



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ALQUILER DE MOTOS ACUÁTICAS DE AVENTURA EN LAS PLAYAS DE
ESMERALDAS.

AUTOR

BRYAN ROGELIO RUIZ ANDRADE

AÑO

2020



FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y ADMINISTRATIVAS.

PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE
ALQUILER DE MOTOS ACUÁTICAS DE AVENTURA EN LAS PLAYAS DE
ESMERALDAS.

Trabajo de Titulación presentado en conformidad con los requisitos
establecidos para optar por el título de Ingeniero en Negocios y Marketing
Deportivo.

Profesor Guía:

José Javier Barriga Tinajero.

Autor:

Bryan Rogelio Ruiz Andrade.

Año:

2020

DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA:

“Declaro haber dirigido el trabajo, Plan de negocios para la creación de una empresa de alquiler de motos acuáticas de aventura en las playas de Esmeraldas, a través de reuniones periódicas con el estudiante, Bryan Rogelio Ruiz Andrade, en el semestre 2020-20, 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”.



José Javier Barriga Tinajero

CI.: 1716450349

DECLARACIÓN DEL PROFESOR CORRECTOR.

“Declaro haber revisado este trabajo, Plan de negocios para la creación de una empresa de alquiler de motos acuáticas de aventura en las playas de Esmeraldas, del estudiante, Bryan Rogelio Ruiz Andrade, en el semestre 2020-20, dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.

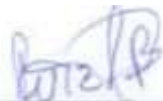
A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Jaime Roder Ortega Pereira', is written over a horizontal line.

Ing. Jaime Roder Ortega Pereira MCA.

C.I.: 0702677808.

DECLARACION DE AUTORIA DEL ESTUDIANTE.

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



Bryan Rogelio Ruiz Andrade

CI: 1721443529

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar, quiero agradecer a Dios por guiarme y bendecirme en mi vida, también a mis padres que siempre me han apoyado y guiado para lograr todo lo que me he propuesto.

DEDICATORIA

Quiero dedicar esta tesis que he realizado con bastante esfuerzo a mi abuelito Rogelio Ruiz que siempre quiso un nieto graduado y a mis padres que siempre me han apoyado en todo momento de mi vida para ser un hombre de bien.

RESUMEN

El presente plan de negocios tiene como propósito observar la viabilidad para la creación de una empresa de alquiler de motos acuáticas de aventura en la provincia de Esmeraldas.

Esto se realiza mediante una investigación con el uso de herramientas como son el Pest, Porter y matriz EFE respectivamente, para la recopilación de información necesaria para las oportunidades y amenazas que proviene de la industria, después se realiza el análisis del cliente de dos maneras cualitativa y cuantitativa, de las cuales están entrevistas a expertos, focus group y encuestas para tratar de obtener información del mercado y las necesidades que se manejan.

Con la información obtenida, se analiza la oportunidad de negocio de la empresa de alquiler de motos acuáticas de aventura en la provincia de Esmeraldas. Es por esto que se crea la empresa "Wave Tours Experiene" la cual se basa en el alquiler de motos acuáticas para vivir una nueva experiencia de realizar turismo con seguridad en las playas de la provincia verde. La empresa ofrece 3 paquetes los cuales son Tours 3 playas, Tours 2 playas y alquiler solo, para que los clientes puedan escoger entre cualquiera de estos. Para esto se brinda equipos acuáticos muy buenos y personal capacitado para brindar el mejor servicio posible. Es por eso que la empresa se fija especialmente en dos mercados objetivos los cuales son personas de la ciudad de Quito y del país vecino Colombia ya que son los que más visitan estas playas. Además de todo esto se realizó la estructura organizacional la cual permite establecer de mejor manera la empresa para entregar el servicio adecuado con el personal capacitado para sacar adelante el plan de negocio.

Por último, se realiza el análisis financiero del proyecto en el cual se aplica todas las herramientas necesarias para saber si el proyecto es viable y rentable que permita recuperar la inversión realizada.

ABSTRACT

The purpose of this business plan is to observe the feasibility of creating an adventure jet ski rental company in the province of Esmeraldas.

This is done through an investigation with the use of tools such as the Pest, Porter and EFE matrix respectively, for the collection of information necessary for the opportunities and threats that come from the industry, then the customer analysis is carried out in two ways qualitative and quantitative, of which there are interviews with experts, focus groups and surveys to try to obtain information about this particular market and the needs that are handled.

With the information obtained, the business opportunity of the adventure jet ski rental company in the province of Esmeraldas is analyzed. This is why the company "Wave Tours Experiene" is created, which is based on the rental of jet skis to live a new experience of safely tourism on the beaches of the green province. The company offers 3 packages which are Tours 3 beaches, Tours 2 beaches and only rent so that customers can choose any of them. For this, very good aquatic equipment and trained personnel are provided to provide the best possible service. That is why the company is especially focused on two target markets which are people from the city of Quito and from the neighboring country Colombia since they are the ones who visit these beaches the most. In addition to all this, the organizational structure was carried out, which allows us to better establish the company to deliver the appropriate service with trained personnel to carry out the business plan.

Finally, the financial analysis of the project is carried out, in which all the necessary tools are applied to find out if the project is viable and profitable to recover the investment made.

Índice

1. Introducción:	1
1.1. Justificación:	1
1.1.1. Objetivo general.....	2
1.1.2. Objetivos específicos.	2
2. Análisis del entorno:	3
2.1. Análisis del entorno externo.....	3
2.1.1. Análisis PEST:	3
2.1.2. Análisis Porter:.....	10
2.1.3. Matriz EFE.	14
3. Análisis del cliente.	15
3.1. Problema de investigación	15
3.2. Análisis cualitativo:	16
3.3. Análisis cuantitativo:	18
4. Oportunidad de negocio:	24
4.1. Descripción de la oportunidad de negocio	24
5. Plan de marketing.	27
5.1. Estrategia general de marketing.	27
5.1.1. Mercado objetivo:.....	28
5.1.2. Propuesta de valor:.....	29
5.2 Marketing Mix.	31
5.2.1 Producto.	31
5.2.2 Entorno físico:.....	34
5.2.3. Plaza.....	35
5.2.4 Promoción:.....	37
5.2.5. Personal:.....	39
5.2.6. Procesos:.....	41
5.2.7. Precio:.....	41
6. Propuesta de filosofía y cultura organizacional	44
6.1. Misión, Visión, Objetivos de la organización.	44
6.2. Plan de operaciones:	46

6.3. Estructura organizacional.	49
6.3.1. Estructura legal.....	49
6.3.2. Tipo de estructura:	49
7. Evaluación financiera	50
7.1. Proyección de ingresos, costos y gastos.	50
7.2 Inversión inicial, Capital de trabajo y Estructura de capital.....	52
7.3 Proyección de estados de resultados, situación financiera, estados de flujo de efectivo y de caja.	53
7.4. Flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración.....	55
8. Conclusiones generales:.....	58
REFERENCIAS.....	60
ANEXOS	63

1. Introducción:

1.1. Justificación:

Debido a que hoy en día el turismo se ha convertido en un punto muy importante para el desarrollo del país, esto se puede observar en la provincia de Esmeraldas que se han realizado iniciativas para atraer a más personas o turistas a la provincia. Por lo que, tomaron en cuenta promociones y descuentos en diferentes negocios para poder obtener mayor afluencia de turistas hacia la provincia. Además, el Ministerio de Turismo ha decidido ayudar a esta iniciativa de recuperar el turismo en el Ecuador debido a los casos de violencia en las fronteras. El sector turístico en la provincia de Esmeraldas presenta una recuperación en las visitas del inicio del año 2018, ya que las cifras en el feriado del 2 y 3 noviembre del 2016 hubo 30.522 visitas y el año 2017 hubo cerca de 73.397, algo significativo comparado con el año 2016. Estas iniciativas empezaron por los problemas que tuvo esta provincia que en el 2016 sufrió un terremoto y por los hechos violentos que se registraron a más de 180 km de las principales ciudades de la provincia. (El Comercio, 2018)

La práctica deportiva es muy importante en la actualidad para tener buena salud, por lo cual la Ley del deporte dice con el artículo 2 que regula el deporte, educación física, y recreación; establece que deben sujetarse a estas actividades para llevar mejor condición física de toda la población contribuyendo así a la condición del buen vivir. (Ley del deporte, educacion fisica y recreacion., 2010)

Regulaciones en las áreas para actividades acuáticas en las playas de Esmeraldas, los deportes náuticos como motos acuáticas tienen un área específica, definida por la capitanía del puerto de Esmeraldas en los diferentes cantones, por lo cual el subdirector de espacios acuáticos Omar Silva dijo que estas regulaciones son puestas con la finalidad de cuidar y garantizar la seguridad de las personas al utilizar los diferentes atractivos que deseen desempeñar, además que la prefecta anuncio proyectos para emprendimientos con los operadores de turismo para la elaboración de diferentes servicios con costos bajos para los turistas. (Adrián, 2018).

Debido a estos puntos se ha escogido el proyecto de motos acuáticas como atractivo para fomentar y desarrollar el turismo en esta provincia, además que la utilización de motos acuáticas en esta provincia no es muy vista por lo cual se desarrollará este proyecto para poder atraer a mayor cantidad de personas visitantes de otras provincias nacionales.

1.1.1. Objetivo general.

Determinar la viabilidad del plan de negocios para la creación de una empresa de alquiler de motos acuáticas de aventura en las playas de Esmeraldas.

1.1.2. Objetivos específicos.

- Analizar y estudiar las variables del entorno en el cual se va a crear o desarrollar la empresa, para esto se deberá establecer los factores políticos, económicos, sociales y tecnológicos del proyecto, además del análisis Porter.
- Establecer y analizar el mercado meta, además de las conductas de compra, con la realización de una investigación de mercados con las respectivas técnicas cuantitativas y cualitativas.
- Explicar la oportunidad de negocio usando el análisis externo y análisis del cliente.
- Desarrollar un plan de marketing el cual abarque totalmente el producto, precio, plaza y promoción, por lo cual obtenida esta información se aplique correctamente el plan de desarrollo del proyecto.
- Mostrar una propuesta de filosofía y plan de operaciones, para el correcto desarrollo y funcionamiento de la creación de la empresa.
- Determinar o realizar la viabilidad financiera del proyecto con una proyección a 5 años, para determinar la rentabilidad del negocio.

2. Análisis del entorno:

2.1. Análisis del entorno externo.

CIUU:

R9329.01 Actividades de parques recreativos y playas, incluido el alquiler de casetas, casilleros, sillas, hamacas; la gestión de instalaciones de transporte recreativo; por ejemplo, puertos deportivos, y el alquiler de equipo de esparcimiento y recreo como parte integral de los servicios de esparcimiento, bananas, lanchas, etcétera. (INEC, 2012a)

2.1.1. Análisis PEST:

Político- Legal:

De acuerdo con la ley del deporte con el artículo 2 dice que esta Ley regula las normas a las que deben sujetarse las siguientes actividades: El deporte, educación física y recreación; ya que esto ayudaría a mejorar la salud como el estado físico de las personas, por lo cual esto contribuye a la consecución buen Vivir. (Ley del deporte, 2010). Este artículo ayudaría de manera positiva, ya que habla de mejorar salud de los ciudadanos fomentando a realizar práctica deportiva para cooperar a la obtención del Buen vivir.

El art. 26 de la Ley de Turismo dice que “las personas naturales o jurídicas las cuales presenten proyectos turísticos que sean aceptados por el Ministerio de Turismo poseerán algunos incentivos los cuales son: “1) Exoneración total de los derechos de impuestos que gravan los actos societarios de aumento de capital, transformación, que estén calificadas en el Ministerio de Turismo. 2) Exoneración total de los tributos que gravan la transferencia de dominio de inmuebles cuya finalidad principal sea el turismo. 3) Acceso al crédito en las instituciones financieras que deberán establecer líneas de financiamiento para proyectos turísticos calificados”. (Ley de Turismo, 2014) Este artículo es muy importante y se considera como una oportunidad debido a que si los proyectos turísticos son llamativos o aceptados por el Ministerio de Turismo se contarán con algunos incentivos positivos para contar con un buen emprendimiento.

Al observar el Art. 47 de la Dirección General de la Marina Mercante y del litoral, dice que los equipos acuáticos menores a 10 toneladas no se les realizara inspecciones de seguridad y de prevención de contaminación, pero las Capitanías de Puerto podrán inspeccionar a los equipos con el fin de verificar el estado de mantenimiento y si cuentan con los implementos de salvataje y contra incendios (Ministerio de Transporte y Obras Publicas, 2015). Este artículo es muy importante y positivo, ya que los equipos acuáticos tendrán que contar con todos los implementos necesarios de seguridad, además del mantenimiento del equipo para no tener problemas con la Capitanía del Puerto.

(Metro Ecuador , 2019). El Ministerio de producción, comercio exterior, inversiones y pesca (MIPCEIP) a través del comité de comercio exterior (COMEX) redujo los aranceles el calzado técnico especializado del 40 al 15% y a los implementos deportivos al 0%. Este artículo es importante debido a que esto ayuda a los ciudadanos a realizar práctica deportiva con los mismos implementos deportivos los cual se necesite para facilitar al deportista a practicar o a recrearse para mantenerse saludables en todas las disciplinas que deseen.

Al observar el artículo 24 de la (Constitucion del Ecuador, 2008). Dice que las personas tienen derecho a la recreación y al esparcimiento, a la práctica del deporte y al tiempo libre. De acuerdo con este artículo de la constitución del Ecuador este artículo es importante para las personas o ciudadanos a realizar práctica deportiva de manera recreativa y por diversión para mantenerse bien físicamente o por el bien de su salud o para descansar y salir de su rutina diaria.

El (Ministerio de Produccion, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca., 2019), trabaja en el desarrollo sostenible y sustentable de las micro, pequeñas, medianas empresas para fortalecer el ecosistema emprendedor. Esta noticia es de gran importancia debido a que el ministerio de producción, incentivan a generar emprendimientos o negocios para el bien de las personas el cual quieran comenzar con sus negocios y por sus habilidades para emprender.

Económico:

Producto interno bruto:

Al observar (El Universo, 2020) dice que el Ecuador será uno de los países más afectados por los problemas que está causando el Covid-19 y la caída de los precios del crudo, debido a esto el PIB sufrirá una caída entre el 3% y 7% respectivamente, el ministro de finanzas Richard Martínez dice que las cifras que se especulan para este año son muy complejas de llevar, ya que estas cifras serían comparadas con las del año 1999 en la cual tuvo una caída del 6,3%. Al ver estos porcentajes de la caída del PIB se interpreta que existe una amenaza para la industria ya que el país está dejando de producir y llevaría a una crisis económica de la cual será difícil salir en cierto tiempo.

Incremento de las ventas deportivas:

A considerar, (El Comercio, 2015). Las personas cada vez buscan o adquieren más productos y servicios deportivos en el país al pasar los años. Lo que se observa de este artículo se puede ver que es una oportunidad ya que cada vez más personas compran o adquieren más servicios deportivos o artículos para la práctica deportiva, además que incita a desarrollar la práctica de cualquier tipo de deporte.

Turismo:

Al observar el (Ministerio de Turismo, 2017). El turismo en Ecuador contribuye de manera directa con el 2,1% del PIB nacional, además que se ubica como la tercera fuente de ingresos no petroleros atrás del banano y camarón. Por lo que se debe destacar es que la balanza turística en 2016 registró un saldo de 292 millones dólares esto es bueno debido que esta cantidad aproximadamente se registra por quinto año consecutivo, esto quiere decir que por turismo ha existido mayor ingreso que salida de divisas.

Empleo:

Según (La Hora, 2019). Dice que el empleo en lo que tiene que ver con el turismo subió 18% en el año 2019, esto se debe a que el crecimiento de visitantes al país incremento en 7,6% en los meses de enero a julio del 2019 en comparación con el mismo periodo de meses del año anterior, debido a esto el desarrollo de puestos de trabajo fue positivo. Lo que se puede observar de esta noticia es que

el turismo es una oportunidad para generar empleo además que ayuda a la economía del país de manera positiva.

