importación de mercancías , y el trámite para nacionalizar las mismas será mucho más rápido , la industria se ve beneficiada directamente por el incremento de insumos para la realización de dichas actividades pesqueras
Gobierno ecuatoriano busca la promoción y publicidad dentro del marco de la actividad turística , mediante la concienciación entre comunidades aledañas y autoridades competentes	De esta manera se promueve a la industria de pesca deportiva no solo nacional pues Ecuador es una marca reconocida a nivel mundial , lo cual aporta de una manera muy significativa al turismo
Acción de las ordenanzas turísticas del GAD's de Manabí Control y conservación del recurso natural. (Gobiernos Autónomos Descentralizados (GAD) .2018)	Se crea una conciencia positiva del cuidado de los recursos naturales sobre los usuarios de este servicio , la industria de actividades de pesca deportiva está enfocada en políticas de catch and free lo cual genera un impacto positivo a la sociedad y al medio ambiente
El Cuerpo de Paz de los Estados Unidos opera un programa considerable en Ecuador, más de 100 empresas estadounidenses están haciendo negocios en Ecuador , también ayudan al desarrollo económico del Ecuador directamente a través del programa de la Agencia para el Desarrollo Internacional (USAID, 2018)	A pesar de no ser un número significativo de empresas estadounidenses radicadas en el Ecuador, estados unidos ayuda al desarrollo de la economía ecuatoriana, apoyando a diferentes sectores, apoyándonos en el cuerpo de Paz se genera una oportunidad para la industria de pesca deportiva ya que nuevas empresas con nuevos proyectos están entrando a Ecuador a emprender negocios que son sostenibles en los estados unidos
El uso de dispositivos de posicionamiento satelital debe ser obligatorio para todo tipo de embarcaciones incluso para las artesanales. Los Artículos 33 y 69 del borrador de la Ley de Pesca y Acuicultura (Ley de Pesca y Acuicultura)	Esta ventaja de poder colocar un GPS en cada embarcación otorga un sistema de seguridad única , se sabe que en caso de naufragios el sistema GPS es de gran ayuda para que la guardia costera acceda a rescatar a la tripulación

### Económico

FACTOR	IMPACTO
La Población Económicamente Activa del Ecuador es del 40% para marzo 2016. El Ecuador tiene un subempleo del 17.1% y un desempleo del 5.7%. (INEC, 2016), la realidad socioeconómica de las diferentes comunas costeras, que albergan a los cerca de 60 mil pescadores artesanales registrados en el país, no ha tenido un mejoramiento sustantivo en los últimos años.	Es una oportunidad para la empresa para generar empleo pues hay personas buscando trabajo y por ende se puede contribuir a la reactivación de la economía ecuatoriana, los pescadores artesanales son personas que están aptos para la navegación de embarcaciones pequeñas, para poder salir a sus faenas de pesca necesitan tener sus permisos y la licencia de marino para que la guarda marina permita la realización de dichas actividades.
Ecuador se ha mantenido con una inflación casi constante por los últimos 3 años entre un 3,8% a un 4%. (BCE, 2016)	El nivel de precios se mantiene constante lo cual hace a la industria de actividades de pesca deportiva se convierta competitiva en este caso se deberá implementar un factor diferenciador.
Ministerio de Turismo espera consolidar hasta el 2017 la ejecución de más de 30 proyectos turísticos provenientes de capitales nacionales y extranjeros, con una inversión que hasta el momento registra USD 1,600 millones (ministerio del turismo ,2016)	Esta actividad constituye un pilar del sector turístico en muchas zonas costeras donde, y aun así, pocos estudios se han llevado a cabo sobre los aspectos socioeconómicos de esta actividad. Estudios secundarios efectuados en zonas pesqueras demuestran que los ingresos derivados de la pesca recreativa son considerables, como por ejemplo: los ingresos directos en los sectores que proveen los elementos físicos que permiten realizar la actividad (aparejos, equipamiento de navegación y detección, cebos, etc.); o el empleo que de ello se deriva.
Gobierno Ecuatoriano promueve la creación de créditos para emprendimientos que dinamicen la	La industria de la pesca deportiva va de la mano con el sector turístico al apoyar una empresa en este sector el turístico que

economía del Ecuador y de esta manera fomentar la industria local. (Banecuador 2018)

es lo que se está destacando Ecuador últimamente se verá mejor posicionado a nivel internacional

## Social

FACTOR	IMPACTO
En los últimos años se creó conciencia sobre el impacto negativo que creo el ser humano en la entorno natural y como se debe empezar a realizar esos cambios positivos	Al tener clientes con esta mentalidad en la industria de pesca deportiva el impacto que genere dichas actividades será positiva frente al impacto medio ambiental
La pesca deportiva gana más adeptos en Manabí entre los habitantes de la zona y turistas que disfrutan de dicha actividad	Una ventaja que se vaya descubriendo nuevas zonas para poder esparcir a la industria de pesca deportiva y poder generar más experiencias
La principal actividad de las zonas costeras del país son la pesca , como negocio o como fuente de alimenticia para varios pobladores de las zonas costeras , es una experiencia que crece con generaciones	El principal socio estratégico para poder fomentar estas actividades son los pobladores de zonas pesqueras en el Ecuador ya que su día a día lo dedican a esta actividad
La mayoría de personas que practican pesca deportiva pagan alrededor de 250 \$ por salir a pescar en una embarcación , ciertas personas de la costa ecuatoriana acuden a este servicio pero hay un segmento mínimo que posee su propia embarcación para realizar pesca deportiva	Una clara oportunidad para determinar donde se encuentran la mayoría de personas que realizan actividades de pesca deportiva y poder elaborar diferentes servicios para poder satisfacer diferentes necesidades
Ecuador es un país que sirve de canal marítimo de redes de narcotráfico las mismas que son usadas por pescadores deportivos y artesanales , los llamado piratas o contrabandistas se dedican a dejar sin motores a las embarcaciones o cometer crímenes con tal de que no se descubra la ruta por la que se realiza el tráfico de drogas	Es una desventaja para las actividades pesqueras realizarlas en la madrugada o en horas de la noche ya que se ve truncada por este tipo de personas , no obstante el gobierno ecuatoriano y la guardia marina se encuentra trabajando en rutas que fueron descubiertas en los últimos años

## Tecnológico

FACTOR	IMPACTO
Ecuador ha incrementado la inversión en ciencia y tecnología en un 0.41 % del Producto Interno Bruto. (Ecuador universitario. 2012)	Los avances en términos de materiales para la elaboración de prendas de vestir, aislamiento térmico, comodidad y materiales, además de tecnologías que permiten la fabricación de mejores cañas de pescar, carretes, líneas y la fabricación de moscas con mejores características y un sinfín de otros equipos de apoyo a la práctica de este deporte.
Sistemas de control y seguridad turística en la ruta del sol (ministerio de turismo ,2017)	Una clara ventaja que puede ser aprovechada en las rutas donde se pesca es que contamos con apoyo de seguridad para los clientes
Biólogos marinos de las diferentes universidades del Ecuador realizan sus seguimiento de especies que se encuentran amenazadas en las costas ecuatorianas , el tiburón martillo es una de estas especies , la técnica usada para no causar estrés ni malestar al animal es pescarlos con una caña de pescar deportiva lo cual no genera lesiones ni impactos negativos para el estudio de dicha especie (La pesca va a la asamblea)	La pesca deportiva a desarrollado nuevas técnicas , biólogos marinos a nivel mundial acuden a pescadores deportivos profesionales para que pueden ser parte de estos nuevos estudios a estas especies , las técnicas usadas en este tipo de actividades son : Surfcasting : Pesca desde la orilla con carnada Trolling Fishing : Pesca desde una embarcación con carnada viva
El desarrollo de instrumentos electrónicos y de equipo de detección de peces ha llevado a una localización más rápida de los peces. (Organización de las Naciones Unidas para la Alimentación y la Agricultura )	La detección de peces mediante un sonar otorga una ventaja en cuanto costos, el uso apropiado del combustible vuelve a las embarcaciones capaces de mantenerse en el mar durante períodos prolongados.