Tasa de desempleo:

Al observar (El Universo, 2020) dice que la tasa de desempleo para el año 2020 se incrementaría drásticamente entre 9% y 10% respectivamente por los problemas que está atravesando el país por el tema Covid-19, al comparar con el año anterior el cual fue de 5,9% se observa que subiría 3% o 4% más, además el ministro de producción Iván Ontaneda dice que 508.000 personas quedarían desempleadas fácilmente por este problema. Al observar estas cifras se puede interpretar que el desempleo es una amenaza para la industria ya que para el año 2020 se incrementa más que el año anterior por lo cual esto es una amenaza para la industria ya que para este año gran cantidad de personas no tienen empleo en el país.

Riesgo país:

Al observar (BCE, 2020). El riesgo país para el 23 de mayo de 2020 es de 2.742 puntos lo cual se ha incrementado al comparar con diciembre del año 2019, debido a los problemas económicos que está sufriendo el país por el tema del Covid-19. Esto es una amenaza importante para la industria debido a que el país no está cumpliendo con los pagos de la deuda externa, además que se tuviera que pagar mayores intereses a la hora de buscar financiamiento.

Según JP Morgan, El riesgo país de Ecuador supero de nuevo al indicador de Argentina, por lo cual se ubica en la segunda casilla con el riesgo país más alto de américa del sur solo por detrás de Venezuela, esto se debe a que la Asamblea recomendó al Ejecutivo que se deje de pagar la deuda externa para usarlo en la emergencia sobre el problema que está causando el Covid-19, es por eso que esta noticia origino dudas en los mercados internacionales. (El Comercio, 2020). Al observar esta noticia se evidencia que el riesgo país, está subiendo rápidamente debido a que no se está pagando la deuda externa por lo cual es una amenaza y por los problemas que está teniendo el país por el tema Covid-19.

Tasa de interés:

De acuerdo con (BCE, 2019). La tasa de interés es muy importante a la hora de querer sacar un crédito de emprendimiento por lo cual se necesita saber cómo ha ido subiendo o bajando los intereses respectivos para microempresas o para medianas empresas para así saber con qué se puede encontrar a la hora de comenzar a realizar un proyecto o emprendimiento, por lo cual las tasas de interés del año 2019 son: Enero 8.79%, Febrero 9.45%, Marzo 9,21%, Abril 8,43%, Mayo 10.54%, Junio 11,04%, Julio 10.90%, Agosto 11,16%, Septiembre 11,40%. Al ver cómo ha ido subiendo y bajando las tasas de interés se puede observar como una amenaza, ya que en los últimos meses el interés es bastante alto para poder emprender, por lo cual se tiene que fijar también en otros tipos de préstamos privados para así poder conseguir mejores intereses.

Social:

Al ver datos del (INEC, 2018). Se puede observar que en el Ecuador existen 5 tipos de clases sociales los cuales son: A, B, C+, C-, D, por lo cual cada uno de estos estratos sociales está dividido por diferentes puntuaciones, el que ocupa mayor puntuación de estos es el estrato C- con el 49,3% de la población del Ecuador. Esta noticia es muy importante para la industria para saber a qué público objetivo o segmento tomar en cuenta o dirigirse a la hora de crear un emprendimiento.

Según el (INEC, 2018) las personas que más realizan deporte son la mayoría mayores de 25 años, pero con un punto importante ya que las mujeres son las que dominan más este rango de edad al querer practicar deporte por el bienestar y claramente por la salud que llevan. Algo que llama la atención es que esta noticia es una oportunidad para saber de qué edades son las personas que más practican deporte y darse cuenta de que segmento es el más apropiado a seguir.

Al observar (El deporte en cifras, 2012). El deporte más practicado en el Ecuador son el fútbol, trote, indoor, ecua vóley, básquet, natación, entre otros deportes por lo cual toca tomar en cuenta que el fútbol es el deporte que más se practica comparado con los otros deportes, además se puede observar que la mayoría

de las personas practican menos de 30 minutos al día deporte por el cual los hombres son el 20,1% y las mujeres el 43,9%. Al ver este artículo se puede evidenciar que existe una amenaza ya que los deportes más practicados por la mayoría de las personas son los tradicionales, por lo cual esto es malo a la hora de la creación del plan de negocio debido a que es una actividad outdoor.

Al ver El Comercio sobre la afluencia de turistas dice que desde el año 2018 específicamente en el mes de agosto aumento la visita de turistas a las playas de Esmeraldas principalmente a la playa del cantón Atacames, ya que en el feriado del 10 de agosto y en el periodo de vacaciones de la Sierra, llegaron cerca de 90.000 personas y la capacidad de alojamiento de los 400 hoteles fue del 80 y 90 por ciento respectivamente. (Bonilla, 2019) Esta noticia es muy positiva, ya que se puede observar que existen fechas de feriados en la que gran cantidad de personas visitan las playas de la provincia de Esmeraldas, específicamente de la sierra del país.

Tecnológico:

Según él (Inec, 2018). Las personas que utilizaron internet ascendieron a 20,7 puntos porcentuales tanto para hombres como para mujeres, algo que se puede observar también es que los hombres son los que utilizan más internet que las mujeres desde el año 2012, además en el último año los hombres utilizan más internet con 2 puntos de diferencia sobre las mujeres. Al observar esta noticia se puede interpretar que es positiva, ya que las personas utilizan bastante internet y se podrán informar sobre productos o servicios de la industria mediante la tecnología.

Al ver el (Inec, 2018). El 58,7% de las personas de entre 5 a 17 años accedieron a internet desde sus casas, al comparar con las cifras del año anterior se puede observar que ha incrementado en 9.9 puntos. Por lo cual es una oportunidad ya que pueden estar conectados o pueden adquirir información importante de diferentes temas, además de que pueden usarlo para cualquier tipo de actividad de investigación deportiva que necesite.

Al observar el (Inec, 2018). Las personas que conforman la edad de 25 a 35 años son los que más cuentan con un teléfono inteligente, para el año 2018 con un 70,2%, además al comparar con el año 2012 se puede observar que tiene un incremento de 56,9 puntos respectivamente. Por lo cual esto es una mejora muy buena o una oportunidad para poder llegar a este tipo de segmento por medio de teléfonos inteligentes.

Debido a que hoy en día existe nuevas aplicaciones móviles las personas se pueden informar de mejor manera de diferentes servicios deportivos o eventos deportivos por el cual estén interesados en diferentes ciudades del país, otro punto importante en el que aportan estas aplicaciones son las que cuentan con diferentes rutinas deportivas para así incentivar a las personas a realizar deporte para tener una vida más saludable. (Metro Ecuador, 2019)

Al ver el (Inec, 2018). Las redes sociales son una tecnología muy utilizada por las personas en el Ecuador para este año. Debido a esto es considerado como una oportunidad ya que se puede aprovechar para poder expresar el negocio por medio de estas redes, algo importante también que llama la atención es que al realizar eventos deportivos se tiene en cuenta el cuidado del medio ambiente, además que la tecnología y el deporte se han unido para así poder lograr nuevos formatos de realizar deportes o eventos de cualquier tipo de índole.

Al ver el (Ministerio de Telecomunicaciones, 2015), dice que hoy en día es algo importante y común utilizar un instrumento móvil o teléfono celular, ya que sirve para diferentes cosas que se deseen hacer como puede ser socializar, informarse de cualquier cosa que se quiera investigar o hasta para cambiar conocimientos con diferentes personas, además que se puede observar que pasando los años en el 2015 el 51% de las personas usan esta tecnología comparando con el 2012 que usaron el 39%, y la provincia de Pichincha es la provincia con mayor acceso a redes sociales.

Análisis de variables:

Al analizar el análisis PEST se puede ver que existen varios entornos que se relacionan los cuales se verán a continuación.

- En el entorno político se observa que el artículo 2 de la ley del deporte regula las normas de actividades para la consecución del buen vivir, además que el ministerio de producción redujo los aranceles de implementos deportivos para fomentar la práctica deportiva, estas noticias se pueden relacionar con el entorno social ya que las personas mayores a 25 años de edad son las que más practican deporte, además que practican diferentes actividades y deportes es por eso que estas noticias se relacionan de manera positiva ya que las personas se ven recompensadas a la hora de adquirir cualquier tipo de implemento para realizar practica o actividades deportivas.
- Otra relación que se puede observar es la del entorno político, la cual dice que existe un artículo en la ley de turismo la cual presenta incentivos favorables para proyectos innovadores aceptados por el ministerio de turismo, este artículo se puede relacionar con el entorno económico con la noticia de empleo para que siga subiendo las plazas de empleo mediante el turismo, esta relación es positiva ya que a la hora de facilitar implementar proyectos turísticos se puede generar mayor plazas de empleo por lo cual se beneficiarían varias familias.
- Otra relación que se puede generar es la del entorno social la cual dice que en el mes de Agosto existe gran afluencia de turistas de la sierra hacia las playas de Esmeraldas específicamente a Atacames esta noticia se puede relacionar con el entorno tecnológico ya que las redes sociales son muy utilizadas por personas en el Ecuador, además que la mayoría de personas cuentan con un teléfono móvil, estas noticias se relacionan de manera positiva ya que los turistas que quieren emplear un viaje hacia la provincia de Esmeraldas pueden acceder a redes sociales mediante su celular y encontrar información de diferentes servicios o productos los cuales deseen.

2.1.2. Análisis Porter:

Amenazas de nuevos competidores (MEDIA)

Debido a que en la superintendencia de compañías dice que existen 39 empresas dentro del CIU, algo que se puede observar es que la mayoría de las

empresas que están registradas son empresas que realizan turismo, aunque también existen varias sociedades en la cual realizan actividades deportivas, la mayoría de estas empresas se encuentran ubicadas en las provincias del Guayas y Manabí, en Esmeraldas solo están registradas 2 empresas. (SUPERCIAS, 2019). Además, se puede observar en el Servicio de Rentas Internas que, al crear nuevas empresas de servicios para ingresar a la Industria, se tiene que realizar una serie de pasos los cuales son inscripción en el Ruc, emisión de comprobantes, pagos y declaraciones de impuestos, con una intimación de un capital de inversión de 400 a 800 dólares para empezar a trabajar con el proyecto. (SRI, 2019). Visto todo esto se puede observar que el indicador de la amenaza de nuevos competidores es MEDIA debido a que tan solo existen 2 empresas activas en Esmeraldas pero se puede entrar con gran facilidad a la industria, además que pueden llegar a existir varias empresas con proyectos innovadores o nuevos el cual puede acaparar mayor mercado y así comenzar a liderar la industria dejando a las compañías que ya pertenecen en el mercado sin entradas o sin ventas por lo cual llegarían a quebrar o dejar de funcionar.

Poder de negociación de los compradores (BAJO)

En este punto se va a observar los CIUU'S que están asociados dentro de la misma industria R9329.00 Otras actividades de esparcimiento y recreativas N.C.P. en este Ciuu se encuentran las siguientes industrias: R9329.02 Actividades de explotación de ferias y exposiciones de carácter recreativo, incluido la explotación de juegos accionados con monedas. - R9329.03 Actividades de explotación de discotecas y pistas de baile incluye karaokes, etcétera - R9329.04 Actividades de productores o empresarios de espectáculos en vivo distintos de los artísticos o deportivos, aporten o no ellos mismos las instalaciones correspondientes. - R9329.09 Otras actividades de esparcimiento y recreativas (excepto las de parques de atracciones y parques temáticos) no clasificadas en otra parte, incluye la gestión de estaciones de esquí, galleras, plazas de toros, etcétera. (SUPERCIAS, 2019). Al observar las industrias que existen se puede interpretar que los clientes tienen el poder de elegir entre 52 compañías activas de las diferentes industrias mencionadas que pertenecen a

Otras actividades de esparcimiento y recreativas, aunque algo que llama la atención es que solo existe 1 empresa activa en la provincia de Esmeraldas, por lo cual se puede comparar con otras industrias diferentes, al tomar en cuenta que solo hay una compañía en la provincia, además que esta empresa no se dedica a realizar actividades deportivas o turismo deportivo en la provincia se le cataloga con un indicador BAJO.

Amenaza de productos sustitutos. (ALTO)

En este punto se podría decir que el indicador es ALTO debido a que existe gran amenaza de productos sustitutos, debido a que se puede escoger varias actividades deportivas u otros tipos de actividades no deportivas en la industria, ya que existen más de 50 compañías sustitutas las cuales pertenecen a los siguientes CIIU's los cuales son R9329.02 Actividades de explotación de ferias y exposiciones de carácter recreativo (En esta existen 8 compañías) - R9329.03 Actividades de explotación de discotecas y pistas de baile incluye karaokes. (En esta existen 8 compañías) - R9329.04 Actividades de productores o empresarios de espectáculos en vivo distintos de los artísticos o deportivos. (Aquí existen 11 compañías) - R9329.09 Otras actividades de esparcimiento y recreativas no clasificadas en otra parte, incluye la gestión de estaciones de esquí, galleras y parques temáticos. (Aquí existen 25 compañías), (SUPERCIAS, 2019), además algo que se debe tomar en cuenta es que puede existir personas que se dediquen a tener negocios informales. En conclusión, se puede observar que la amenaza de productos o servicios sustitutos es ALTO debido a que las personas pueden verse favorecidas de escoger cualquier compañía que ellos deseen de las diferentes industrias ya que cumplen con su atractivo, además que se podría tomar en cuenta que existe la industria de turismo que ofrece varios servicios como zonas atractivas llevándose a más personas de la industria.

Poder de negociación de los proveedores (BAJO)

En primer lugar existen proveedores en una diferente industria la cual es G4763.00 la cual dice venta al por menor de artículos de deporte, de pesca y de acampada, embarcaciones y bicicletas en establecimientos especializados, por lo cual se puede decir que el poder de negociación es BAJA ya que se cuenta

con más de 40 compañías de proveedores para esta industria se le podría catalogar como algo bueno, además de poder contar con varias compañías de proveedores para la industria (SUPERCIAS, 2019). Al observar esta industria que ofrece implementos deportivos se puede decir que el indicador sería BAJO por que se pueden encontrar varios proveedores para esta industria, además que hoy en día se puede comunicar con compañías extranjeras para importación de implementos deportivos, por lo cual se le puede catalogar de BAJO ya que existen varias compañías nacionales e internacionales que se pueden contar y los precios que se encontraran serán dinámicos y no demasiado altos.

Rivalidad de competidores. (MEDIO)

Al observar el código CIUU R9329.01 se ve que hoy en día existen 39 compañías en esta industria casi todas estas se encuentran en las provincias del Guayas y en Manabí, Esmeraldas solo cuenta con 2 compañías activas, algo que llama la atención es que la mayoría de estas se dedican al turismo y muy pocas se dedican a la realización de eventos deportivos o prestación de servicios deportivos. (SUPERCIAS, 2019) Debido a que las empresas o compañías dentro de la industria se encuentran más en otras provincias que no sea en Esmeraldas se puede observar que la mayoría de estas no se dedican a lo deportivo por lo cual, se puede decir que la rivalidad de competidores en esta industria es MEDIA debido a que existen 39 empresas que pertenecen a esta industria, además que se puede observar que existe actividad de precios dinámicos y que no existe campañas agresivas entre competidores de las compañías existentes por eso se le cataloga con esa calificación.

Relación de variables análisis Porter:

Al analizar la relación de variables del Análisis Porter se puede interpretar que en el ámbito Amenaza de Nuevos Competidores, que la mayoría de competidores realizan turismo y solo algunas realizan servicios de actividades deportivas, pero se encuentran más en las provincias de Guayas y Manabí, esto se puede hacer relación con rivalidad de competidores ya que existe gran variedad de empresas que lleguen al cliente de muy buena manera y así dejar a las otras sin entradas, la otra relación que se puede analizar es la de Poder de

negociación de los compradores con Amenaza de productos sustitutos ya que hay diferentes empresas en las diferentes industrias, además de las que existen en la misma industria por lo cual las personas tienen el poder de escoger entre varias empresas que les llame la atención o que cumplan con su atractivo.