## Anexo 2: Análisis del entorno externo de Estados Unidos

### Político

Factor	Impacto
Estados Unidos y Canadá están próximos a una tregua en su más irritante disputa: una antigua querrela en torno al salmón del Pacífico. (El Tiempo)	La demanda de salmón es muy codiciada a nivel mundial sabiendo que en la frontera de estos dos países es el lugar donde desovan , generar una tregua entre ambas naciones puede promover que la especie de salmón del pacifico vuelva ser abundante para que ambos países puedan organizar sus consumos de salmón de manera eficiente
Estados Unidos representa el 26% de las exportaciones no petroleras del Ecuador, haciéndolo un mercado atractivo en la creación de nuevas relaciones comerciales. (Santander, s/f)	Las relaciones comerciales de ambos países poseen características comerciales estables, donde su objetivo principal es seguir afianzando las negociaciones, fomentando al crecimiento de empresas PYMES en la comercialización de nuevos productos y servicios
ASA otorga a los 60 millones de pescadores de América una voz en las decisiones de política que afectan su capacidad de pescar de manera sostenible en los canales de nación a través de Keep America Fishing (ASA)	Esto es una manera de generar mejoras tanto para los pescadores como para el ecosistema , lo cual es algo positivo que puedan poner sus comentarios ante organismos que pueden realizar un cambio significativo para mejorar el sistema de pesca deportiva en Estados Unidos
Estados Unidos otorga a cada persona que desea pescar en ríos o lagunas una licencia con un límite de vigencia y un límite de peces que puede sacar, para practicar pesca en el mar se contabiliza por cierta cantidad de KG como se lo hace solo en Galápagos Ecuador referente a la pesca deportiva	La conciencia que genera ese tipo de documentos sobre la conserva de peces tanto en agua dulce y salada crea un equilibrio entre la sobrepoblación de algunas especies con fin de mantener el ecosistema equilibrado
Problemas entre pescadores industriales y pescadores deportivos determinan los escasos de peces para que todos puedan salir al agua y realizar sus actividades, Estados Unidos crea estaciones de pesca para los pescadores deportivos. (sport fishing )	La pesca por temporada otorga a ambas partes involucradas la misma oportunidad de generar una ganancia en el caso de los pescadores industriales y en el caso de los pescadores deportivos genera la misma emoción que se genera al momento de ir a pescar

### Económico

Factor	Impacto
Un dato relevante de Estados Unidos, se encuentra en sexto lugar el ranking de "DOING BUSINESS", compuesto por 190 países que tienen una apertura para las negociaciones comerciales (Datos macro, 2017).	Generar nuevas fuentes de negocios en países en vías de desarrollo , otorgara una inyección de capital para que la economía se dinamice y pueda estar generando ganancias a un país
La pesca deportiva genera un impacto económico anual total de \$ 115 mil millones, la pesca respalda más de 828,000 empleos y genera \$ 35 mil millones en salarios y \$ 15 mil millones en impuestos federales y estatales (worldfishingnetwork,2017)	Un negocio que genera ganancias significativas y fuentes de empleo lo cual otorga un gran aporte a la economía americana en la rama de servicios al aire libre como es la pesca deportiva

<p>Los impuestos especiales sobre los artes de pesca y el combustible de las lanchas motoras canalizan más de mil millones de dólares (según la Encuesta Nacional de Pesca, Caza y Recreación Asociada a la Vida Silvestre de 2011, realizada cada cinco años en nombre de la Asociación de Agencias de Pesca y Vida Silvestre por la Oficina del Censo y el Servicio de Pesca y Vida Silvestre de EE. UU. (ASA,2017)</p> <p>En términos de impacto económico, Florida tiene los números más altos en \$ 14.2 mil millones en ventas totales, apoyando 130,900 empleos, seguidos en orden por Texas, California, Luisiana y Carolina del Norte. (sport fishing ,2017)</p>	<p>Estos impuestos que se pagan por el uso de motores en el agua y combustibles están destinados netamente a reconstrucciones medio ambientales</p> <p>Florida tiene un impacto tan significativo por su condición geográfica , esta se la pueda comparar con Galápagos en Ecuador</p>
---	--

## Social

FACTOR	IMPACTO
<p>Cerca de 60 millones de pescadores gastan \$ 46 mil millones por año en equipo de pesca, transporte, alojamiento y otros gastos asociados con su deporte. A pesar de las dificultades económicas que enfrenta la economía de EE. UU. En los últimos cinco años; la cantidad total gastada en la pesca deportiva, que abarca aparejos, viajes y otros equipos, creció un cinco por ciento. (worldfishingnetwork,2017)</p> <p>De acuerdo con la Asociación Nacional de Artículos Deportivos, la pesca como una actividad de tiempo libre es más importante que jugar baloncesto o softball, andar en patineta, correr o hacer excursiones. (worldfishingnetwork,2017)</p> <p>El nivel de inmigrantes ha ido incrementado al pasar los años, con un promedio de 41.3 millones de personas al año 2013, representando un 13% de su población total (Datos macro, s/f)</p> <p>Estados unidos es uno de los países que más contamina a nivel mundial , no obstante su población tiene una idea de conserva medio ambiental que se puede esparcir por todo el mundo , la contaminación de estados unidos está dado en un gran porcentaje por sus industrias (Huella de Carbono )</p>	<p>Para la mayoría de estadounidenses la pesca es una actividad que no se puede dejar de hacer, es más un impacto social que se lleva de generación en generación las experiencias vividas se transmiten de una persona a otra.</p> <p>La industria de la pesca deportiva como tal crece en los estados unidos debido a la influencia que esta tiene entre los turistas y nacionales creciendo así un cinco por ciento el año pasado</p> <p>Un impacto positivo saber que la pesca puede ser más importante que jugar algún deporte es por la mentalidad y como es la sociedad en un país de primer mundo , también va de la mano con el factor anteriormente mencionado</p> <p>Estados Unidos es uno de los países con mayor diversidad cultural del mundo, el cual destaca sus rasgos sociales, geográficos, raciales etc.</p> <p>Es determinante saber que la comunidad estadounidense tiene ese tipo de conciencia de cuidado medio ambiental , lo cual se está implementado en los países en vías de desarrollo</p>

## Tecnológico

Factor	Impacto
<p>Estados Unidos destina su inversión para el desarrollo del conocimiento sobre la humanidad, cultura y la sociedad, gracias al uso de su gasto público y privado. (Banco Mundial, 2016).</p> <p>En la industria americana cada vez se ven innovaciones en todo ámbito , la pesca es uno de esos ,la realización de mejoras a técnicas e insumos hacen que el pescador disfrute de mejor manera su experiencia (worldfishingnetwork,2017)</p> <p>El uso de aparatos como drones hacen de la tecnología algo inimaginable, hoy en día, los cambios en la tecnología están cambiando rápidamente la faz de la pesca. (coloradoan ,2017)</p>	<p>Lo cual posiciona a los productos americanos como principales al momento de realizar una compra , es por esto que dedica tanto a la creación de tecnología</p> <p>Hoy en día se pueden disfrutar de diferentes tipo de pesca deportiva , esto se debe a la innovación en el equipo que se puede usar , esto hace que esta actividad tenga varias actividades a escoger y que el cliente encuentre la que más le agrade</p> <p>Algunas personas no lo ven como una manera de disfrutar de este deporte, es algo más personal, el uso drones está enfocado en la pesca industrial, para buscar cardúmenes desde el aire a menor costo.</p>

Los nuevos motores fuera de borda Evinrude E-TEC, desarrollados por la compañía canadiense Bombardier, prometen un funcionamiento ambientalmente amigable, junto a un mayor rendimiento en un menor espacio. (AQUA , 2017)

Gracias a los nuevos avances tecnológicos en motores fuera de borda , se está generando un impacto medioambiental positivo , una gran ventaja ya que el espacio que requiere uno de estos nuevos motores es menos al de los antiguos y no obstante la capacidad de fuerza es mucho mayor

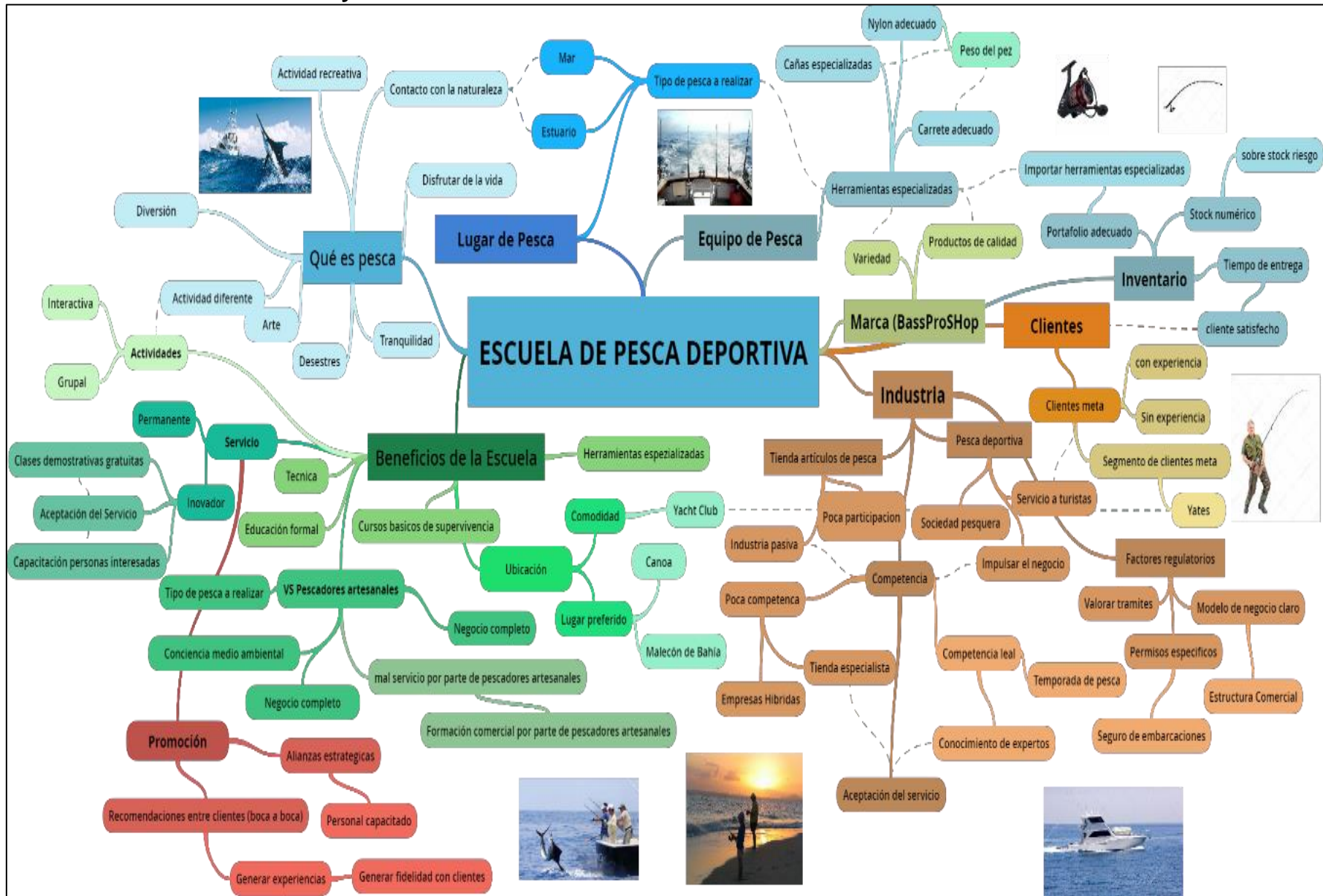
### Anexo 3. Segmento de Mercado

Sexo	Hombres		
Edad	¿Ha practicado o le gustaría practicar pesca deportiva en mar abierto?		
Etiquetas de fila	Sí	No	Total general
18-30	66,67%	7,41%	<b>74,07%</b>
31-40	11,11%	0,00%	<b>11,11%</b>
41-50	3,70%	0,00%	<b>3,70%</b>
Mas de 50	11,11%	0,00%	<b>11,11%</b>
Total general	<b>92,59%</b>	<b>7,41%</b>	<b>100,00%</b>

## Anexo 4. Matriz de Decodificación

CODIGO				
DIVERSION	ARTE	ACTIVIDAD DIFERENTE	DISTRACCION	
ACTIVIDAD RECREATIVA	DESESTRES	TRANQUILIDAD	ACTIVIDAD RECREATIVA	
DESESTRES	CONTACTO CON LA NATURALEZA	DISFRUTAR DE LA VIDA		
EDUCACION FORMAL	TECNICA	INTERACTIVIDAD	CURSOS BASICOS DE SUPERVIVENCIA	COMODIDAD ,YACHT CLUB
ARTE	BENEIFICO PARA CLIENTES	CLIENTES SIN EXPERIENCIA	TIPO DE PESCA A REALIZAR	LUGAR PREFERIDO , MALECON DE
CONCIENCIA MEDIO AMBIENTAL	PERSONAL ESPECIALIZADO	ESCUELA ESPECIALIZADA	LUGAR PREFERIDO,CANOA	
ACTIVIDAD INTERACTIVA	ACTIVIDADES EN GRUPO	ACEPTACION DEL SERVICIO	CAPTACION DE PERSONAS INTERESADAS	
SERVICIO INNOVADOR	MEJOR UN SERVICIO PERMANENTE	MAL SERVICIO POR PARTE DE PESCADORES	FORMACION COMERCIAL POR PARTE DE	
BARRERA ECONOMICA	BARRERA DISTANCIA	HERRAMIENTAS ESPECIALIZADAS		
NEGOCIO COMPLETO				
MAR ABIERTO				
ESTUARIO				
TIPO DE PESCA A REALIZAR	PESO DEL PEZ	CARRETE ADECUADO	CLIENTES CON EXPERIENCIA EN PESCA	DIVERSION
CAÑAS ESPECALIZADAS	ADECUADO USO	NYLON ADECUADO	CLIENTES SIN EXPERIENCIA	HERRAMIENTAS ESPECIALIZADAS,
MARCA RECONOCIDA	VARIEDAD DE EQUIPOS			
PRODUCTOS DE CALIDAD				
REDES SOCIALES				
<b>INDUSTRIA PASIVA</b>	NEGOCIO NO MUY CONOCIDO	EMPRESAS HIBRIDAS	FALTA DE RECONOCIMIENTO	DARSE A CONOCER
POCA PARTICIPACION EN EL MERCADO	POCA COMPETENCIA	TIENDA ESPECIALISTA	ANALIZAR EL MERCADO	SOCIEDAD PESQUERA
SERVICIO A TURISTAS	IMPULSAR EL NEGOCIO	ATRATIVOS TURISTICOS	CONOCIMIENTO DE EXPERTOS	COMPETENCIA LEAL
CLIENTE FACTIBLE	CLIENTES SIN EXPERIENCIA	CLIENTES CON EXPERIENCIA EN PESCA	SEGMENTO DE CLIENTES META-YATES	PERSONAL ESPECIALIZADO
PORCENTAJE ALTO DE CLIENTES	CLIENTES META	ACEPTACION DEL SERVICIO	NO DESCUENTOS	
STOCK NUMERICO	VENTA PRONTO PAGO	IMPORTAR HERRAMIENTAS ESPECIALIZADAS	CLIENTES SATISFECHOS	SOBRE STOCK ES EL MAYOR RIESGO
PORTAFOLIO ADECUADO	NUEVA ADQUISICION TERMINADA	INFORMACION SOBRE EL PRDUCTO QUE VA ADQUIRIENDO	TIEMPOS DE ENTREGA	
CLIENTES SIN EXPERIENCIA	GENERAR EXPERIENCIAS			
CURSOS BASICOS DE SUPERVIVENCIA	EMBARCACIONES OPTIMAS			
VALORAR TRAMITES Y PERMISOS	PERMISOS ESPECIFICOS	MODELO DE NEGOCIO CLARO	SEGURO DE EMBARCACIONES	
ESTRUCTURA COMERCIA	INDUSTRIA PASIVA	EMBARCACIONES OPTIMAS	RIESOGO IMPREVISTOS	
RECOMENDACIONES ENTRE CLIENTES META	REDES SOCIALES	ALIANZAS ESTRATEGICAS		
GENERAR EXPERIENCIAS	MARKETING			
UBICACIÓN PRECISA	FIDELEIDAD CON EL CLIENTE	120-250	HERRAMIENTAS ESPECIALIZADAS,CAÑAS,	
CONOCIMIENTO DE EXPERTOS	GENERAR EXPERIENCIAS	PORTAFOLIO ADECUADO		