2.1.3. Matriz EFE.

Tabla 1. *Matriz EFE.*

N	Oportunidades	Peso	Calificación	Valor ponderado
1	Apoyo del gobierno en emprendimientos	0.10	4	0.4
2	Pocos competidores directos en la industria	0.09	3	0.27
3	Disminución de aranceles a la importación de implementos deportivos	0.09	3	0.27
4	Aumento de la población al usar tecnología.	0.08	3	0.24
5	Leyes que contribuyen a emprendimientos turísticos.	0.07	3	0.21
6	Proveedores de implementos deportivos.	0.08	2	0.16
N	Amenazas	Peso	Calificación	Valor ponderado
1	Barreras de entrada para nuevos competidores	0.09	4	0.36
2	Servicios o productos sustitutos	0.09	4	0.36
3	Problema del Covid-19	0.07	2	0.14
4	Poder de negociación de los clientes	0.09	1	0.09
5	Desempleo e informalidad en la industria.	0.08	1	0.08
6	Tasa de interés altos para préstamos.	0.07	1	0.07
	TOTAL	1.00		2.65

Al observar el total del valor ponderado de la Matriz EFE que es 2,65 se puede interpretar que se aprovechan las oportunidades, además que se afrontan de mejor manera las amenazas, algo importante también es que las principales oportunidades son apoyo del gobierno en emprendimientos con 0.40 de ponderación, crecimiento turístico con 0,27 y disminución de aranceles a la

importación de implementos deportivos con 0,27 respectivamente de ponderación, por lo que al sumar todas las oportunidades da una ponderación de 1,55, mientras que las principales amenazas son Barreras de entrada para nuevos competidores con ponderación de 0,36, Servicios o productos sustitutos con 0,36 y Problema sobre el Covid-19 con 0,14 de ponderación, al sumar todas las amenazas da una ponderación de 1,10 por lo que se puede interpretar que las oportunidades son superiores a las amenazas y el análisis externo es bastante favorable para la implementación del proyecto.

3. Análisis del cliente.

3.1. Problema de investigación

- Determinar si los turistas que visitan las playas de la provincia de Esmeraldas estarían dispuestos a utilizar el servicio de alquiler de motos acuáticas.

Objetivos.

- Definir el perfil de consumidor que adquiera el servicio de moto turismo.
- Identificar qué factores adicionales son necesarios para que las personas utilicen el servicio de alquiler de motos acuáticas.
- Establecer los precios que los turistas estén dispuestos a pagar para alquilar las motos acuáticas.
- Determinar Las fechas en la cual más visitan las playas de Esmeraldas para alquilar las motos acuáticas.
- Determinar cuánto tiempo les gustaría utilizar las motos acuáticas por cada alquiler.
- Analizar los medios de comunicación por el cual les gustaría recibir información del servicio de alquiler de motos acuáticas.

Hipótesis

Los turistas que visitan las playas de la provincia de Esmeraldas están interesados en utilizar el servicio de alquiler de motos acuáticas en diferentes horarios del día, con un tiempo determinado por cada moto acuática alquilada.

3.2. Análisis cualitativo:

Entrevistas a expertos:

Entrevista Sr. Freddy Pallo Cando.

En primer lugar, es dueño de una agencia de viajes la cual se llama Enjoy tour, viaja cada fin de semana a las playas de Esmeraldas debido a que cuenta con paquetes turísticos, actualmente la agencia Enjoy tour lleva 18 años de trayectoria y funcionamiento tanto en el campo nacional e internacional, debido a su trayectoria, fue de gran ayuda para realizar la entrevista acerca del tema planteado.

Resultados:

- Se puede observar que en las playas de Esmeraldas se pueden aprovechar 5 playas las cuales son Atacames, Tonsupa, Sua, Same, Tonchigue ya que los deportes acuáticos que más se realizan son no motorizados.
- El principal nicho o punto estratégico al cual se podría dirigir de las playas de Esmeraldas es la playa de Atacames debido a que en esta playa es donde se realizan más deportes acuáticos y existe gran afluencia de turistas de la sierra del país.
- Algo importante que se puede aprovechar de la provincia de Esmeraldas son las otras playas como Tonsupa o Las Palmas debido a que no realizan este tipo de deportes e igualmente son muy visitadas por turistas.
- Las motos acuáticas serán un atractivo muy importante para los turistas que visitan las playas de Esmeraldas, pero se tendría que tomar en cuenta algo principal que es la seguridad, es por lo que se debe contar con todos los implementos para mantener seguros a los clientes, además de instructores o guías que sepan instruir sobre el uso y manejo del equipo acuático.
- Otro punto importante son las alianzas con las agencias turísticas y hoteles ya que así se logrará ofrecer a mayor cantidad de turistas paquetes de deportes acuáticos y así poder ofrecer mayor variedad de tarifas en caso de que sean grupos o familias.

- El principal mercado objetivo al cual se podría dirigir sería turistas o personas de la región sierra con edades de 16 a 40 años, pero específicamente de la ciudad de Quito ya que son los que más visitan las playas de Esmeraldas.
- Por último las fechas en las cuales visitan más las playas y se podría aprovechar serían los meses de mayo, junio, julio, agosto y septiembre hablando de turistas nacionales ya que hablando de turistas internacionales los cuales la mayoría son colombianos se tiene que sacar provecho en los meses de diciembre, enero y febrero.

Entrevista Sra. Laura Vélez

Es gerente de una operadora turística la cual se llama Negro José de Ceda la cual lleva 1 año de funcionamiento dentro del mercado de actividades acuáticas, pero la gerente Laura Vélez lleva trabajando en lo que es turismo de deportes acuáticos 4 años es por eso que se decidió realizar la entrevista.

Resultados:

- Se puede observar que las operadoras de turismo son importantes para poder funcionar los equipos acuáticos de la mejor manera en los balnearios de Esmeraldas.
- Algo importante para el buen funcionamiento del servicio es que se debe contar con todos los implementos necesarios para la seguridad de los turistas.
- Al hablar de las motos acuáticas dijo que sería muy llamativo implementar este servicio en estas playas ya que no existe este tipo de equipo acuático y llamaría la atención para que vengan a realizar más turismo en los balnearios de la provincia de Esmeraldas.
- Para el correcto funcionamiento de la empresa se debe tener en cuenta estos 2 tipos de seguros los cuales son: responsabilidad civil que tiene un valor de 15 dólares por cada persona que ocupe el equipo y el otro seguro de accidentes personales que tiene un valor de 85 dólares para así no tener problemas legales.

- Para poder comunicar los servicios de moto acuática sería importante contar con redes sociales y pagina Web para poder llegar de mejor manera hacia el cliente, además algo importante es que se debe ofrecer paquetes promocionales para así acaparar mayor mercado.

Focus Group.

Introducción:

El focus group se realizó en la ciudad de Quito con personas las cuales visitan con frecuencia las playas de Esmeraldas. Se realizó el 5 de enero de 2020 con la presencia de 7 personas las cuales conocen de diferentes actividades y deportes que se realizan en las playas de Esmeraldas con edades entre 19 a 24 años.

Resultados del Focus Group:

- Los participantes mencionaron que no existe una empresa de alquiler de motos acuáticas en las playas de Esmeraldas que le ofrezca este servicio.
- Además, consideran que es un servicio muy atractivo e innovador siempre y cuando se cuente con todas las medidas de seguridad.
- Algo importante también que les llamó la atención son los paquetes, tours o promociones que se podrían realizar, para conocer las diferentes playas de Esmeraldas y así obtener experiencias atractivas.
- Otro punto importante es que este servicio ayudara a fomentar el turismo en estas playas no solo nacional, sino también internacional.
- En el caso del precio se puede ver que sería bueno cobrar entre 25 a 40 dólares, pero dependiendo en qué tipo de fechas se realice ya que en feriados el precio sería más alto de lo normal, por la cantidad de turistas que visitan las playas.
- Por último, algo importante que supieron mencionar fue que sería muy bueno tener o utilizar redes sociales y pagina Web para enterarse de los diferentes servicios que se ofrecen.

3.3. Análisis cuantitativo:

Segmentación:

Ya que este proyecto se va a dirigir a personas que residen en la ciudad de Quito y del país vecino Colombia, debido a que son las personas que más viajan por turismo a la provincia de Esmeraldas. Por lo cual se ha decidido segmentar a los 2.

Tabla 2: *Segmentación Quito.*

Segmentación Quito.			
Tipo de segmentación	Variable	Cantidad	Porcentaje
Segmentación Geográfica	Ecuador.	17.376.020	100%
	Pichincha	2.576.287	14.83%
	Quito	2.239.191	87%
Segmentación Demográfica.	Quito	2.239.191	100%
	Hombres	1.141.987	51%
	Mujeres	1.097.204	49%
	Edad (15 a 44 años)	1.103.921	49.3%
	Nivel Socioeconómico (A, B, C+)	396,308	35.9%
Segmentación Psicográfica	Hom. Y Muj. (15 a 44 años) Nivel socioeconómico(A,B,C)	396.308	100%
	Viajan a Esmeraldas.	237.785	60%
	Practican deporte.	116.515	49%

Tomado de: (Ley del deporte, 2010); (INEC, 2018)

Tabla 3: *Segmentación Colombia.*

Segmentación Colombia.			
Tipo de segmentación.	Variable	Cantidad.	Porcentaje.
Segmentación Geográfica.	Viaja a Ecuador.	1.358.630	100%
	Viaja a Esmeraldas.	18.260	1.34%
Segmentación Demográfica.	Hombres.	10.248.	56,12%
	Mujeres.	8.012	43,87%
	Edad (15 a 40 años)	7.173	39,28%
Segmentación Psicográfica.	Practican deporte.	3.314	46,2%

Tomado de: (Turismo en cifras, 2018); (Anuario de Estadística deportiva, 2018)

Tamaño de muestra:

Para el cálculo de la muestra se aplicó la fórmula de población desconocida debido a que supera los 100.000 habitantes, por lo cual da como resultado del tamaño de muestra 384 personas que se necesita para realizar la investigación

cuantitativa. El tipo de muestreo que se utilizó para esta investigación es por Juicio ya que los encuestados conocían del tema a tratar.

Resultados de encuestas:

1. Género: (Anexo 1)
 - a. Masculino: 64.8% b. Femenino: 35.2%
2. Edad: (Anexo 2)
 - a. 15 a 19 años: 16,67%, b. 20 a 25 años: 72,2%, c. 26 a 30 años: 9,3%, d. 31 a 40 años: 0% e. 41 a 50 años: 1,9%.
3. ¿Cuál es la principal provincia del Ecuador que prefiere para visitar las playas? Varias opciones de respuestas. (Anexo 3)

Las respuestas que más destacan son: a. Esmeraldas y b. Manabí.
4. ¿Con quién viaja usted cuando visita las playas? Varias opciones de respuestas. (Anexo 4)
 - a. Familia y b. Amigos.
5. Al visitar alguna de las playas nombradas anteriormente, le gusta realizar actividades acuáticas. (Anexo 5)
 - a. Si: 98.1% b. No:1.9%
6. ¿Qué tipo de actividades acuáticas le gustaría realizar en las playas? Varias opciones de respuesta. (Anexo 6)

Las respuestas que más destacan son: a. Deportes acuáticos motorizados y b. Deportes acuáticos no motorizados.
7. ¿Cuál es tu nivel de satisfacción con las actividades acuáticas que has visto en la playa? (Anexo 7)
 - a. Muy satisfecho: 22,2%, b. satisfecho: 51,9%, c. Poco satisfecho: 22,2%, d. Insatisfecho: 3,7%.
8. ¿Alguna vez a utilizado una moto acuática? (Anexo 8)
 - a. Si: 59,3%, b. No: 40,7%
9. ¿En qué playa considera que se debe alquilar el servicio de motos acuáticas? Varias opciones de respuestas. (Anexo 9)
 - a. Atacames y b. Tonsupa.
10. ¿Con que frecuencia realizaría usted esta actividad acuática? (Anexo 10)

- a. Feriados o vacaciones: 75,9%, b. 1 o 2 veces al año: 22,2%, c. 1 vez al mes 1,9%.
11. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar para realizar este servicio? (Anexo 11)
- a. 25 dólares: 58,5%, b. 30 dólares: 13,2%, c. 35 dólares: 13,2%, d. 40 dólares: 13,2%
12. ¿Qué tiempo considera usted bueno a la hora de realizar esta actividad? (Anexo 12)
- a. 1 Hora: 48,1%, b. 45 minutos: 33,3%, c. 30 minutos: 18,5%
13. ¿Considera que las actividades en moto acuática son peligrosas? (Anexo 13)
- a. No: 70,4% b. Si: 29,6%
14. ¿Por qué medios le gustaría enterarse sobre este servicio de motos acuáticas? Varias opciones de respuesta. (Anexo 14)
- La respuesta que más destaca es: a. Redes Sociales.

Tablas cruzadas:

Tabla cruzada 1: Con quien viaja usted cuando visita las playas y Con qué frecuencia realizaría usted esta actividad acuática. (Anexo 15)

En la tabla cruzada 1 se puede interpretar que la mayoría de los encuestados que viajan con la familia podrían realizar la actividad acuática en feriados y vacaciones, también la podrían realizar 1 o 2 veces al año, después se puede observar que las personas que viajan con familiares y amigos realizarían esta actividad 1 o 2 veces al año en feriados y vacaciones. Y por último los que viajan con familiares, amigos y pareja utilizarían este servicio solamente en feriados y vacaciones. Por lo que se debe tomar en cuenta las fechas de feriados y vacaciones para ofrecer el servicio.

Tabla cruzada 2: Sexo y que tiempo considera usted bueno a la hora de realizar esta actividad acuática. (Anexo 16)

Al observar la tabla cruzada 2 se puede interpretar que la mayoría de los encuestados que respondieron la encuesta son de género masculino, por lo cual

les gustaría que dure esta actividad 1 hora o 45 minutos, mientras que, al género femenino, les gustaría que la actividad tenga un tiempo de duración de 45 minutos y 1 hora, por lo que se puede observar que el tiempo óptimo de uso del equipo acuático sería entre 45 minutos y 1 hora para que el cliente se sienta satisfecho del servicio.

Tabla cruzada 3: Alguna vez ha utilizado una moto acuática y porque medios le gustaría enterarse (Anexo 17)

Al ver la tabla cruzada 3 se puede observar que la mayoría de los encuestados si han utilizado una moto acuática y les gustaría enterarse del servicio de motos acuáticas por medio de redes sociales, televisión, correo electrónico y un mínimo por radio, mientras que a los encuestados que no han utilizado una moto acuática, les gustaría enterarse sobre este servicio por medio de redes sociales, correo electrónico y pocas por televisión. Por lo que se debe contar con redes sociales para brindar información sobre este servicio.

Tabla cruzada 4: Cuál es tu nivel de satisfacción con las actividades acuáticas que has visto en las playas y en que playas considera que se debe alquilar este servicio. (Anexo 18)

Al examinar la tabla cruzada 4 se puede observar que a los encuestados que respondieron que estaban muy satisfechos con las actividades acuáticas les gustaría que este servicio se alquilara en las playas principalmente de Atacames y Tonsupa, mientras que a los que están satisfechos con las actividades, les gustaría que se de este servicio en las playas principalmente de Tonsupa, Atacames y un poco en Las Palmas, y por ultimo las personas que están poco satisfechas les gustaría que se de este servicio en las playas de Atacames, Same y un poco en Tonsupa. Por lo que se debe tomar en cuenta las playas de Atacames y Tonsupa ya que son las más elegidas.

Tabla cruzada 5: Que precio estaría dispuesto a pagar para realizar este servicio, le gusta realizar actividades acuáticas, considera que las actividades de motos acuáticas son peligrosas. (Anexo 19)

La tabla cruzada 5 se puede interpretar que a las personas que han visitado alguna vez las playas de Esmeraldas, además que consideran que la actividad de moto acuática no es peligroso estarían dispuestos a pagar un valor entre 25 y 35 dólares por el servicio, mientras que las personas que han viajado hacia alguna playa de Esmeraldas, pero consideran que es peligrosa esta actividad estarían dispuestos a pagar 25 dólares, y por último las personas que no han visitado alguna de las playas nombradas y consideran que las motos acuáticas no son peligrosas estarían dispuestas a pagar un valor de hasta 30 dólares.