## Anexo 5. Análisis cualitativo y cuantitativo



Anexo 6. Linfografía







## PRECIO

### Descripción del servicio:

La escuela de pesca deportiva está dedicada a enseñar y perfeccionar las técnicas más utilizadas en el mar, mediante la adquisición de artículos de pesca de la marca Bass Pro Shop, por esto se ha determinado este tipo de precios contando con los beneficios que el paquete conlleva: Uso de equipos e implementos para pesca y clases teóricas.

1. ¿A qué precio dentro de \$1200 a \$1300 consideraría este producto como muy barato que le haría dudar de su calidad y no comprarlo?

2. ¿A qué precio dentro de \$1200 a \$1300 consideraría este producto como barato y aun así lo compraría?

\_\_\_\_\_ ¿A qué precio dentro de \$1200 a \$1300 consideraría este producto como caro y aun así lo compraría?

\_\_\_\_\_ ¿A qué precio dentro de \$1200 a \$1300 consideraría este producto como muy caro como para comprarlo?

\_\_\_\_\_ ¿Cuál es el precio justo que consideraría usted para este producto?

## PLAZA

1. ¿De qué manera le gustaría inscribirse en el programa de pesca deportiva?

En línea en la página web de la escuela

Directamente en la escuela

Adquirirla mediante la asociación con paquetes turísticos

2. ¿En qué lugar de Bahía de Caráquez le gustaría encontrar la escuela de pesca?

Yacht Club de Bahía

Malecón de la ciudad

Playa Canoa

## PROMOCIÓN

1. ¿Qué red social es la que más utiliza?

Facebook

Twitter

Snapchat

Instagram

2. ¿Por qué medio de comunicación se entera usted de nuevos servicios?

Internet

Televisión

Radio

Correo Postal

3. ¿Las redes sociales le han ayudado al descubrimiento de nuevas actividades al aire libre como la pesca deportiva?

Sí

No

4. ¿Mediante qué medio le gustaría obtener información de todos los beneficios la escuela de pesca deportiva?

Televisivos

Internet

## Demográficas

### 1. Sexo

Femenino

Masculino

### 2. Edad

18-30

31-40

41-50

50 o más

### 3. ¿En qué ciudad habita?

Quito

Guayaquil

Manta

Cuenca

### 4. ¿Cuáles son sus ingresos mensuales?

Menos de 375\$

501-700\$

Más de 1000\$

376-500\$

701-1000\$

## Segmento de mercado

1. ¿Cuántas personas suelen acompañarle a pescar?

Ninguna

De dos a tres

Más de tres

2. ¿A cuántas Jornadas, Campeonatos o Eventos Deportivos relacionados con la pesca acude al cabo del año?

Ninguna

Unas 2 al año

Más de 3 al año

3. ¿Cuántos días (incluyendo fines de semana) emplea en pescar al año, exceptuando jornadas, campeonatos y eventos especializados?

De 5 a 10 días

De 10 a 20 días

Más de 20 días

4. Marque con una X una de las opciones de la distancia que realiza para el desplazamiento:

De 0 a 50 km

De 50 a 100 km

De 200 a 300 km

Más de 300 km

5. ¿Suele alojarse o pernoctar durante la jornada de pesca?

Sí, una noche

Sí, unas dos noches

No, no pernocto

**6. ¿Suele comer en algún restaurante cercano durante la jornada de pesca?**

Si, habitualmente como en las cercanías

No, habitualmente llevo comida de casa

## **Anexo 8. Grupo Focal - Entrevistas**

### **Grupo focal – Preguntas**

(Inicio de la conversación con temas actuales: gustos, hobbies, evitar temas políticos, religiosos o deportivos.)

- ¿Qué les gusta hacer en su tiempo libre?
- Si yo les digo Pescar... ¿Qué es lo primero que se les viene a la mente?
- ¿A qué les remite el concepto de Escuela de pesca deportiva?
- ¿En qué lugar les gusta pescar más en el mar, o estuario?

Uso de artículos para realizar esta actividad (pesca deportiva)

- A nivel personal, ¿Usa algún tipo de caña especial para pescar? ¿Cuáles?
- ¿Para qué? ¿Por qué sí? ¿Por qué no?
- ¿Conoce o ha escuchado sobre marcas que venden este tipo de artículos para realizar esta actividad?

### **Beneficios**

- ¿Qué busca usted al momento de escribirse en una escuela de pesca deportiva?
- ¿Qué opinión tiene sobre los productos de la marca Bass pro Shop para realizar esta actividad, que le faltan, qué características debería tener estos?

### **Elección del consumidor**

- ¿Dónde le gustaría adquirir este servicio? ¿Por qué?
- ¿Por qué escogería aprender en una escuela de pesca deportiva y no con un pescador que pueda brindar este servicio?

### **Conocimiento de aceptación del precio del producto**

- ¿Cuánto asigna de presupuesto para la adquisición de este tipo de servicios, sin contar con los beneficios que brinda esta escuela?
- ¿Cree que este servicio tienen un precio accesible para adquirirlo?

### **Factores que toman en cuenta los consumidores**

- ¿Cómo preferirían que las actividades de esta escuela fueran realizadas?  
¿Porque?
- ¿Conoce los productos que ofrece Bass Pro Shop?
- ¿Si los productos de esta marca fueran parte de este servicio las usaría?
- ¿Porque?

### **Medios de promoción y aceptación de los consumidores**


- ¿Por qué medios usted se entera de nuevos servicios relacionados con la pesca deportiva? Redes sociales, medios de comunicación, internet, volantes,
- ¿Considera importante conocer el producto mediante la participación en clases demostrativas? ¿Por qué?
- ¿Optaría por asistir a clases demostrativas gratuitas sobre el uso este servicio?

### **Fin de sesión**

- ¿Qué piensan de este servicio?
- ¿Cuáles son las principales barreras para usar este servicio?
- ¿Usted estaría dispuesto a ser parte de la escuela de pesca deportiva?

Para terminar, ¿Algún otro comentario que quieran agregar?

## Anexo 9: Cotización de Importación

<b>COTIZACIÓN REF: 18-019-MIAMI LCL</b>			
<i>Ciente: GUIDO PAZMIÑO</i>			
<i>Empresa:</i>	MARLING BAY FISHING SCHOOL	<i>Destino:</i>	ECUADOR
<i>Origen:</i>	USA	<i>POD:</i>	GUAYAQUIL
<i>POL:</i>	MIAMI	<i>T. TRANSITO:</i>	8 DÍAS APOX
<i>Terms:</i>	FOB	<i>DÍAS LIBRES:</i>	-
<i>Descripción de la Carga.-</i>		<i>VALIDEZ OFERTA:</i>	14/12/2018
<i>Producto:</i>	VARIOS		
<i>Medidas Totales.-</i>			
<i>Peso (Lb):</i>	-		
<i>Peso (Kg):</i>	20 ton		
<i>Peso Vol (Kg):</i>	-		
<i>Cbm:</i>	1x20		
<i>Tons:</i>	-		
<i>Carga:</i>	FCL		
<b>Descripción</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>1. GASTOS EN ORIGEN</b>			
FLETE MARITIMO INTERNACIONAL	<b>USD</b>	\$ 1.600,00	\$ 1.600,00
<b>3. GASTO LOCALES (VALORES + IVA)</b>			
		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
		<b>POR CONTENEDOR</b>	
		<b>/BL</b>	
SERVICIOS LOGISTICOS	<b>USD</b>	\$ 450,00	\$ 450,00
ADMINISTRATIVOS	<b>USD</b>	\$ 198,00	\$ 198,00
TRANSMISIÓN	<b>USD</b>	\$ 55,00	\$ 55,00
BL	<b>USD</b>	\$ 65,00	\$ 65,00
THC	<b>USD</b>	\$ 175,00	\$ 175,00
POLIZA DE SEGURO 0.35% FOB+FLETE	<b>USD</b>	\$ 2.777,14	\$ 2.777,14
COSTO LOCAL 6% DE GASTOS EN ORIGEN USD 45 MINIMO	<b>USD</b>	\$ 45,00	\$ 45,00
<b>3. TRAMITE DESPACHO (VALORES + IVA)</b>			
		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
HONORARIOS DE AGENTE DE ADUANA	<b>USD</b>	\$ 235,00	\$ 235,00
<b>4. LOGISTICA INTERNA</b>			
		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
TRANSPORTE NACIONAL GUAYAQUIL-BAHIA DE CARAQUEZ 1X20	<b>USD</b>	\$ 550,00	\$ 550,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.150,14</b>
<b>COTIZACIÓN REF: 18-019-MIAMI LCL</b>			
<i>Ciente: GUIDO PAZMIÑO</i>			
<i>Empresa:</i>	MARLING BAY FISHING SCHOOL	<i>Destino:</i>	ECUADOR
<i>Origen:</i>	USA	<i>POD:</i>	GUAYAQUIL
<i>POL:</i>	MIAMI	<i>T. TRANSITO:</i>	8 DÍAS APOX
<i>Terms:</i>	FOB	<i>DÍAS LIBRES:</i>	-
<i>Descripción de la Carga.-</i>		<i>VALIDEZ OFERTA:</i>	14/12/2018
<i>Producto:</i>	VARIOS		
<i>Medidas Totales.-</i>			
<i>Peso (Lb):</i>	-		
<i>Peso (Kg):</i>	1000,00		
<i>Peso Vol (Kg):</i>	-		
<i>Cbm:</i>	8,00		
<i>Tons:</i>	-		
<i>Carga:</i>	LCL		
<b>Descripción</b>		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
<b>1. GASTOS EN ORIGEN</b>			
		<b>POR M3/POR TONELADA</b>	<b>TOTAL</b>
FLETE MARITIMO INTERNACIONAL	<b>USD</b>	\$ 45,00	\$ 360,00
EFAF + BL EN ORIGEN	<b>USD</b>	\$ 55,00	\$ 55,00
VGM	<b>USD</b>	\$ 45,00	\$ 45,00
<b>2. GASTO LOCALES (VALORES + IVA)</b>			
		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
		<b>POR M3/POR TONELADA</b>	<b>MINIMO</b>
SERVICIOS LOGISTICOS	<b>USD</b>	\$ 28,00	\$ 150,00
ADMINISTRATIVOS	<b>USD</b>	\$ 55,00	\$ 55,00
TRANSMISIÓN	<b>USD</b>	\$ 65,00	\$ 65,00
BL	<b>USD</b>	\$ 55,00	\$ 55,00
COSTO LOCAL 6% DE GASTOS EN ORIGEN USD 30 MINIMO	<b>USD</b>	\$ 30,00	\$ 30,00
<b>3. TRAMITE DESPACHO (VALORES + IVA)</b>			
		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
HONORARIOS DE AGENTE DE ADUANA	<b>USD</b>		
<b>4. LOGISTICA INTERNA</b>			
		<b>VALOR UNITARIO</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
TRANSPORTE NACIONAL GUAYAQUIL-BAHI DE CARAQUEZ	<b>USD</b>	\$ 550,00	\$ 550,00
		<b>TOTAL</b>	<b>\$ 1.365,00</b>
















CALCULO DE IMPUESTOS MARLIN BAY

FOB	791.508,57	
Flete	1.960,00	980
Seguro	2.777,14	1388,57
CIF	796.245,71	

UNIDADES	Partidas	%Adval.	Descripción	FOB	Flete	Seguro	CIF	IMPUESTO	BASE IVA	IVA	FODINFA	TOTAL IMPUESTOS
179	(950710000) (950790100) (950730000)(890310000)	30%	ARTICULOS DE PESCA	791.508,57	1.960,00	2.777,14	796.245,71	238.873,71	1.038.100,65	124.692,08	3.981,23	367.547,02
				791.508,57	1.960,00	2.777,14	796.245,71	238.873,71	1.038.100,65	124.692,08	3.981,23	367.547,02
				<b>PROBABLES IMPUESTOS 367.547,02</b>								

**Anexo 10: Catálogo de productos**

ARTICULO	IMAGEN	ARTICULO	IMAGEN
Fishing Gloves Full Finger Neoprene PU Breathable Leather Fitness Winter Fishing		Fishing Gloves Full Finger Neoprene PU Breathable Leather	
Fishing Gloves Full Finger Neoprene PU Breathable Leather		Goture 2 Cut Fingers Fishing Gloves Anti-slip Waterproof Size L	
Goture 500M Braided Fishing Line 8 STRANDS Super Strong Saltwater		Línea de pesca de nylon 300M Línea de pesca de espiral de PE	
KastKing Sharky III Spinning Fishing Reel Saltwater Sea Fishing		KastKing Sharky III Spinning Fishing Reel Saltwater Sea Fishing	
Sougayilang Ultralight Lure Fishing Rod 2.1m/7ft Boat Sea Rod Carp		"Kamikaze ""OCTOPUSSY"" Bug Lures 5 Pack 165mm"	
5F69 9913 HOT 10x Hairy Sabiki Rigs Rig Feathered Fishing Lure		Mustad Freshwater & Black Nickel Treble Hooks - Pike Perch Bass	
Mustad Freshwater & Black Nickel Treble Hooks - Pike Perch Bass		Black Cat Treble Hooks - Catfish Pike Lures Sea Coarse Fishing	

<p>Black Cat Treble Hooks - Catfish Pike Lures Sea Coarse Fishing</p>		<p>Black Cat Treble Hooks - Catfish Pike Lures Sea Coarse Fishing</p>	
<p>Abu Garcia Precision Fishing Reel Oil 1oz / 29.57ml Bottle - 1368792</p>		<p>3, 60M Cañas de Pescar Set Caña + Carrete Tele Spin Barra Telescópica</p>	
<p>Saltwater fishing rods 50-80LB fishing poles fishing</p>		<p>Carp Fishing 3 + 3 Michigan Rod &amp; Reel Padded Holdall Tackle Bag</p>	
<p>Outdoor Fishing Hunting Vests Life Vest for fishing clothing vests</p>		<p>2018 Men Multi Pocket Camera Outdoor Travelers Fishing Working</p>	
<p>New Men's Multi Pocket Camera Outdoor Travelers Fishing Working</p>		<p>100Pcs Fishing Connector Ball Barrel Bearing Swivel Solid Ring</p>	
<p>4 Pcs Hard Metal Fishing Lures Small Minnow Lure Bass Crank Bait</p>		<p>Okuma competition 5'6" Fishing Baitcast Rods L M Rod Power</p>	
<p>Bass Pro Shops Extreme Spinning Reel. Right Handed - EXS20 New In</p>		<p>MAKO BOAT 284 CC W/TWIN 200 XL</p>	
<p>MAKO BOAT 334 CC Sportfish Edition</p>		<p>MAKO BOAT 284 CC Family Edition</p>	
<p>G.100m/s EGX Inshore casting rod</p>		<p>Offshore Angier Gold Cup inshore</p>	
<p>Starting at</p>		<p>Fly Fishing Tool Zinger Retractor Retractable Reel Holder Key Chain</p>	