Conclusiones generales:

Al observar el análisis cualitativo y cuantitativo en el cual se realizó 2 entrevistas a expertos del tema, un focus group y una encuesta por lo cual se puede concluir lo siguiente:

- Se puede determinar que la seguridad es muy importante a la hora de implementar este proyecto ya que tanto en las 2 entrevistas como en el focus group mencionaron que se debe contar con todos los implementos necesarios para el bienestar de los clientes.
- Otro punto importante que se pudo obtener es que este proyecto llamaría mucho la atención y será atractivo para los turistas, además que ayudaría al turismo de la provincia de Esmeraldas.
- También para informar sobre el servicio de este proyecto se observó en la segunda entrevista, en el focus group y en las encuestas que les gustaría que les llegara información mediante redes sociales ya que hoy en día se utiliza mucho estas aplicaciones.
- Al observar la primera entrevista y el focus group se ve que a las personas que contestaron les agrada que se realicen paquetes y tours para tener nuevas experiencias de las diferentes playas.
- Al hablar del precio que se podría ofrecer se observa que tanto en el focus group como en las encuestas a las personas les agrada un precio mínimo de 25 dólares y máximo entre 30 y 35 dólares por lo cual se debe tomar en cuenta a la hora de implementar este servicio.

- Las fechas las cuales se deben tener en cuenta a la hora de poner en funcionamiento este negocio ya que se observan tanto en la primera entrevista como en el focus group y encuestas serian en vacaciones y feriados para turistas de la sierra, mientras que para turista extranjero los meses de diciembre, enero y febrero.
- Y por último las playas de la provincia de Esmeraldas que se deben tomar en cuenta serán las de Atacames y Tonsupa ya que se observó en las encuestas, focus group y primera entrevista que son las que más viajan los turistas de la sierra y se tendría que aprovechar.

4. Oportunidad de negocio:

4.1. Descripción de la oportunidad de negocio

Se puede observar que el turismo en el Ecuador contribuye de manera directa al 2,1% del PIB, ya que se encuentra como la tercera fuente de ingresos no petroleros, por detrás el banano y el camarón, algo que se destaca es que en el año de 2016 registro una cifra de 292 millones de saldo, por lo cual esto es bueno ya que por quinto año consecutivo es que se registran estas cifras. Al observar esta noticia representa como una oportunidad para el plan de negocios ya que a la hora de implementar este servicio depende mucho del turismo para la demanda. (Ministerio de turismo, 2017) .

Con la implementación de negocio se busca fomentar el turismo en las playas de Esmeraldas para esto se puede observar en el factor político que el comité de comercio exterior (COMEX) redujo los aranceles de implementos deportivos al 0% por lo cual es de gran ayuda para realizar este negocio debido a que se podrá incorporar todos los implementos y equipos necesarios para la realización de las actividades acuáticas que se quieren proponer en las playas de la provincia de Esmeraldas. (Metro Ecuador , 2019)

Lo más importante que se pudo observar en el factor social, son las clases sociales a las cuales se puede dirigir ya que la clase social media pertenece al 34% del Ecuador por lo cual sirve para saber a qué tipo de mercado objetivo se dirigiría, además que se puede tomar en cuenta que las personas que

pertenece a esta clase social podrían pagar por el servicio el cual se quiere crear. (INEC, 2018)

Del factor tecnológico lo más importante que se puede observar es que en el año 2018 las personas que utilizan internet han ascendido con 20,7 puntos más que el año anterior por lo cual sería una oportunidad, además que las personas con edad de 25 a 35 años de edad cuenta con teléfono móvil inteligente con una puntuación de 56,9 con respecto al año anterior por lo cual se puede observar que año tras año la tecnología va ascendiendo, y por último es que según el INEC las redes sociales son muy utilizadas en el Ecuador por lo cual también es considerada como una oportunidad (TIC, 2018) , por lo cual estas noticias son muy importantes para la implementación del negocio ya que se puede tomar en cuenta que se les puede informar a los clientes por medio de redes sociales sobre las diferentes noticias o promociones que se tengan, además que se podrán informar en cualquier parte donde estén debido a que hoy en día cuentan con teléfonos inteligentes con internet para la información necesaria que se desee comunicar.

Del análisis Porter lo que se puede tomar en cuenta es que en el factor de amenaza de nuevos competidores existen 39 empresas de las cuales la mayoría de estas se dedica a realizar turismo, además existen sociedades o negocios en la cual realizan actividades deportivas, pero estas no se encuentran en la provincia a la cual se va a dirigir, ya que en la provincia de Esmeraldas solo están registradas dos empresas, por lo cual es considerada como una oportunidad para implementar este negocio. (SUPERCIAS, 2019), algo importante que también se debe tomar en cuenta son los permisos de funcionamiento para implementar este negocio los cuales son emisión en el Ruc, pago y declaración de impuestos y tener un capital de inversión entre 400 y 800 dólares ya que es necesario para trabajar de la mejor manera.

En el caso del poder de negociación de proveedores es que existen 40 compañías de proveedores que se pueden aprovechar a la hora de adquirir equipos acuáticos o implementos de seguridad para la realización del servicio con la investigación de precios cómodos para la empresa respectivamente

(SUPERCIAS, 2019), algo importante es que hoy en día se puede utilizar lo que es la tecnología para así poder importar diferentes equipos de otros países por lo cual esta información es tomada como una oportunidad para la implementación de este negocio.

En el caso del análisis del cliente se realizaron dos entrevistas a expertos sobre el tema de investigación, en la primera entrevista se logró obtener resultados muy importantes para la implementación del proyecto, lo que se puede destacar es, que esta empresa de alquiler de motos acuáticas que se quiere implementar sería un atractivo muy importante para los turistas nacionales como internacionales que visitan las playas de Esmeraldas, además de las fechas más importantes como feriados o vacaciones que se pueden aprovechar a la hora de brindar el servicio al cliente. De la segunda entrevista lo que se puede destacar son los permisos de funcionamiento que son muy importantes a la hora de implementar un negocio los cuales son responsabilidad social y de accidentes personales, además de que se tiene que utilizar redes sociales para comunicar a clientes sobre ofertas por las diferentes temporadas, esta información obtenida es importante para el correcto funcionamiento de la empresa.

Al hablar del Grupo Focal lo que más se puede destacar como oportunidades es que les agradaría bastante que se implemente un negocio de alquiler de motos acuáticas de aventura en las playas de Esmeraldas ya que solo existen los deportes tradicionales los cuales son la banana, la bestia y el parapente, también se puede recalcar el precio que estarían dispuestos a pagar el cual está entre 25 a 35 dólares por cada alquiler del equipo acuático, al hablar de información de promociones y actividades que se realizan les agradaría mucho que les llegue por medio de redes sociales, por lo cual son oportunidades muy llamativas a la hora de brindar el servicio.

Al observar las encuestas se puede definir que las personas que fueron encuestadas el 65% fueron de género masculino y el 35% de género femenino los cuales la mayoría de ellos viajan a las playas de Esmeraldas y que realizan actividades acuáticas, les llamó mucho la atención la incorporación de una empresa de alquiler de motos acuáticas especialmente en las playas de

Atacames y Tonsupa, ya que es donde existe mayor afluencia de turistas de Quito, este servicio se debe brindar más en feriados y vacaciones por lo cual se debería aprovechar en esas fechas y al hablar del tiempo de alquiler del equipo acuático estaría entre 45 minutos y 1 hora por lo cual esta encuesta realizada es una gran oportunidad para tomar en cuenta diferentes necesidades de personas para la implementación del servicio.

De acuerdo con la segmentación que se realizó en el análisis del cliente se puede concretar que el tamaño del mercado potencial de la ciudad de Quito es de 116.515, además que se va a enfocar también al turista internacional del país vecino Colombia, con un número de 3.314. Por lo que al realizar la suma de los dos mercados da 119.829 como mercado potencial.

Para concluir sobre las oportunidades que existe para la implementación del plan de negocios para la empresa de alquiler de motos acuáticas de aventura en las playas de Esmeraldas, existen varias oportunidades que permitirían implementar este negocio debido a que existe apoyo del gobierno con leyes para fomentar el deporte, emprendimiento y turismo, además de que en esta industria no hay muchas empresas que se dediquen a realizar el servicio de alquiler de motos acuáticas en esta provincia por lo cual es una gran oportunidad, también al realizar encuestas y entrevistas se logró obtener gran información de la atraktividad, precios, tiempos y fechas a la hora de la implementación de este empresa y esto servirá para satisfacer las necesidades de los clientes respectivamente.

5. Plan de marketing.

5.1. Estrategia general de marketing.

“Para usar una estrategia general de marketing en primer lugar se tiene que saber que existen tres estrategias las cuales son: Liderazgo en costos, diferenciación y enfoque”. (Lambin, 2012).

Por lo cual lo más apto para este plan de negocios de las tres estrategias mencionadas anteriormente, la más adecuada sería la de diferenciación debido a que este negocio no existe en estas playas, se ha decidido implementar en la

provincia de Esmeraldas, ya que los turistas buscan algo diferente a lo que se puede observar constantemente en las playas, lo cual es: las lanchas, la banana, la bestia o el parapente, ya que la mayoría de las personas que visitan estas playas buscan otro servicio diferente al tradicional, por lo que el servicio que se va a ofrecer busca satisfacer las necesidades, entregando nuevas experiencias a los turistas que visitan las playas de Esmeraldas para conocer de una manera innovadora y entretenida con familiares, amigos una nueva opción de realizar turismo por medio de una moto acuática, además que se podrá conocer lugares atractivos de las playas de Atacames, Tonsupa, Sua y Same, por lo cual este servicio que se quiere ofrecer es innovador, además que los equipos acuáticos que se tendrá a disposición contarán con tecnología de última generación, y con personal capacitado para guiar por las rutas y atractivos que se visitaran respectivamente.

5.1.1. Mercado objetivo:

Debido a que se tienen 2 segmentaciones tanto de la ciudad de Quito como del país vecino Colombia, ya que son las personas que más visitan las playas de Esmeraldas, se procederá a realizar el mercado objetivo.

Tabla 4: *Mercado objetivo Quito.*

Mercado Objetivo Quito		
Viajan a Esmeraldas.	237.785	100%
Practican deporte.	116.515	49%
Le gusta realizar actividades acuáticas. (Encuesta)	114.301	98,1%
Le gusta realizar actividades motorizadas. (Encuesta)	76.925	67,3%

Tomado de: (Ley del deporte, 2010)

Tabla 5: *Mercado objetivo Colombia.*

Mercado Objetivo Colombia.		
Viajan a Esmeraldas.	18.260	100%
Hombres.	10.248	56,12%
Mujeres.	8.012	43.87%
Edad (15 a 39 años)	7.173	39,28%
Practican Deporte.	3.314	46,2%

Tomado de: (Turismo en cifras, 2020); (Anuario estadísticas deportivas, 2015).

Al observar las tablas 2 y 3 de segmentación del mercado las cuales se encuentran en el capítulo 3, tanto la ciudad de Quito como el país vecino Colombia, los cuales serán nuestro mercado objetivo debido a que son los

turistas que más visitan las playas de Esmeraldas, por lo que al sumar el total de las dos tablas da como resultado 80.239 el cual será nuestro mercado objetivo.

5.1.2. Propuesta de valor:

“En primer lugar, se debe saber que la propuesta de valor son todos los beneficios que la empresa ofrece a los consumidores para así posicionarse y diferenciarse de los demás”. (Kotler & Lane, 2017).

Debido a esto es que la empresa de alquiler de motos acuáticas de aventura ofrece más que solo utilizar una de estos equipos, por lo cual se utiliza la estrategia de **más por más** ya que el servicio que se va a ofrecer es personalizado debido a que se cuenta con instructores y guías profesionales los cuales instruirán a los turistas sobre los tours que se realizan con los equipos acuáticos por medio de las playas de la provincia de Esmeraldas, además que los tours que se ofrecerán serán atractivos ya que se podrá visitar algunas playas dependiendo de la duración y los atractivos turísticos que deseen conocer con la respectiva seguridad sobre todo para vivir una experiencia nueva, aparte de esto podrán contar con servicios adicionales como grabaciones o fotos de su experiencia.

Algo importante que se debe tomar en cuenta es la experiencia del consumidor que se va a llevar de este servicio diferente a los tradicionales que se ofrecen en estas playas, es por eso que se quiere ejecutar este plan de negocios ya que no solo se va a ofrecer un alquiler de moto acuática, sino que se va a realizar tours mediante este equipo acuático, visitando los diferentes atractivos de cada playa, para que los turistas conozcan nuevas experiencias de realizar turismo. Además de esto cabe recalcar que este servicio no se da en estas playas, por lo cual llame mucho la atención de los turistas para realizarlo.

Matriz Canvas.

Socios claves <ul style="list-style-type: none"> • Proveedores de equipos acuáticos e implementos de seguridad. • Agencias de Turismo. • Operadores de turismo. • GAD provincial de Esmeraldas. 	Actividades claves <ul style="list-style-type: none"> • Alquiler del equipo acuático. • Tours mediante los equipos acuáticos. • Realización del servicio en playas de Atacames, Tonsupa, Sua y Same. 	Propuesta de valor <ul style="list-style-type: none"> • Ofrecer un nuevo servicio el cual no se encuentra en las playas de Esmeraldas. • Brindar nuevas experiencias a la hora de realizar turismo. • Visitar nuevos atractivos de las playas. • Hacer pasar un mejor momento a los turistas junto a familiares y amigos los cuales visiten las playas de Esmeraldas. 	Relaciones con los Clientes <ul style="list-style-type: none"> • Comunicar e interactuar con turistas y clientes por medio de redes sociales o plataformas virtuales para ofrecer el servicio. 	Segmentación de Clientes <ul style="list-style-type: none"> • Personas de 15 a 44 años de edad de la ciudad de Quito y Colombia que visiten las playas de Esmeraldas. • Personas a las cuales les guste los deportes acuáticos. • Personas que les guste realizar actividades acuáticas motorizadas.
Costes <ul style="list-style-type: none"> • Compra de los equipos e implementos acuáticos. • Gasto en mantenimiento de los equipos. • Gastos de seguros, publicidad, posts en redes sociales sobre el servicio. 	Recursos claves <ul style="list-style-type: none"> • Equipos en buen estado. • Instructores y guías profesionales. • Recepción confortable. 		Canales <ul style="list-style-type: none"> • Redes Sociales. • Página Web. • Recepción del establecimiento el cual se ubica en la playa de Atacames. 	
		Ingresos <ul style="list-style-type: none"> • Alquiler del equipo acuático. • Tours con el equipo acuático. • Promociones para grupos de personas. 		

Figura 1: Modelo Canvas.

Al observar la matriz canvas se pudo encontrar lo siguiente. Al hablar de la propuesta de valor es que se ofrecerá un servicio nuevo el cual no se encuentra en estas playas de la provincia de Esmeraldas, también se va a brindar una experiencia única con familiares y amigos de los atractivos de estas playas respectivamente. Al hablar de la relación con los clientes se comunicará por medio de plataformas digitales o mediante la instalación que se contara para ofrecer el servicio, al hablar de la segmentación se tendrá en cuenta las personas de la ciudad de Quito y el país Colombia que visiten las playas de Esmeraldas y les guste realizar actividades acuáticas motorizadas.

Las actividades claves que se ofrecerán serán alquiler del equipo acuático y realización de Tours en las playas de Atacames, Tonsupa, Sua y Same, para esto es importante contar con los socios claves los cuales son proveedores de los equipos e implementos, las agencias y operadoras de turismo que nos ayudaran a ofrecer el servicio y el GAD provincial ya que se deberá contar con los permisos y seguros para tener un buen funcionamiento y por ultimo al hablar de los recursos claves se debe contar con equipos en buen estado, instructores y guías capacitados profesionalmente, y una instalación para la recepción de clientes. Al analizar todos estos puntos encontramos la propuesta de valor para el plan de negocio.

Matriz Ansoff (Desarrollo de producto)

Tabla 6: *Matriz Ansoff.*

	Mercados Existentes.	Nuevos Mercados.
Productos Existentes.	Penetración de Mercado.	Desarrollo de Mercado.
Nuevos Productos.	Desarrollo de Producto.	Diversificación.

La estrategia que se va a utilizar para la implementación de este negocio será la de desarrollo de producto, debido a que se va a ingresar en un mercado existente, pero se ofrecerá un nuevo servicio el cual es el alquiler de motos acuáticas de aventura en la provincia de Esmeraldas, debido a esto se podrá adquirir mayores oportunidades en este mercado con el servicio que se quiere ofrecer ya que es nuevo y atractivo para el turista.

5.2 Marketing Mix.

5.2.1 Producto.

En primer lugar, el servicio de alquiler de motos acuáticas de aventura lo que busca es fomentar o ayudar al turismo en las playas de Esmeraldas, además de ofrecer un servicio diferente a los tradicionales que se encuentran en estas.

Atributos del producto:

Este servicio que se va a ofrecer de alquiler de motos acuáticas de aventura en primer lugar es brindar nuevas experiencias de realizar turismo en las playas de Esmeraldas, por lo cual consiste no solo en el alquiler de la moto acuática sino en realizar tours por medio del mar para así visitar las principales playas de esta provincia con amigos y familiares, para así cumplir con la expectativa del cliente y hacer pasar un buen tiempo.

Algo importante que se debe tomar en cuenta, es que al contar con guías e instructores los tours, serán mucho más fáciles a la hora de practicar o utilizar el equipo para esta nueva experiencia, además que al contar con estos colaboradores que son de gran importancia para el servicio, ayudan a mantener seguro al cliente en caso de que haya algún problema con el equipo o con el entorno, también es importante recalcar que contara con sus respectivos implementos de seguridad para que el servicio no solo sea atractivo sino también seguro. Al hablar del equipo acuático que se va a ofrecer el cual es la moto

acuática se define que será prácticamente nuevo y llamativo para que el cliente este confiado con el equipo que se le va a prestar.

Servicio para el cliente:

Lo que este servicio busca entregar al cliente es ofrecer paquetes de tours para amigos o familia para así obtener una nueva experiencia de realizar turismo. Para esto se realizará 3 tipos de paquetes los cuales son:

- Visita 3 playas de Esmeraldas, las cuales serían Atacames, Tonsupa y Sua, en la primera playa se podrá pescar y conocer la fauna local, en la segunda playa se podrá conocer animales marinos y en la última playa se podrá realizar esquí acuático, con el acompañamiento de un guía y la duración de este tour será de 2 horas, además que se les brinda y regala una botella de agua y gorra por el clima, al finalizar se les compartirá fotos y videos de su experiencia.
- Visita 2 playas de Esmeraldas, las cuales podrían ser Atacames con una de estas playas que deseen escoger las cuales son Tonsupa o Sua, por lo cual al dirigirse se realiza pesca y conocer animales marinos, además que se cuenta con un guía respectivo para acompañarle y darle su implemento de seguridad, el tiempo de duración de este tour es de 2 horas respectivamente, para complementar el servicio se le brinda una botella de agua y gorra por el clima que se maneja en estas playas, y al finalizar se les compartirá sus fotos y videos de su experiencia.
- Alquiler del equipo acuático, consiste en disfrutar de la playa con un tiempo definido de una hora, por lo cual el instructor le dará las pautas del uso del equipo y el respectivo implemento de seguridad, además que se les observa por donde se debe trasladar para la seguridad del cliente y de turistas.

Servicio complementario para el cliente:

Además del servicio que se le ofrece al cliente lo que se busca dar como beneficio al cliente es brindar videos o fotos de su experiencia de manera gratuita para que así se sienta familiarizado con este servicio, además de esto se le da

una botella de agua y gorra debido al clima que se maneja en esta provincia, para que así el cliente este satisfecho por el servicio y cuando regrese de turismo a estas playas vuelva a realizar el servicio o pueda recomendar a familiares y amigos a que lo realicen.

Seguridad para el cliente.

Al ofrecer este servicio lo que se busca es brindar una experiencia única para el turista por lo cual un punto importante es la seguridad, debido a esto a la hora de realizar este servicio se le entrega el implemento necesario de seguridad el cual es el chaleco salvavidas ya que es de vital importancia para que realicen la actividad, además de que los guías e instructores serán capacitados para poder actuar ante cualquier problema que tenga el cliente.

Nombre de la marca:

El nombre que se eligió para este servicio es “WAVE TOURS EXPERIENCE”, ya que contiene lo que se va a ofrecer dentro de este servicio lo cual es vivir una experiencia única y realizar tours por medio de este equipo, por lo cual es el nombre ideal para la empresa.

Logotipo:



Figura 2: Logotipo de la empresa.

Colores y símbolos.

Los colores y símbolos que se ven representados en el logotipo son los siguientes:

Anaranjado: Tiene la representación del sol, debido a que es una característica importante de las playas de Esmeraldas y es un atractivo importante para la visita de turistas a estas playas.

Azul: Hace representación a la moto acuática y el cliente, lo cual son los principales puntos estratégicos del proyecto ya que la moto acuática es el producto principal para el servicio y el cliente es el que ayuda a generar ingresos.

Celeste: Hace representación a las olas del mar de las playas de Esmeraldas, ya que igual es una característica importante del logo y de la playa debido a que por ahí se transita para realizar el servicio.

Slogan:

El slogan que manejara la empresa será “Vive una nueva experiencia en las olas” debido a que los turistas conocerán un nuevo servicio atractivo y con nuevas experiencias de las playas de Esmeraldas.

5.2.2 Entorno físico:

La instalación que se usa para ofrecer el servicio será confortable y atractiva para el cliente, ya que cuenta con diversas imágenes de paisajes o aventuras que se han vivido en los tours y con la prestación del equipo acuático, por lo cual se detallará que contendrá dicha instalación.

En primer lugar se cuenta con una recepción la cual se ubica a la entrada de la instalación, para información sobre los diferentes servicios que se ofrecen para que el cliente se sienta bien, por lo cual tendrá 2 sillas al frente de un escritorio con una computadora, sillones a los extremos de la recepción como sala de espera para más clientes que estén interesados en el servicio y por último 1 televisor exponiendo videos de las diferentes experiencias realizadas mediante el equipo acuático que se ofrece.

En la parte trasera de la instalación se cuenta con una mini bodega en la cual se tendrá todos los implementos de seguridad para el cliente los cuales son chalecos salvavidas.

Además, la instalación cuenta con 2 baños, tanto 1 de hombres como 1 de mujeres con sus respectivos lavamanos, químicos de limpieza, espejos, para uso exclusivo de los clientes.

Un punto importante para la atención al cliente será que los colaboradores tanto recepcionistas, guías o instructores a la hora de comunicarse con el cliente cuentan con un uniforme específico lo cual será una camiseta polo de color blanca con el respectivo logotipo de la empresa en el lado izquierdo y su nombre al lado derecho para así demostrar al cliente con quien se comunica.

Al hablar del equipo acuático e implementos de seguridad se puede definir que cada moto acuática cuenta con el respectivo logotipo y número de teléfono de la empresa en los lados de esta, y en caso de los implementos de seguridad los chalecos salvavidas serán de color azul con el logotipo y número de teléfono de la empresa en la parte de atrás. Por lo cual serán fácilmente de distinguir tanto por colaboradores como por clientes.

5.2.3. Plaza

Estrategia de distribución selectiva:

Se utiliza esta estrategia ya que la distribución de este servicio se ofrece en 1 de las playas de la provincia de Esmeraldas la cual es Atacames, debido a que en esta playa existe gran afluencia de turistas de la ciudad de Quito como turistas internacionales específicamente del país vecino Colombia.

Puntos de venta:

Ubicación.



Figura 3: Ubicación de la empresa.

Tomado de: Google Maps.

La ubicación de la matriz de la empresa será en el cantón Atacames específicamente en las calles del malecón del mar y Pacifico, se eligió esta ubicación ya que en este espacio es donde se ubican las actividades acuáticas, además que para acceder a este sitio es fácil ya que se puede ir por transporte privado como a pie sin ningún tipo de problema.

Ruta de acceso:

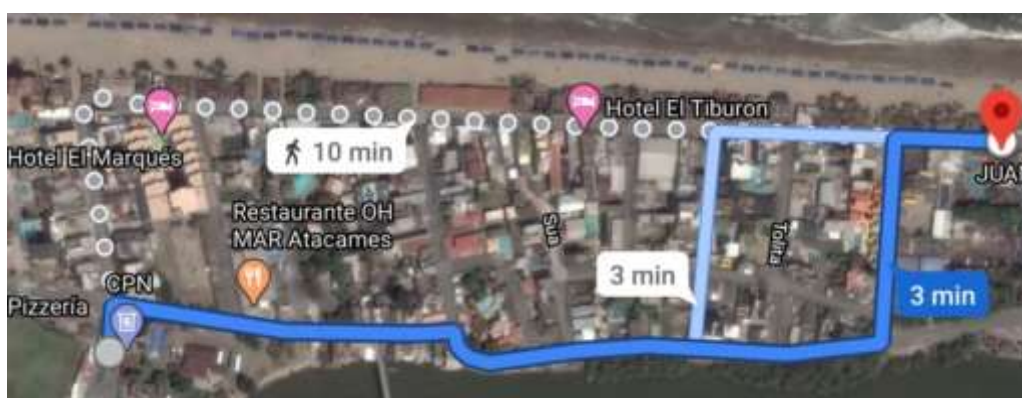


Figura 4: Rutas de accesos.

Tomado de: Google Maps.

Para llegar a la instalación en la cual se ofrecerá los servicios se puede observar que existen 3 tipos de rutas para llegar a la instalación tomando como punto de partida la entrada a la playa de Atacames, por lo cual la primera ruta es a pie la cual se observa en la imagen en forma de circulitos la cual tiene un tiempo de acceso de 10 minutos y el nombre de la avenida es malecón playa Atacames, en la segunda ruta es la de auto privado la cual se ubica en la imagen la línea de color azul y el tiempo de llegada es de 3 minutos y el nombre de las calles es Avenida 21 de Noviembre y, Pacifico y Avenida malecón playa Atacames.

Tipos de canales:

El tipo de canal que se utilizara será canal indirecto ya que este servicio se ofrecerá tanto en la instalación como con intermediarios debido a que se cuenta con dos tipos de mercados los cuales son turistas de la ciudad de Quito, como turistas internacionales específicamente de Colombia, por lo cual se busca

trabajar con agencias de turismo y hoteles para poder comunicar sobre el servicio a los turistas que visiten estas playas.

Horarios semanales para atención:

Los días y horarios que se atenderán a los clientes serán los siguientes ya que dependerá de las fechas:

- Feriados o vacaciones: Los días en que haya este tipo de fechas se atenderá desde las 9:00 A.M hasta las 17:00 debido a la gran afluencia de turistas que visitan estas playas.
- Fines de semana: Los Sábados y Domingos al igual que los feriados se atenderá a los clientes desde las 9:00 A.M. hasta las 17:00 ya que estos días son los que más visitan las playas las personas.
- Entre semana: Los días que se atenderá a los clientes será de martes a viernes desde las 10:00 A.M hasta las 17:00 P.M. ya que en estos días casi no hay visitas de turistas.

A continuación, se presenta un cronograma de cómo estará distribuido los horarios y días por paquetes que se van a ofrecer.

Tabla 7: *Cronograma de actividades del plan de negocio.*

Wave Tour experience.		Días						
Paquetes	Horarios	Lunes	Martes	Miercoles	Jueves	Viernes	Sabado.	Domingo.
Alquiler solo.	10:00 A.M-17:00 P.M							
Tour 2 playas.	9:00 A.M-17:00 P.M							
Tour 3 playas.	9:00 A.M-17:00 P.M							

5.2.4 Promoción:

Estrategia promocional:

Al hablar de la estrategia promocional se puede interpretar que se usan las 2 las cuales son Push (empuje) y Pull (atracción) debido a que se trabaja con intermediarios y directamente al consumidor final realizando campañas publicitarias para atraer a turistas, además que al tener como mercado objetivo turistas del país vecino Colombia se va a crear alianzas con agencias de turismo, hoteles para que así ofrezcan el servicio.

Estrategia Pull: Esta estrategia es basado en el turista nacional ya que se va a realizar publicidad en redes sociales 2 veces a la semana y promociones, para trabajar directamente con el consumidor y que se sientan atraídos por este servicio a la hora de visitar las playas.

Estrategia Push: Esta estrategia va directamente enfocada en el turista colombiano debido a que se va a trabajar con intermediarios específicamente Agencias de viajes, hoteles y redes sociales para que ayuden a ofrecer el servicio en paquetes turísticos que ofrezcan hacia los turistas cuando vayan a visitar estas playas.

Publicidad:

Página Web y Redes Sociales.

Se va a realizar publicidad mediante las plataformas que se crearan para la marca las cuales son: Pagina Web, y Redes Sociales específicamente Facebook e Instagram en la cual se Posts cada 4 días sobre los atractivos turísticos, precios o promociones del servicio. Además, que se van a publicar entrevistas realizadas al instructor y guía en el cual se demuestren las rutas y usos que se realizaran con el equipo acuático.

Flyers:

Otro punto importante será que se va a llegar a contar con una cantidad de 1.000 Flyers para entregar en fechas de feriados, vacaciones y fines de semana, debido a que en estas fechas existe gran afluencia de turistas hacia estas playas por lo cual será de gran ayuda para dar a conocer el servicio y lo puedan llegar a utilizar.

Promoción de ventas:

La promoción de ventas que se utiliza para personas y turistas interesados en realizar este servicio tendrán los siguientes beneficios. Al alquilar dos motos acuáticas en días entresemana, la tercera moto le saldrá gratis para afianzar relaciones con clientes y que lo vuelvan a realizar en un próximo viaje, y para Tours en fines de semana se va a realizar que, al alquilar una moto, la segunda

le salga gratis pero esta promoción durara los primeros 2 meses del primer año de funcionamiento.

Relaciones públicas:

Auspicios: Se van a realizar auspicios a eventos los cuales sean realizados en las playas de la provincia de Esmeraldas ya que sería de gran ayuda para dar a conocer el servicio de motos acuáticas de aventura.

Reuniones: Se van a realizar reuniones con propietarios de agencias de viajes, operadoras turísticas y administradores de hoteles, para darles a conocer el servicio que se implementará de las motos acuáticas, también los precios que ellos tendrán para ofrecer al cliente y el porcentaje que tendrán de ganancia por cada cliente que traigan para realizar el servicio, además que se les va a brindar un almuerzo costeño para así afianzar relaciones con los intermediarios.

Marketing directo:

Mailing: Se va a enviar correos electrónicos de información, promociones, descuentos a todos los clientes que estén registrados en la base de datos para que se enteren del servicio.

5.2.5. Personal:

Al hablar del personal o colaboradores se puede decir que son una parte importante e indispensable de la empresa debido a que son las personas que cumplen con el contacto y comunicación hacia el cliente, por lo cual son de gran ayuda para la creación de este proyecto, a continuación, se realiza una tabla de los diferentes cargos para los colaboradores.

Tabla 8: *Colaboradores con sus respectivos puestos y funciones.*

Numero de colaboradores	Puesto.	Función.
1	Recepcionista.	La función para este puesto será principalmente la atención al cliente, brindar los servicios que se ofrecen, los métodos de pagos existentes, y la reservación de horarios.
1	Guía.	La función para este puesto es informar el servicio adquirido, guiar las rutas, los tiempos del tour, estar activo a cualquier tipo de

		problema que tenga el cliente, y acompañar al cliente en los paquetes Tours.
1	Instructor.	La función de este puesto es indicar el uso del equipo acuático, las precauciones a tomar, el uso de los implementos de seguridad y estar pendiente por donde transita el cliente, especialmente en el paquete de solo alquiler.
1	Operador de mantenimiento.	La función de este puesto es revisar el equipo que este en pleno funcionamiento antes de alquilarlo, estar atento a cualquier tipo de problema que tenga el equipo en el alquiler, resolver problemas del equipo de manera eficaz.

Capacitación al colaborador.

Este punto es muy importante para colaboradores como para el personal general debido a que se realizaran capacitaciones cada 2 meses, al hablar de recepcionistas, se les va a capacitar para mejorar sus conocimientos, habilidades de atención al cliente, hasta cómo afrontar algún tipo de problema si ocurriera, por lo cual esto es de suma importancia para saber cómo tratar a un cliente, como comunicarse entre otras cosas, al hablar de instructores, guías y operadores de mantenimiento se les va a capacitar enseñando el manejo de los equipos, las rutas que se darán y el mantenimiento necesario para el funcionamiento del equipo, además que se les brindara charlas de afrontar problemas en caso de que sucedan, por lo cual estas capacitaciones serán muy importantes para que los colaboradores entreguen de mejor manera el servicio al cliente.