## Anexo 11: Empréstito Bancario – C.F.N.

Escriba los valores	
Importe del préstamo	\$1.110.165,76
Interés anual	11,83 %
Período del préstamo en años	5
Número de pagos anuales	12
Fecha inicial del préstamo	01/12/2018
Pagos extra opcionales	

Resumen del préstamo	
Pago programado	\$24.599,76
Número de pagos programados	60
Número real de pagos	60
Total de adelantos	\$0,00
Interés total	365819,81

Entidad financiera: **CORPORACION FINANCIERA NAC**

Pago Nº	Fecha del pago	Saldo inicial	Pago programado	Pago extra	Pago total	Capital	Intereses	Saldo final
1	01/01/2019	\$1.110.165,76	\$24.599,76		\$24.599,76	\$13.655,38	\$10.944,38	\$1.096.510,38
2	01/02/2019	\$1.096.510,38	\$24.599,76		\$24.599,76	\$13.789,99	\$10.809,76	\$1.082.720,39
3	01/03/2019	\$1.082.720,39	\$24.599,76		\$24.599,76	\$13.925,94	\$10.673,82	\$1.068.794,45
4	01/04/2019	\$1.068.794,45	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$14.063,23	\$10.536,53	\$1.054.731,22
5	01/05/2019	\$1.054.731,22	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$14.201,87	\$10.397,89	\$1.040.529,35
6	01/06/2019	\$1.040.529,35	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$14.341,87	\$10.257,89	\$1.026.187,48
7	01/07/2019	\$1.026.187,48	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$14.483,26	\$10.116,50	\$1.011.704,22
8	01/08/2019	\$1.011.704,22	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$14.626,04	\$9.973,72	\$997.078,18
9	01/09/2019	\$997.078,18	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$14.770,23	\$9.829,53	\$982.307,95
10	01/10/2019	\$982.307,95	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$14.915,84	\$9.683,92	\$967.392,10
11	01/11/2019	\$967.392,10	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$15.062,89	\$9.536,87	\$952.329,22
12	01/12/2019	\$952.329,22	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$15.211,38	\$9.388,38	\$937.117,84
13	01/01/2020	\$937.117,84	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$15.361,34	\$9.238,42	\$921.756,50
14	01/02/2020	\$921.756,50	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$15.512,78	\$9.086,98	\$906.243,72
15	01/03/2020	\$906.243,72	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$15.665,71	\$8.934,05	\$890.578,02
16	01/04/2020	\$890.578,02	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$15.820,14	\$8.779,61	\$874.757,87
17	01/05/2020	\$874.757,87	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$15.976,10	\$8.623,65	\$858.781,77
18	01/06/2020	\$858.781,77	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$16.133,60	\$8.466,16	\$842.648,16
19	01/07/2020	\$842.648,16	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$16.292,65	\$8.307,11	\$826.355,51
20	01/08/2020	\$826.355,51	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$16.453,27	\$8.146,49	\$809.902,24
21	01/09/2020	\$809.902,24	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$16.615,47	\$7.984,29	\$793.286,77
22	01/10/2020	\$793.286,77	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$16.779,27	\$7.820,49	\$776.507,49
23	01/11/2020	\$776.507,49	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$16.944,69	\$7.655,07	\$759.562,80
24	01/12/2020	\$759.562,80	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$17.111,74	\$7.488,02	\$742.451,06
25	01/01/2021	\$742.451,06	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$17.280,43	\$7.319,33	\$725.170,64
26	01/02/2021	\$725.170,64	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$17.450,79	\$7.148,97	\$707.719,85
27	01/03/2021	\$707.719,85	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$17.622,82	\$6.976,94	\$690.097,03
28	01/04/2021	\$690.097,03	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$17.796,55	\$6.803,21	\$672.300,48
29	01/05/2021	\$672.300,48	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$17.972,00	\$6.627,76	\$654.328,48
30	01/06/2021	\$654.328,48	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$18.149,17	\$6.450,59	\$636.179,31
31	01/07/2021	\$636.179,31	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$18.328,09	\$6.271,67	\$617.851,21
32	01/08/2021	\$617.851,21	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$18.508,78	\$6.090,98	\$599.342,44
33	01/09/2021	\$599.342,44	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$18.691,24	\$5.908,52	\$580.651,20
34	01/10/2021	\$580.651,20	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$18.875,51	\$5.724,25	\$561.775,69
35	01/11/2021	\$561.775,69	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$19.061,59	\$5.538,17	\$542.714,10
36	01/12/2021	\$542.714,10	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$19.249,50	\$5.350,26	\$523.464,60
37	01/01/2022	\$523.464,60	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$19.439,27	\$5.160,49	\$504.025,33
38	01/02/2022	\$504.025,33	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$19.630,91	\$4.968,85	\$484.394,42
39	01/03/2022	\$484.394,42	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$19.824,44	\$4.775,32	\$464.569,98
40	01/04/2022	\$464.569,98	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$20.019,87	\$4.579,89	\$444.550,11
41	01/05/2022	\$444.550,11	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$20.217,24	\$4.382,52	\$424.332,87
42	01/06/2022	\$424.332,87	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$20.416,54	\$4.183,21	\$403.916,33
43	01/07/2022	\$403.916,33	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$20.617,82	\$3.981,94	\$383.298,51
44	01/08/2022	\$383.298,51	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$20.821,08	\$3.778,68	\$362.477,43
45	01/09/2022	\$362.477,43	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$21.026,34	\$3.573,42	\$341.451,10
46	01/10/2022	\$341.451,10	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$21.233,62	\$3.366,14	\$320.217,48
47	01/11/2022	\$320.217,48	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$21.442,95	\$3.156,81	\$298.774,53
48	01/12/2022	\$298.774,53	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$21.654,34	\$2.945,42	\$277.120,19
49	01/01/2023	\$277.120,19	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$21.867,82	\$2.731,94	\$255.252,37
50	01/02/2023	\$255.252,37	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$22.083,40	\$2.516,36	\$233.168,97
51	01/03/2023	\$233.168,97	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$22.301,10	\$2.298,66	\$210.867,87
52	01/04/2023	\$210.867,87	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$22.520,95	\$2.078,81	\$188.346,92
53	01/05/2023	\$188.346,92	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$22.742,97	\$1.856,79	\$165.603,94
54	01/06/2023	\$165.603,94	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$22.967,18	\$1.632,58	\$142.636,76
55	01/07/2023	\$142.636,76	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$23.193,60	\$1.406,16	\$119.443,16
56	01/08/2023	\$119.443,16	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$23.422,25	\$1.177,51	\$96.020,92
57	01/09/2023	\$96.020,92	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$23.653,15	\$946,61	\$72.367,76
58	01/10/2023	\$72.367,76	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$23.886,33	\$713,43	\$48.481,43
59	01/11/2023	\$48.481,43	\$24.599,76	\$0,00	\$24.599,76	\$24.121,81	\$477,95	\$24.359,61
60	01/12/2023	\$24.359,61	\$24.599,76	\$0,00	\$24.359,61	\$24.119,47	\$240,15	\$0,00

## Anexo 12: Flujo de efectivo

FLUJO DE EFECTIVO						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
<b>Actividades de operación</b>	\$ -	\$ 361.940,94	\$ 578.541,14	\$ 762.101,34	\$ 729.504,11	\$ 741.188,90
Utilidades neta		\$ 176.941,37	\$ 349.480,89	\$ 512.729,27	\$ 486.052,51	\$ 426.482,53
Depreciaciones		\$ 238.638,33	\$ 238.638,33	\$ 238.638,33	\$ 237.705,00	\$ 237.705,00
Incremento de pasivos a corto plazo		\$ 17.361,25	\$ 8.321,93	\$ 8.033,74	\$ (953,40)	\$ (2.498,63)
Incremento activos	\$ -	\$ (71.000,00)	\$ (17.900,00)	\$ 2.700,00	\$ 6.700,00	\$ 79.500,00
<b>Actividades de inversion</b>	\$ (1.195.911,97)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Activos fijos	\$ (1.195.911,97)	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
<b>Actividades de financiamiento</b>	1.585.951,09	-173.047,92	-194.666,77	-218.986,47	-246.344,41	-277.120,19
Deuda a largo plazo	1.110.165,76	-173.047,92	-194.666,77	-218.986,47	-246.344,41	-277.120,19
Dividendos		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Aporte de capital	\$ 475.785,33	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Incremento de efectivo	\$ 390.039,12	\$ 188.893,02	\$ 383.874,37	\$ 543.114,88	\$ 483.159,70	\$ 464.068,71
Efectivo inicial	0	\$ 390.039,12	\$ 578.932,14	\$ 962.806,51	\$ 1.505.921,38	\$ 1.989.081,08
<b>Efectivo final (flujo)</b>	\$ 390.039,12	\$ 578.932,14	\$ 962.806,51	\$ 1.505.921,38	\$ 1.989.081,08	\$ 2.453.149,79