5.2.6. Procesos:

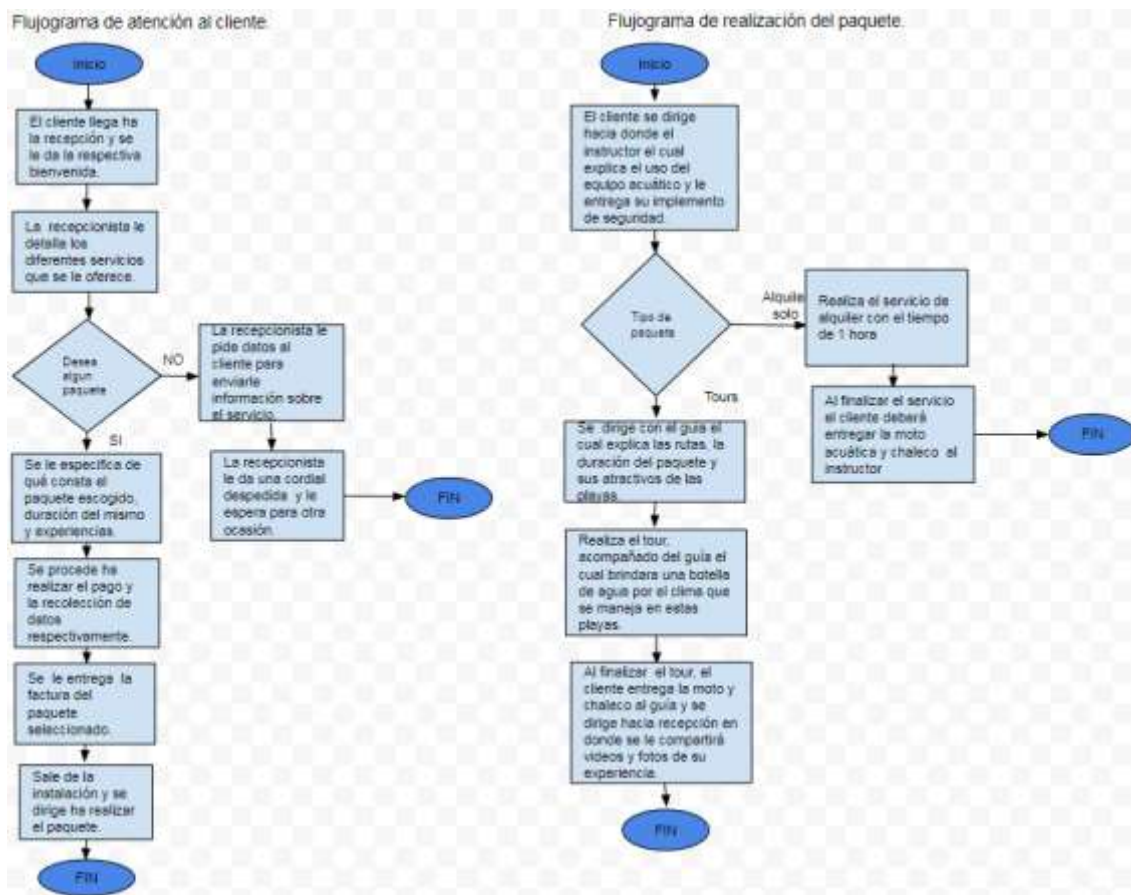


Figura 5: Flujo para el servicio del plan de negocio.

5.2.7. Precio:

Costo de ventas.

A continuación se va a presentar los diferentes costos que se tendrá para poder brindar este servicio, por lo cual se ha decidido tomar en cuenta los paquetes que se ofrecerán y los distintos costos que se tienen respectivamente.

Tabla 9: Sesiones para el costeo.

Producto	Unidades.	Horarios de atención	Hora por día	Paquetes	Sesiones al día	Sesiones a la semana	Sesiones al mes
Moto acuática.	4	Martes a Viernes.	7	Alquiler	28	112	448
		Sábado a Domingo.		4	Tours	16	32
						TOTAL CLIENTES AL MES	576

En esta tabla se puede observar que se cuenta con 4 motos acuáticas para ofrecer el servicio de Martes a Domingo, para así obtener cuántas sesiones se tendrá cada uno de los días, por cada semana y al mes respectivamente para

poder obtener los costos por cada paquete que se ofreciera, a continuación se van a ver reflejados los distintos paquetes que hay.

Tabla 10: *Costeo paquete 3 playas.*

Paquete 3 playas	Costo mensual	Criterio de prorrateo	Valor de prorrateo	Costo unitario
Instructor	240	Total de clientes al mes	576	0,42
Guía	80	Total de clientes Tours al mes	128	0,63
Lancha	38,33	Total de clientes Tours al mes	128	0,30
Moto acuática	116,67	Total de una moto uso al mes	144	0,81
Chaleco de seguridad	0,69	Total de chaleco uso al mes	144	0,005
Recepcionista	400	Total de clientes al mes	576	0,69
Operador de mantenimiento	250	Total de clientes al mes	576	0,43
Gasolina moto	78	Total de uso de una moto al mes	144	0,54
Gasolina lancha	50	Total de clientes Tours al mes	128	0,39
Arriendo	400	Total de clientes al mes	576	0,69
serv. Basicos	30	Total de clientes al mes	576	0,052
servicios generales	30	Total de clientes al mes	576	0,052
Botellas de agua	32	Total de clientes tours al mes	128	0,250
Gorras para clientes	100	Total de clientes Tours al mes	128	0,781
			Total costo	6,05
			Precio de paquete	35
			Comision agencia de viajes	3,5
			margen de ganancia	25,45
			porcentaje	73%

Al ver (Ortega, J., Borja, F., & Moreno, M., 2017) En esta tabla se puede observar cuanto costara brindar el paquete 3 playas a los clientes, tomando en cuenta todos los atributos que se le ofrece, por lo cual al sacar todos los costos que hay da un valor de \$6,05 por este paquete, además que se debe tomar en cuenta la comisión que se les da a las agencias, hoteles para trabajar, lo cual es un 10% del precio total el cual es \$35, al restarle los costos da que se tendrá como margen de ganancia \$25,45 respectivamente, lo cual representa el 73% del precio que será ganancia.

Tabla 11: *Costeo paquete 2 playas.*

Paquete 2 playas	Costo mensual	Criterio de prorrateo	Valor de prorrateo	Costo Unitario
Instructor	240	Total de clientes al mes	576	0,417
Guía	40	Total de clientes Tours al mes	128	0,313
Moto acuática	116,67	Total de clientes Tours al mes	128	0,911
Lancha	38,33	Total de una moto uso al mes	144	0,266
Chaleco de seguridad	0,69	Total de chaleco uso al mes	144	0,005
Recepcionista	400	Total de clientes al mes	576	0,694
Operador mantenimiento	250	Total de clientes al mes	576	0,434
Gasolina lancha	50	Total de clientes Tours al mes	128	0,391
Gasolina moto	78	Total de uso de una moto al mes	144	0,542
Arriendo	400	Total de clientes al mes	576	0,694
Serv. Basicos	30	Total de clientes al mes	576	0,052
Serv. Generales	30	Total de clientes al mes	576	0,052
Botellas de Agua	32	Total de clientes Tours al mes	128	0,250
Gorras para clientes	100	Total de clientes Tours al mes	128	0,781
			Total costo	5,80
			Precio del paquete	30
			Comision agencia de viajes:	3
			Margen de ganancia	21,20
			Porcentaje	71%

Al observar la tabla del paquete 2 playas, se tiene en cuenta los diferentes atributos que se dara en este servicio, por lo cual al tener todos los costos da \$5,80 que cuesta para dar este servicio, pero al igual que el primer paquete se debe tomar en cuenta la comisiòn de un 10% del precio que se entrega a la agencias, hoteles para trabajar con la empresa respectivamente, por lo cual al restarle todos los costos con el precio el cual es de \$30, da como resultado que se tendra un margen de ganancia de \$21,20, que representa el 71% del precio respectivamente lo cual es muy bueno.

Tabla 12: *Costeo paquete por alquiler solo.*

Alquiler solo	Costo mensual.	Criterio de prorrateo	Valor de Prorrateo	Costo Unitario
Instructor	240	Total de clientes al mes	576	0,417
Moto acuatica	116,67	Total uso de una moto al mes	144	0,810
Chaleco de seguridad	0,69	Total de clientes al mes	576	0,001
Recepcionista	400	Total de clientes al mes	576	0,694
Operador mantenimiento	250	Total de clientes al mes	576	0,434
Gasolina moto	78	Total uso de una moto al mes	144	0,542
Arriendo	400	Total de clientes al mes	576	0,694
Serv. Basicos	30	Total de clientes al mes	576	0,052
Serv. Generales	32	Total de clientes al mes	576	0,056
			Total costo	3,70
			Precio del paquete	25
			Margen de ganancia	21,30
			Porcentaje	85%

Al observar la tabla del servicio de alquiler se toma en cuenta los diferentes atributos que se le entregara al cliente, por lo cual se procede a obtener el costo por cada uno de ellos y al sumarlo da como costo total \$3,70 y al restarle el precio de este paquete el cual es de \$25 da como resultado que se tendra un margen de ganancia de \$21,30, lo cual representa el 85% del precio lo cual es muy bueno, ademas que es el paquete en el que se obtiene mayor margen de ganancia.

Estrategia de precios:

La estrategia de precios que se utiliza es la de descremado de precios, debido a que el servicio que se ofrece es completamente diferente, novedoso y de mejor calidad al comparar con las actividades tradicionales de la competencia que se ofrece en estas playas, por ende el precio es más alto, debido a esto la estrategia que se utiliza es la más óptima para este servicio ya que también en la propuesta de valor se utiliza la estrategia de más por más la cual es mayor precio por mayor

beneficio al comparar con los servicios que ofrece la competencia respectivamente.

Estrategia de entrada:

La estrategia de entrada que se usa es la de más por más ya que el servicio que se ofrece es completamente nuevo en estas playas es por eso que el precio que se cobra es alto pero los beneficios que recibe el cliente también son mejores al hablar de experiencia, disfrute, pasar bien, entre otros, comparado con la competencia.

Estrategia de ajuste.

La estrategia de ajuste que se usa para este servicio es la de fijación de precios de descuento y bonificaciones debido a que en los meses 3 y 4 del primer año de funcionamiento se les realiza estos descuentos en los paquetes de Tours, esto se hace para familiarizar a los clientes con la empresa e incrementar las ventas del servicio a corto tiempo, a continuación, se presenta una tabla de los diferentes descuentos.

Tabla 13: *Descuentos para clientes.*

Descuento	Descripción	Valor
Grupos- Tour- fines de semana	Para turistas y clientes que utilicen el servicio de tour 3 o 2 playas obtendrán un descuento por una moto.	10%
Grupos- Tours - feriado.	Los clientes y turistas que deseen utilizar el servicio Tour 3 o 2 playas obtendrán un descuento por una moto.	5%

6. Propuesta de filosofía y cultura organizacional

6.1. Misión, Visión, Objetivos de la organización.

Misión:

“Wave tours experience” es una empresa que se dedica a promover el turismo y los deportes acuáticos en las playas de Esmeraldas, especialmente con el

alquiler de motos acuáticas de aventura, para así satisfacer nuevas experiencias, vivencias y el disfrute de los mares de la provincia verde con familiares y amigos, contando con colaboradores muy bien capacitados para así ofrecer el mejor servicio.

Visión:

Para el año 2025, ser la empresa líder en deportes y turismo acuático en las playas de la provincia de Esmeraldas, además de ser reconocidos a nivel nacional e internacional como una empresa que brinda seguridad y confianza a la hora de ofrecer y entregar sus servicios, para así cumplir con las expectativas de los clientes.

Objetivos de la organización.

Objetivos a corto plazo.

- En los primeros 2 meses, ser una empresa que garantiza al cliente seguridad, confianza y bienestar en sus servicios a entregar.
- En los primeros 6 meses de funcionamiento realizar alianzas con hoteles y agencias de turismo para ofrecer el servicio a turistas nacionales e internacionales específicamente del país vecino Colombia.
- En los primeros 6 meses contar con un mínimo de 2.000 seguidores en las plataformas digitales de la empresa como Instagram y Facebook para una interacción constante entre empresa y cliente.

Objetivos a mediano plazo.

- Para el segundo año de funcionamiento realizar capacitaciones a los colaboradores para ofrecer y entregar un mejor servicio a turistas.
- Para el tercer año de funcionamiento, establecer relaciones con la alcaldía de Esmeraldas para estar presentes como marca en eventos que se realicen y así poder promocionar a mayor alcance el servicio.
- Para el tercer año, establecer alianzas estratégicas con proveedores de botellas de agua y gorras, para así lograr mejores acuerdos y poder entregar mejores productos a clientes.

Objetivos a largo plazo.

- Para el 6 año de funcionamiento, aumentar en un 25% la capacidad máxima para el servicio de Tours, por lo cual se adquirirá 3 nuevas motos acuáticas más para abarcar mercado.
- Desde el 6 año de funcionamiento, estar ubicados en todas las playas de Esmeraldas para ofrecer el servicio de tours y alquiler.
- Para el séptimo año de funcionamiento, realizar un evento de competencia de motos acuáticas en la playa de Atacames – Esmeraldas.

6.2. Plan de operaciones:

Cadena de valor.



Figura 6: Cadena de valor.

Al analizar la cadena de valor se puede observar que se cuenta con 2 actividades las cuales son: Actividades primarias y actividades de apoyo por lo cual se explicara que procesos son los que generan valor para la empresa.

Actividades primarias se observa la logística de entrada la cual consta de la compra de los productos necesarios para la entrega del servicio, además de las reservaciones que se tendrán para el servicio. En operaciones son los servicios que se realizaran en la empresa los cuales son alquiler y tours respectivamente. Después es la entrega del servicio y la realización de informes de registros del servicio prestado. En marketing y ventas es la realización de publicidad,

convenios y promociones para la familiarización con los clientes, también los clientes después apoyaran con la retroalimentación del servicio prestado para mejorarlo si es necesario.

Al hablar de las actividades de apoyo en primer lugar son los procesos de apoyo que se contara en la empresa, es por eso que se contara con 5 colaboradores capacitados para ofrecer un buen servicio, además de los productos y tecnologías necesarias las cuales son las motos acuáticas y las plataformas digitales que apoyaran a informar de mejor manera el servicio a entregar, y por último se debe tomar en cuenta los proveedores del producto e implementos de seguridad para la entrega del servicio respectivamente.

Mapa de procesos.

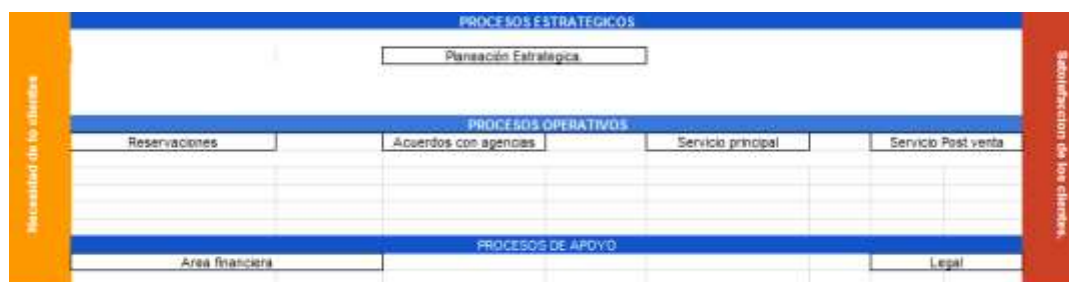


Figura 7: Mapa de procesos.

Al observar el mapa de procesos se puede ver que se contara con 3 procesos principales los cuales son:

- **Proceso estratégico:**
Planeación estratégica: En este proceso se desarrollará los planes y propósitos de las actividades de la empresa.
- **Procesos operativos.**
Reservaciones: Llevar a cabo los procesos de recepción de clientes en caso de que quieran reservaciones.
Acuerdos con agencias: Concretar acuerdos con agencias de turismo para ofrecer nuestro servicio.
Servicio principal: Alquiler del equipo acuático y Tours 3 o 2 playas.

Servicio Post- Venta: Retroalimentación de los servicios entregados al cliente por medio de la empresa.

- **Procesos de apoyo:**

Área financiera: Contador.

Legal: Permisos, tramites y seguros.

Flujograma de procesos.

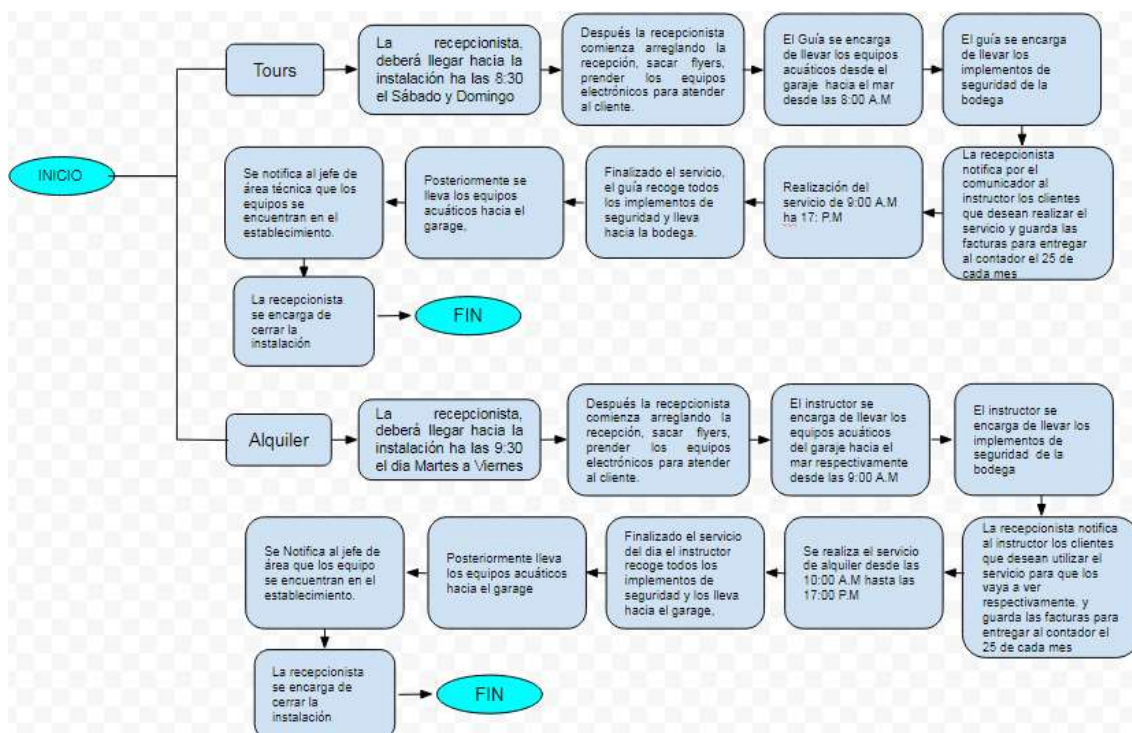


Figura 8: Flujograma de procesos.

Al observar el flujograma de cómo se llevara a cabo las labores de los colaboradores se ve que existen los dos paquetes que se va a ofrecer en el cual los colaboradores tendrán que realizar las distintas situaciones que se den respectivamente como al hablar de la recepcionista se toma en cuenta el tiempo en el cual debe llegar y que debe hacer en un día de trabajo, al igual que el instructor y guía para poder ofrecer el servicio de la mejor manera.

A continuación, se detallan 2 tablas para el correcto funcionamiento de la empresa:

Tabla 14: Vehículos.

Ítem	Cantidad	Costo total	Costo unitario
Camioneta Hilux 4x4	1	27.400	27.400

Al observar la tabla número 18 se encuentra que se necesita una camioneta para la movilización de las motos acuáticas hacia el garaje respectivamente.

Tabla 15: *Equipos de computación y comunicación.*

Ítem	Cantidad	Costo total	Costo unitario
Computadora HP Intel Core i7.	1	955	955
Impresora Epson L3 110	1	195	195
Teléfono Panasonic Inalámbrico	2	80	40
Radio Motorola Boeing	3	90	30

Al observar la tabla número 19 se encuentra que se tendrá una computadora para registros de clientes, una impresora para las facturas, un teléfono en caso de que deseen información del servicio o reservaciones respectivamente y por ultimo las radios Motorola para la comunicación entre colaboradores a la hora de entregar el servicio.

6.3. Estructura organizacional.

6.3.1. Estructura legal.

La estructura legal que contendrá la empresa es de Compañía Limitada ya que la empresa estará constituida por 2 socios de los cuales el primer socio aportara el 60% del capital y el segundo socio el 40% respectivamente, por lo cual el segundo socio tendrá que tomar en cuenta permisos, tramites y seguros para que la empresa funcione de manera correcta y no existan problemas.

6.3.2. Tipo de estructura:

La estructura que se manejara en la empresa es estructura funcional la cual estará dividida por diferentes funciones de las cuales el gerente general es el que tomara las decisiones más importantes para la empresa, también se encargara de los permisos y seguros para que funcione de manera correcta la empresa, además se debe tomar en cuenta el contador, recepcionista y el área técnica el cual supervisara a los demás puestos los cuales son Instructor, Guía, Operador de mantenimiento.

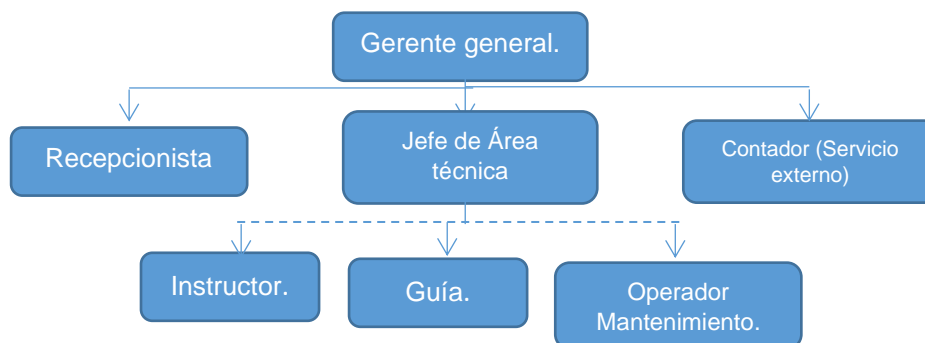


Figura 9: Organigrama funcional de la empresa.

A continuación se analizará el funcionamiento de los puestos del organigrama, en primer lugar se encuentra el gerente general que es el que toma las decisiones más importantes para la empresa y las ordenes respectivas, además se encargará de cumplir con todos los permisos y seguros para el funcionamiento de la empresa, el contador es el que se encargará de el funcionamiento financiero de la empresa tanto de inversiones, de ingresos y los respectivos gastos que se realicen, la recepcionista se encargará de la atención del cliente directamente a la hora de ofrecer el servicio y el jefe de área técnica será el que se responsabiliza por los hechos que sucedan en los puestos más específicos como Instructor, Guía y Operador de mantenimiento cuando se lo necesite, en caso de que ocurra algún problema en estos puestos se tendrá que notificar al gerente general para tomar las respectivas decisiones.

7. Evaluación financiera

7.1. Proyección de ingresos, costos y gastos.

Tabla 16: *Proyección de ingresos.*

Ingresos anuales	Primer año	Segundo año	Tercer año	Cuarto año	Quinto año
Tour 3 playas	17.920,00	21.747,36	25.880,41	29.923,02	33.443,52
Tour 2 playas	15.360,00	18.676,96	22.670,41	26.211,60	29.295,45
Alquiler solo	21.300,00	26.289,99	31.671,65	37.143,61	42.049,83
Total ingresos	54.580,00	66.714,30	80.222,48	93.278,24	104.788,80

Los ingresos son una parte fundamental para la implementación del plan de negocio, es por eso que se crearon 3 paquetes de servicios ubicados en el marketing mix para ofrecer a los clientes para que escojan, estos paquetes

constan del precio, el incremento anual que está basado en la inflación, crecimiento de la industria y participación respectivamente, para así obtener los ingresos de cada paquete y el total por cada año, además se puede observar que cada año suben los ingresos debido a las ventas que se tendrá de cada paquete, algo importante que se debe tomar en cuenta es la política de cobros que se lleva en la empresa la cual es al contado ya que al ser un servicio deportivo turístico la mejor opción es cobrar todo al instante.

Tabla 17: *Costos de los productos.*

Total costo inventario	Años	Inicial	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	Botellas de agua	19,50	516,00	613,04	713,72	805,41	842,55
	Gorras	60,84	1.067,20	1.267,12	1.475,04	1.662,32	1.698,57
	Total	80,34	1.583,20	1.880,16	2.188,76	2.467,72	2.541,12

En la tabla número 17, se observa los costos proyectados a 5 años que tendrá la empresa en el cual se puede observar que se tendrá 2 productos los cuales son las botellas de agua y las gorras para el servicio de Tours específicamente, también se observa que cada año que pasa va incrementando el total de los costos debido a que incrementa los clientes que utilizan este servicio respectivamente. Algo importante que cabe recalcar es que el manejo de inventario que posee la empresa es mensual y se adquiere el 100% de los productos para cada uno de los meses de funcionamiento.

Tabla 18: *Gastos generales.*

Gastos anuales	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	100,00	9.536,00	9.330,06	9.526,14	9.930,92	9.931,31

A continuación, se observa los gastos que se tendrán anualmente al ofrecer el servicio respectivamente de los cuales están gastos de arriendo, capacitaciones, legales, gasolina de los equipos y gastos de marketing mix, entre otros. Estos gastos son anualizados para saber en qué nomas se gasta respectivamente para ofrecer el servicio, además se puede observar que del año 1 al año 2 se reduce un poco el gasto, pero para el tercer, cuarto y quinto año vuelve a incrementar ya que existen gastos que se realizan en ciertos años, esto se debe a que los gastos se incrementan anualmente por la inflación, también se debe tomar en

cuenta la política de pagos a proveedores la cual se maneja mensualmente y se paga el mismo día que se adquiere los productos o servicios.

7.2 Inversión inicial, Capital de trabajo y Estructura de capital.

Tabla 19: *Inversión inicial del plan de negocios.*

Inversiones	
Inversiones PPE	56.130,00
Inversiones intangibles	-
Inventario inicial	80,34
Capital de trabajo	506,85
Gastos legales	500,00
Total inversion inicial	57.217,19

La inversión total que tiene el proyecto para iniciar es de 57.217,19 dólares de los cuales están divididos en inversiones de propiedad, planta y equipo, que están constituidos por la inversión en los vehículos, muebles y equipos de computación, por lo cual es la mayor inversión que se tendrá ya que es de \$56.130, después se tiene el inventario inicial el cual es de \$80,34 y consta de la adquisición de gorras y botellas de agua para entregar en el servicio de Tours, a continuación se observa el capital de trabajo el cual es de \$506,85 que se debe tener para anticiparse a los saldos de los diferentes gastos que se deben pagar respectivamente a corto tiempo, y por último la inversión en gastos legales el cual consta de seguros, permisos, trámites el valor es de \$500 y esto sirve para que la empresa funcione de manera correcta y así entregar el mejor servicio.

Tabla 20: *Estructura de capital.*

	Estructura de capital	
	Propio	Deuda
	50%	50%
2 Socios		
14.304,30	28.608,60	28.608,60

Para la implementación del plan de negocios se necesita la estructura de capital la cual está formada por dos partes, la primera parte es la inversión propia el cual

conforma el 50% y la otra parte se basa de la deuda por un préstamo al banco del pacifico el cual es el otro 50% para completar la inversión total a realizar.

Capital propio: El capital propio que se maneja es otorgado por 2 socios los cuales invertirán el primer 50% de la inversión total para iniciar el proyecto.

Préstamo bancario: Este valor es el otro 50% restante para poder completar el capital de inversión, por lo cual se realiza un (Préstamo Emprendedor) al Banco del Pacífico y será pagado a 60 meses.

Tabla 21: *Pago mensual de préstamo.*

Deuda	Anual	Mensual
Monto	28.608,60	
Tasa de interes	9,50%	0,79%
Plazo	5 años	60

Pago mensual	600,83
---------------------	---------------

El valor del préstamo bancario es de \$28.608,60 el cual se realiza al Banco del Pacifico para así completar el total de la inversión inicial con una tasa del 9,50% de interés anual, en un periodo de 5 años o 60 meses respectivamente, para esto se debe pagar mensualmente una cantidad de \$600,83.

7.3 Proyección de estados de resultados, situación financiera, estados de flujo de efectivo y de caja.

Tabla 22: *Estado de resultados anual.*

ESTADO DE RESULTADOS ANUAL.					
Años	1	2	3	4	5
Ventas	54.580,00	66.714,30	80.222,48	93.278,24	104.788,80
Costos de productos vendidos	512,00	609,03	709,21	802,41	877,54
Utilidad bruta	54.068,00	66.105,27	79.513,27	92.475,83	103.911,26
Gastos sueldos	21.441,20	23.316,49	23.802,23	24.298,63	24.805,93
Gastos generales	8.936,00	8.716,88	8.899,49	9.290,51	9.276,84
Gastos de depreciacion	11.317,02	11.317,02	11.317,02	11.317,02	11.317,02
Gastos honorarios	8.640,00	8.829,76	9.023,68	9.221,86	9.424,40
Util. Antes de interes, amor. y participacion	3.733,78	13.925,12	26.470,85	38.347,81	49.087,07
Gastos de intereses	2.516,96	2.051,19	1.539,19	976,38	357,70
Utilidad antes de impuestos y participacion	1.216,82	11.873,93	24.931,66	37.371,43	48.729,37
15% participacion trabajadores	182,52	1.781,09	3.739,75	5.605,72	7.309,40
Utilidad antes de impuestos	1.034,29	10.092,84	21.191,91	31.765,72	41.419,96
25% impuesto a la renta	258,57	2.523,21	5.297,98	7.941,43	10.354,99
Utilidad neta	775,72	7.569,63	15.893,93	23.824,29	31.064,97

Al observar el estado de resultados se ve que desde el primer año de funcionamiento ya se cuenta con utilidad, aunque sea mínima por lo cual se tendría que volver a invertir para seguir generando mayores utilidades respectivamente para el siguiente año, además se observa que año tras año se genera un crecimiento de las utilidades, esto se debe a que se logra pagar todas las obligaciones para el funcionamiento de la misma, y se puede observar las utilidades que se tendrá cada año.

Tabla 23: *Estado de situación financiera anual.*

ESTADO DE SITUACION FINANCIERA ANUAL						
Año	Inicial	1	2	3	4	5
Activos	57.217,19	53.898,73	56.637,43	67.279,57	85.219,46	109.761,63
Corrientes	1.087,19	9.085,75	23.141,47	45.100,63	74.357,54	110.216,73
Efectivos	1.006,85	8.942,93	22.974,17	44.905,79	74.143,34	110.140,73
Cuentas x cobrar			-	-	-	-
Inv. Productos terminados	80,34	142,82	167,30	194,84	214,20	76,00
Inv. Materia prima	-	-	-	-	-	-
Inv. Suministros de fabricacio	-	-	-	-	-	-
No corrientes	56.130,00	44.812,98	33.495,96	22.178,94	10.861,92	487,99
Propiedad, planta y equipo	56.130,00	56.130,00	56.130,00	56.130,00	56.130,00	56.130,00
Depreciacion acumulada	-	11.317,02	22.634,04	33.951,06	45.268,08	56.585,10
Intangibles	-	-	-	-	-	-
Amortizacion acumulada	-	-	-	-	-	-
Pasivos	28.608,60	24.514,42	19.683,49	14.431,70	8.547,29	2.024,49
Corrientes	-	598,86	926,74	1.345,77	1.694,99	2.024,49
Cuentas x pagar	-	-	-	-	-	-
Sueldos x pagar	-	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00
Impuestos x pagar	-	198,86	526,74	945,77	1.294,99	1.624,49
No corrientes	28.608,60	23.915,56	18.756,74	13.085,93	6.852,30	-
Deuda a largo plazo	28.608,60	23.915,56	18.756,74	13.085,93	6.852,30	-
Patrimonio	28.608,60	29.384,32	36.953,94	52.847,87	76.672,16	107.737,13
Capital	28.608,60	28.608,60	28.608,60	28.608,60	28.608,60	28.608,60
Utilidades retenidas	-	775,72	8.345,35	24.239,28	48.063,57	79.128,54
Comprobacion	-	-	-	-	-	-

Al observar el estado de situación financiera anual se puede interpretar que los activos no corrientes es el mayor número que se tiene esto se debe a que es la inversión que se realizara en los vehículos, muebles y equipos de computación para funcionar de manera correcta, al observar los activos corrientes se puede observar que se empieza con un valor mínimo de efectivo, pero pasando los años se va incrementando esto se debe al aumento de ingresos que se va a tener por los paquetes, además que no se contara con cuentas por cobrar debido a que todo será pagado al instante.