## Anexo 13: Índices financieros

INDICES FINANCIEROS						
DETALLE	0	1	2	3	4	5
Liquidez	#DIV/0!	\$ 37,44	\$ 40,95	\$ 47,22	\$ 63,14	\$ 81,06
Capital de trabajo	\$ 390.039,12	\$ 632.570,89	\$ 1.026.023,33	\$ 1.558.404,47	\$ 2.035.817,57	\$ 2.422.884,91
Endeudamiento	70,00%	59,39%	43,39%	26,89%	13,41%	1,23%
ROI		11,0%	19,7%	24,7%	21,0%	17,4%
ROE		27,11%	34,87%	33,84%	24,29%	17,57%
Rotacion de activos		0,98	1,20	1,29	1,12	0,97

## Anexo 14: Flujo de caja del proyecto

FLUJO DE CAJA DEL PROYECTO						
Detalle	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Utilidad Neta		\$ 277.555,08	\$ 548.205,31	\$ 804.281,22	\$ 762.435,32	\$ 668.992,20
Depreciaciones		\$ 238.638,33	\$ 238.638,33	\$ 238.638,33	\$ 237.705,00	\$ 237.705,00
Pago de capital		\$ 173.047,92	\$ 194.666,77	\$ 218.986,47	\$ 246.344,41	\$ 277.120,19
Valor de salvamento						\$ 4.586,99
Recuperacion del capital de trabajo						\$ 390.039,12
<b>Inversion Inicial</b>						
Capital propio	\$ 475.785,33					
Deuda	\$ 1.110.165,76					
<b>FLUJO DEL CAJA DEL PROYECTO</b>	\$ (1.585.951,09)	\$ 343.145,49	\$ 592.176,87	\$ 823.933,08	\$ 753.795,90	\$ 1.024.203,11

TASAS DE DESCUENTO	
Tasa libre de riesgo	3,58%
Rendimiento de mercado	11,23%
Beta de la industria	1,20
Riesgo pais	7,56%
<b>Costo de capital CAPM</b>	<b>20,32%</b>
Tasa impositiva	36,25%
% deuda	70%
% capital propio	30%
Costo de deuda (Tasa de interes)	11,83%
<b>WACC</b>	<b>11,38%</b>

EVALUACION FINANCIERA		
Indicadores	Proyecto	Inversionista
VAN	\$ 883.464,73	\$ 789.057,45
TIR	28,41%	66,33%
PERIODO DE RECUPERACIÓN	2,59	2,45
IR	\$ 0,56	\$ 2,66



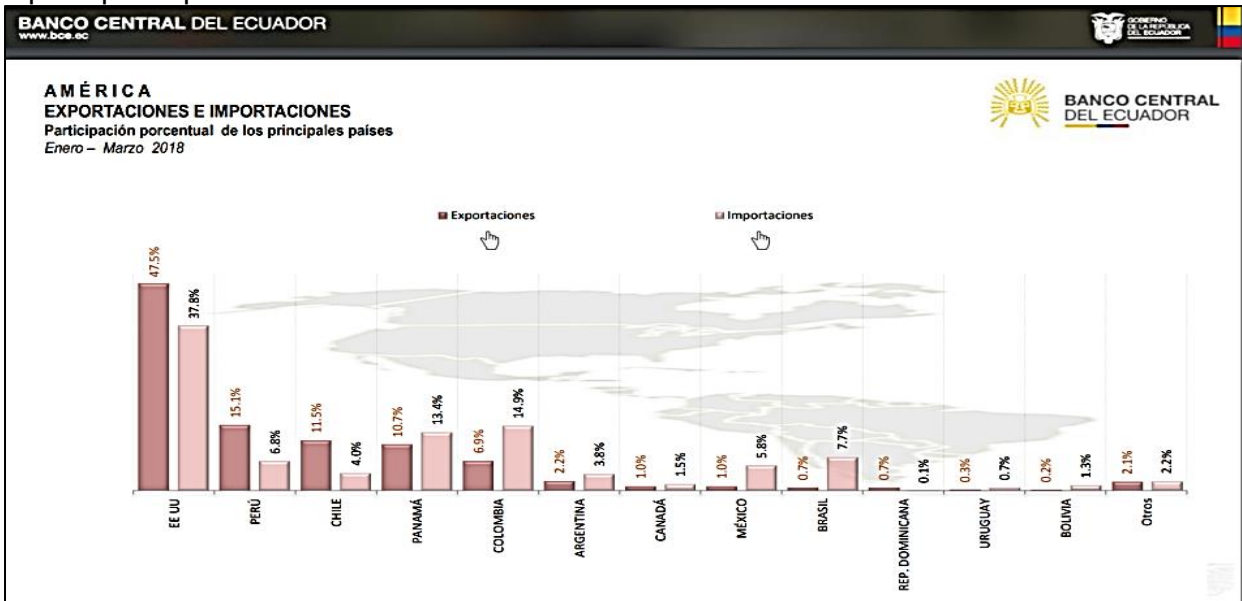
## Anexo 15: Importaciones de las 10 principales partidas arancelarias con EE.UU.

AMÉRICA (1 de 2)				AMÉRICA (1 de 2)					
Importaciones de las 10 principales partidas arancelarias				Importaciones de las 10 principales partidas arancelarias					
Toneladas métricas y FOB en miles de USD				Toneladas métricas y FOB en miles de USD					
Enero - Marzo 2018				Enero - Marzo 2018					
Partida	ESTADOS UNIDOS	TM	FOB	Part.	Partida	PANAMÁ	TM	FOB	Part.
		1,205,380.99	1,062,306.43	FOB			462,055.20	375,559.82	FOB
2710	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso	399,604.95	249,366.28	23.5%	2707	Aceites, demás productos de alquitranes de hulla.	205,635.16	143,550.28	38.2%
2707	Aceites, demás productos de alquitranes de hulla.	115,652.77	75,934.67	7.1%	2710	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso	206,700.29	126,769.59	33.8%
2711	Gas de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos.	130,858.67	73,762.34	6.9%	2711	Gas de petróleo y demás hidrocarburos gaseosos.	40,200.48	21,054.01	5.6%
8517	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles.	255.06	61,177.10	5.8%	(1) 3004	Medicamento(excepto partidas 30.02, 30.05 ó 30.06)	139.23	17,045.85	4.5%
2304	Tortas y demás residuos sólidos de soja (soya)	97,991.17	33,223.81	3.1%	8528	Monitores y proyectores; aparatos de televisión	230.89	4,837.79	1.3%
8471	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento	302.69	31,173.36	2.9%	6404	Calzado con suela y parte superior materia textil	166.15	4,821.52	1.3%
8443	Máquinas y aparatos para imprimir.	896.93	23,187.21	2.2%	8471	Máquinas automáticas para tratamiento o procesamiento	79.70	4,629.99	1.2%
3901	Polímeros de etileno en formas primarias.	15,447.62	20,434.50	1.9%	8517	Teléfonos, incluidos los teléfonos móviles.	56.23	3,659.35	1.0%
7204	Desperdicios y desechos de hierro o acero	60,427.02	19,739.07	1.9%	6402	Los demás calzados de suela, parte superior caucho	146.31	3,445.71	0.9%
3904	Polímeros de cloruro de vinilo o de otras olefinas	17,074.79	14,457.71	1.4%	8429	Topadoras, excavadoras y artículos similares.	521.98	3,194.71	0.9%
Otras		366,869.32	459,850.40	43.3%	Otras		8,178.78	42,551.01	11.3%

## Anexo 16: Exportaciones de las 10 principales partidas arancelarias con EE.UU.

AMÉRICA (1 de 2)				AMÉRICA (1 de 2)					
Exportaciones de las 10 principales partidas arancelarias				Exportaciones de las 10 principales partidas arancelarias					
Toneladas métricas y FOB en miles de USD				Toneladas métricas y FOB en miles de USD					
Enero - Marzo 2018				Enero - Marzo 2018					
Partida	ESTADOS UNIDOS	TM	FOB	Part.	Partida	PANAMÁ	TM	FOB	Part.
		2,225,363.38	1,426,410.79	FOB			831,024.20	319,926.44	FOB
2709	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	1,797,500.25	738,077.55	51.7%	2710	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso	586,837.82	207,279.47	64.8%
0803	Bananas o plátanos, frescos o secos.	247,819.25	136,446.94	9.6%	2709	Aceites crudos de petróleo o de mineral bituminoso	239,683.58	101,437.07	31.7%
0306	Crustáceos, vivos, frescos, congelados, secos	17,899.63	132,596.36	9.3%	(1) 3004	Medicamento(excepto partidas 30.02, 30.05 ó 30.06)	95.99	3,365.13	1.1%
0603	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos	18,014.38	118,718.24	8.3%	2309	Preparaciones utilizadas para alimentar animales.	1,424.23	1,365.82	0.4%
0304	Filetes y demás carne de pescado (incluso picada)	3,011.68	37,043.34	2.6%	1604	Preparaciones de pescado;caviar y sus sucedáneos	283.86	795.38	0.2%
7108	Oro en bruto, semilabrado o en polvo	0.99	35,236.85	2.5%	0603	Flores y capullos, cortados para ramos o adornos	112.78	460.39	0.1%
1604	Preparaciones de pescado;caviar y sus sucedáneos	6,003.56	33,036.03	2.3%	4410	Tableros de madera u otras materias leñosas.	674.89	452.84	0.1%
0302	Pescado fresco o refrigerado, excepto los filetes	3,532.22	26,975.85	1.9%	7321	Estufas, caldera, cocinas, otros de hierro o acero	89.00	407.23	0.1%
2710	Aceites de petróleo o de mineral bituminoso	56,320.57	19,454.35	1.4%	4820	Libros registro, agendas y artículos similares.	109.59	367.23	0.1%
1801	Cacao en grano, entero o partido, crudo o tostado.	7,634.82	17,715.72	1.2%	9619	Compresas y tampones higiénicos, pañales para bebé	83.89	278.97	0.1%
Otras		67,626.03	131,109.58	9.2%	Otras		1,628.57	3,716.92	1.2%

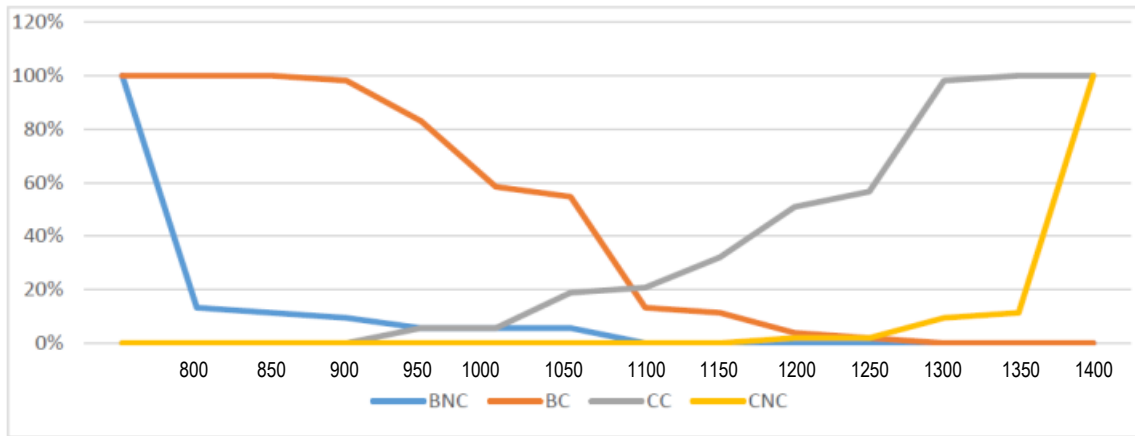
## Anexo 17: Exportaciones e Importaciones: Participación porcentual de los principales países





## Anexo 19: Modelo Van Westendorp

### Precio



## Anexo 20: Tablas Cruzadas

¿Estaría dispuesto a aprender y perfeccionar sus técnicas?				
Etiquetas de fila	Sí	No	Total general	
Sí	78,95%	14,04%	92,98%	
No	5,26%	1,75%	7,02%	
<b>Total general</b>	<b>84,21%</b>	<b>15,79%</b>	<b>100,00%</b>	

¿Qué tipo de pesca desearía aprender o perfeccionar?				
Etiquetas de fila	Sí	No	Total general	
trawling	41,51%	5,66%	47,17%	
Surfcasting	9,43%	0,00%	9,43%	
Casting	26,42%	7,55%	33,96%	
Rock fishing	7,55%	1,89%	9,43%	
(en blanco)	0,00%	0,00%	0,00%	
<b>Total general</b>	<b>84,91%</b>	<b>15,09%</b>	<b>100,00%</b>	

¿Cuál de las siguientes características considera importante?				
Etiquetas de fila	Sí	No	Total general	
Embarcaciones aptas para realizar actividades de pesca	70,00%	10,00%	80,00%	
Ubicación en una zona turística	20,00%	0,00%	20,00%	
<b>Total general</b>	<b>90,00%</b>	<b>10,00%</b>	<b>100,00%</b>	

¿En qué lugar de Bahía de Caraquez le gustaría encontrar una zona turística?						
Etiquetas de fila	Infraestructura adecuada	Embarcaciones aptas para realizar actividades de pesca	Ubicación en una zona turística	(en blanco)	Total general	
Yacht Club de Bahía	7,55%	3,77%	0,00%	26,42%	37,74%	
Malecón de la ciudad	1,89%	5,66%	1,89%	9,43%	18,87%	
Playa Canoa	5,66%	1,89%	5,66%	30,19%	43,40%	
(en blanco)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
<b>Total general</b>	<b>15,09%</b>	<b>11,32%</b>	<b>7,55%</b>	<b>66,04%</b>	<b>100,00%</b>	

¿Las redes sociales le han ayudado al descubrimiento de una zona turística?						
Etiquetas de fila	facebbok	snappchat	instagram	(en blanco)	Total general	
Sí	56,60%	1,89%	26,42%	0,00%	84,91%	
NO	3,77%	1,89%	9,43%	0,00%	15,09%	
<b>Total general</b>	<b>60,38%</b>	<b>3,77%</b>	<b>35,85%</b>	<b>0,00%</b>	<b>100,00%</b>	

¿Cuál de las siguientes marcas es la más conocida por usted?						
Etiquetas de fila	Variedad de técnicas a practicar	Personas que pescan	Infraestructura adecuada	Embarcaciones aptas para realizar actividades de pesca	Ubicación en una zona turística	
Bass Pro Shop	15,09%	22,64%	20,75%	3,77%	1,89%	
Cavelas	1,89%	1,89%	0,00%	0,00%	0,00%	
Dicks	0,00%	1,89%	0,00%	1,89%	0,00%	
La casa de la pesca (Quito)	0,00%	11,32%	5,66%	3,77%	0,00%	
otra	0,00%	0,00%	1,89%	0,00%	0,00%	
(en blanco)	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	
<b>Total general</b>	<b>16,98%</b>	<b>37,74%</b>	<b>28,30%</b>	<b>9,43%</b>	<b>1,89%</b>	