Al hablar de los pasivos el valor más alto es la deuda que se tendrá por el préstamo bancario, pero se va disminuyendo año tras año debido a lo que se va pagando, también al hablar de pasivos corrientes se puede observar que los impuestos van creciendo cada año. No se cuenta con cuentas x pagar ya que todo será pagado al instante a los proveedores. Y por último se observa el capital que se cuenta para el funcionamiento de la empresa y las utilidades retenidas que se tendrá cada año.

Tabla 24: *Flujo de efectivo del plan de negocios.*

Flujo de efectivo	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
	7.936,08	14.031,24	21.931,62	29.237,54	35.997,39

Para el plan de negocios se observa que desde el primer año de funcionamiento presenta liquidez, también el valor va creciendo año a año de funcionamiento, por lo cual da como resultado que la empresa cuenta con un flujo de efectivo desde el primer año de funcionamiento y mantiene su liquidez por los siguientes años, esto se debe a que existe variación de entradas de dinero.

Tabla 25: *Flujo de caja del proyecto.*

Flujo de caja del proyecto.						
Años	0	1	2	3	4	5
Flujo de efectivo operativo	-	13.926,81	20.127,49	27.806,93	35.056,05	41.679,16
Variacion del capital de trabajo neto	- 506,85	962,89	303,40	391,49	329,86	- 1.480,79
Gastos de capital	-57.217,19					2.758,53
Flujo de caja proyecto	-57.724,04	14.889,71	20.430,90	28.198,41	35.385,91	42.956,91

Se puede observar en el flujo de caja del proyecto que al inicio se cuenta con una inversión de 57.724,04 la cual es negativa, pero para los siguientes años ya hay valores positivos siempre siendo progresivos respectivamente, esto quiere decir que la empresa tiene liquidez desde el primer año de funcionamiento y cada año va progresando y mejorando.

7.4. Flujo de caja del inversionista, cálculo de la tasa de descuento y criterios de valoración.

Tabla 26: *Flujo de caja del inversionista.*

Flujo de caja del inversionista						
Años	0	1	2	3	4	5
Flujo de caja del proyecto	-57.724,04	14.889,71	20.430,90	28.198,41	35.385,91	42.956,91
Prestamo	28.608,60					
Gasto interes		- 2.516,96	- 2.051,19	- 1.539,19	- 976,38	- 357,70
Amortizacion del capital		- 4.693,04	- 5.158,81	- 5.670,81	- 6.233,63	- 6.852,30
Escudo fiscal		912,40	743,56	557,96	353,94	129,67
Flujo de caja del inversionista	-29.115,45	8.592,10	13.964,45	21.546,36	28.529,84	35.876,57

Para el cálculo del flujo de caja del inversionista lo que se requiere es el flujo de caja del proyecto, el préstamo bancario, los gastos intereses, la amortización del capital y el escudo fiscal. Con estos ítems se prosigue a realizar el cálculo para medir la rentabilidad de toda la inversión, gastos que se ha realizado para el funcionamiento de la empresa.

Tabla 27: *Criterios de valoración.*

Cálculo de la Tasa de Descuento	
D (% Apalancamiento)	50,00%
E (% Recursos Propios)	50,00%
D+E	100,00%
D/E	100,0%
Kd (Costo deuda)	9,50%
T (Tasa de Impuesto)	36,25%
rf (Tasa libre de riesgo)	0,26%
Rm - rf (Premio por el Riesgo)	6,43%
β l (Beta apalancada o del patrimonio)	1,0644
β u (Beta desapalancada o de los activos)	0,65
EMBI (Riesgo País)	27,42%
CAPM = [rf + β l (Rm - rf)] + EMBI	34,52%
WACC = [(D) (Kd) (1-t)] + [(E) (CAPM)]	20,29%

Criterios de inversion	Flujos de caja	
	CAPM	WACC
VAN	\$ -3.174,74	\$ 28.001,23
IR	0,95	1,96
TIR	31,98%	49%
Periodo recuperado	2,83	2,47

Los criterios de inversión son los que se encargan de ver si el plan de negocios es viable o no, también se encargan de ver si hay rentabilidad o no respectivamente y si se acepta el proyecto.

Al observar el primer criterio el cual es el VAN se puede definir que al analizar los sistemas de entradas y salidas de dinero en el cual se cuenta con -3.174,74

en CAPM y 28.001,23 en CAPM respectivamente, se define que al hablar del flujo de caja del proyecto no es rentable en los 5 años de funcionamiento propuestos, pero en el flujo de caja del inversionista el proyecto si es viable, después se puede observar el IR el cual es el índice de retorno, se puede observar que por cada dólar invertido en el CAPM se pierde 0,5 centavos de dólar, mientras que en el WACC se gana 0,96 centavos de cada dólar, el siguiente es la TIR o tasa interna de retorno, la cual es de 31,98% para el CAPM y 49% para el WACC es por eso que se podría aceptar el proyecto pero siendo financiado respectivamente, y por último se observa el periodo de recuperación en el cual se observa que a partir del segundo año de funcionamiento se recuperaría la inversión realizada en el plan de negocios.

Tabla 28: Razones financieras.

		Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Industria
Liquidez	Razon circulante		15,17	24,97	33,51	43,67	54,44	1,925
Solvencia	Razon deuda- capital	Veces	0,83	0,53	0,27	0,11	0,02	0,249
	Razon deuda total		46,92%	49,49%	57,48%	66,43%	73,94%	
	Cobertura de intereses		1,48	6,79	17,20	39,28	137,23	
	Cobertura de efectivo	Veces	5,98	12,31	24,55	50,87	168,87	
Actividad	Periodo de inventario		100%	100%	100%	100%	100%	35,176
	Dias de venta en inventario		365	365	365	365	365	
	Rotacion de capital de trabajo neto		107,68	131,62	158,28	184,03	206,74	
	Valoracion de la empresa		53.898,73	56.637,43	67.279,57	85.219,46	109.761,63	
Rentabilidad	ROA	%	0,09	0,33	0,35	0,32	0,28	0,026
	ROE	%	0,03	0,26	0,56	0,83	1,09	
	Margen neto	%	0,01	0,11	0,20	0,26	0,30	
	Margen bruto		0,99	0,99	0,99	0,99	0,99	
	Margen operativo		0,07	0,21	0,33	0,41	0,47	

Razones de liquidez: Al hablar de las razones de liquidez se puede observar que en la industria existe una liquidez del 1,925, por lo cual al comparar con “Wave Tours Experience” se puede interpretar que desde el primer año de funcionamiento no existe problemas de liquidez en la empresa ya que la capacidad de efectivo es fuerte.

Razón de solvencia: Al observar el valor de la industria el cual es de 0,249, se puede interpretar que el proyecto tiene un endeudamiento activo desde el cuarto año de funcionamiento ya que el 0,11 se encuentra financiado, es por eso por lo que los tres primeros años de funcionamiento la empresa sobrepasa el endeudamiento y a partir del cuarto año comienza a vencer la capacidad de efectivo que existe.

Razón de actividad: La actividad de la industria es de 35, 176, por lo cual la empresa está aventajándose completamente ya que cada año de funcionamiento la actividad sobrepasa a la de la industria siendo esto positivo.

Razón de rentabilidad: la rentabilidad de la industria es de 0,026, por lo cual desde el segundo año se puede evidenciar que se cuenta con rentabilidad mayor que el de la industria y crece favorablemente año tras año en la comparación con la competencia que existe.

8. Conclusiones generales:

El plan de negocios para la creación de una empresa de alquiler de motos acuáticas de aventura en las playas de Esmeraldas interpreta la viabilidad del proyecto, por lo que se llega a considerar las siguientes conclusiones:

- Al observar el análisis externo se interpreta que existen grandes oportunidades para realizar un emprendimiento en la industria ya que existen leyes que incentivan a realizar deporte para llevar una vida saludable, además que se han eliminado aranceles para implementos deportivos por lo cual promueven a fomentar la práctica deportiva, otro punto importante es el apoyo a emprendimientos turísticos los cuales aportan mayor beneficios para estas empresas que quieren aportar al turismo y recreación. También algo que llama la atención es que en la industria deportiva turística no se aprovechan todos los beneficios que existen es por eso que la industria no crece adecuadamente y se desaprovecha grandes oportunidades que se pueden llegar a favorecer.
- Al observar el análisis del cliente se puede analizar que existen grandes oportunidades para implementar esta empresa, ya que en el análisis cualitativo se pudo obtener gran información como: Las fechas más visitadas por turistas nacionales e internacionales a las playas, nichos de mercado que se puede dirigir y seguros para un correcto funcionamiento de la empresa, al hablar del análisis cuantitativo se pudo obtener información sobre precios, tiempos, medios de información, para que el cliente se sienta conforme con el servicio que se desea implementar en estas playas . Un punto importante del análisis del cliente es la seguridad

que se va a transmitir de este servicio ya que en los análisis realizados la seguridad es el punto que más destaca, debido a esto se tiene que contar con sistemas de seguridad profesionales para evitar problemas y que el cliente se sienta seguro y protegido, además de lo atractivo.

- Al hablar del plan de marketing se utiliza una estrategia de diferenciación ya que el servicio del plan de negocios ofrece mayor beneficios, comparado con los servicios que brinda la competencia tradicional en estas playas, por lo que se podría decir que se le va a entregar al cliente un servicio exclusivo con la propuesta de valor que se presenta la cual es más por más, que se define que se entregara mayor beneficio por mayor precio, ya que este servicio genera mayor expectativa y mayor experiencia para así satisfacer las necesidades de los clientes.
- Al hablar de la estructura organizacional se ha planteado la misión y visión de la empresa, objetivos a corto, mediano y largo plazo para cumplirlos con eficiencia, además de procesos que se manejan en la empresa para entregar el servicio, la experiencia del consumidor y el manejo de los distintos niveles de funcionamiento para el correcto funcionamiento de la empresa.
- Por último se realiza el estudio de viabilidad financiera del plan de negocios el cual es de vital importancia para saber si el proyecto es viable o no, se determina que los indicadores financieros como el VAN, TIR, IR son positivos la mayoría de estos ya que el flujo del proyecto el valor es negativo , además que se cuenta con un periodo de recuperación de 2,83 años y 2,47 años del inversionista, por lo cual estos datos permiten concluir que el proyecto puede ser viable por la aceptación y la propuesta de valor que se tiene, por la inversión, los costos y gastos que permiten que el proyecto maneje cifras positivas a lo largo de su funcionamiento. Por lo cual la recomendación que se debe hacer es que se debe manejar todos los recursos posibles de mejor manera y tener un gran control en todos los gastos posibles.

- El Universo*. (15 de Abril de 2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/04/15/nota/7813689/caida-pib-2020-seria-similar-crisis-1999>
- El Universo*. (20 de Abril de 2020). Obtenido de <https://www.eluniverso.com/noticias/2020/04/20/nota/7818753/ministro-ontaneda-dice-que-crisis-covid-19-irian-508-000-desempleo>
- INEC*. (Junio de 2012a). Obtenido de INEC: <https://aplicaciones2.ecuadorencifras.gob.ec/SIN/descargas/ciiu.pdf>
- Inec*. (2018). Obtenido de Tecnologías de la información y Comunicación.: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2018/201812_Principales_resultados_TIC_Multiproposito.pdf
- INEC*. (2018). Obtenido de Encuesta de Estratificación del Nivel Socioeconómico.: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/Encuesta_Estratificacion_Nivel_Socioeconomico/111220_NSE_Presentacion.pdf
- INEC*. (Septiembre de 2019). Obtenido de INEC: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2019/Septiembre/201909_Mercado_Laboral.pdf
- Kotler, P., & Lane, K. (2017). *Dirección de marketing*. México: Pearson.
- Kotler/Amstrong. (2017). *Fundamentos de marketing*. Pearson.
- La Hora*. (07 de Septiembre de 2019). Obtenido de La Hora: https://www.lahora.com.ec/noticia/1102270997/empleo-en-el-sector-turistico-aumento-18_-en-2019
- Lambin. (2012). *Dirección de marketing*. México: Mc Graw Hill.
- Ley de Turismo*. (29 de Diciembre de 2014). Obtenido de Ley de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2015/04/LEY-DE-TURISMO.pdf>
- Ley del deporte, educación física y recreación. (11 de Agosto de 2010). *Ley del deporte, educación física y recreación.*, págs. <https://www.deporte.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/Ley-del-Deporte.pdf>.
- Metro Ecuador*. (13 de Agosto de 2019). Obtenido de Metro Ecuador : <https://www.metroecuador.com.ec/ec/noticias/2019/08/13/0-de-aranceles-para-implementos-deportivos-y-los-zapatos-seran-mas-baratos.html>

- Metro Ecuador*. (07 de Enero de 2019). Obtenido de Metro Ecuador: <https://www.metroecuador.com.ec/ec/tecnologia/2019/01/07/las-5-tendencia-tecnologicas-marcaran-rumbo-del-2019.html>
- Ministerio de turismo*. (05 de Enero de 2017). Obtenido de Ministerio de turismo.: <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-dinamizo-en-285-5-millones-de-dolares-la-economia-el-2016/>
- Ministerio de Produccion, Comercio Exterior, Inversiones y Pesca*. (2019). Obtenido de Ministerio de produccion, comercio exterior, inversiones y pesca.: <https://sites.google.com/view/apoyoemprendimiento/página-principal>
- Ministerio de Telecomunicaciones*. (2015). Obtenido de Ministerio de telecomunicaciones y de la sociedad de informacion: <https://www.telecomunicaciones.gob.ec/las-redes-sociales-una-ventana-de-comunicacion/>
- Ministerio de Transporte y Obras Publicas*. (2015). Obtenido de Dirección General de la Marina Mercante y del litoral: https://www.obraspublicas.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2015/03/LOTAIP2015_Reglamento-a-la-actividad-mar%C3%ADtima.pdf
- Ministerio de turismo*. (05 de Enero de 2017). Obtenido de Ministerio de turismo: <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-dinamizo-en-285-5-millones-de-dolares-la-economia-el-2016/>
- Ministerio de Turismo*. (05 de Enero de 2017). Obtenido de Ministerio de Turismo: <https://www.turismo.gob.ec/el-turismo-dinamizo-en-285-5-millones-de-dolares-la-economia-el-2016/>
- Ortega, J., Borja, F., & Moreno, M. (2017). *Contabilidad de costos: enfoque practico- aplicaciones NIIF*´S. Universidad Tecnologica Equinoccial, UTE.
- SRI*. (2019). Obtenido de SRI: <https://srienlinea.sri.gob.ec/sri-en-linea/consulta/1>
- SUPERCIAS*. (2019). Obtenido de Super Intendencia de copañias: https://reporteria.supercias.gob.ec/portal/cgi-bin/cognos.cgi?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40name%3d%27Reportes%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Compa%c3%b1ia%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27Companias%20por%20Actividad%2
- TIC*. (2018). Obtenido de *TIC*: https://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/2018/201812_Principales_resultados_TI_C_Multiproposito.pdf

ANEXOS

Anexo 1: Primera pregunta encuesta.

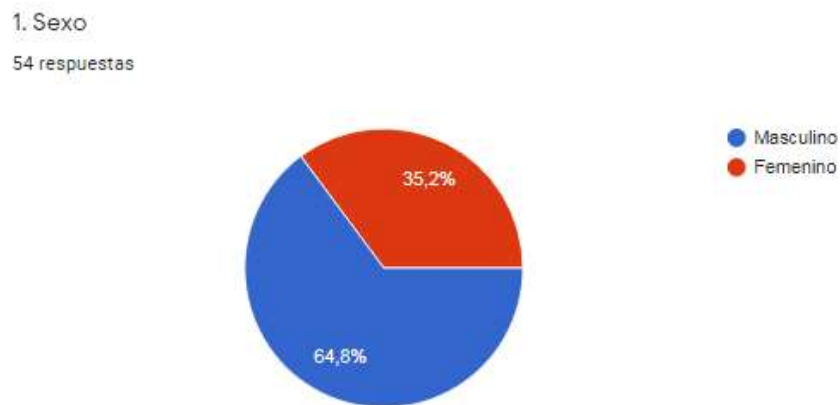


Figura 10: Primera pregunta de la encuesta.

Anexo 2: Segunda pregunta encuesta.

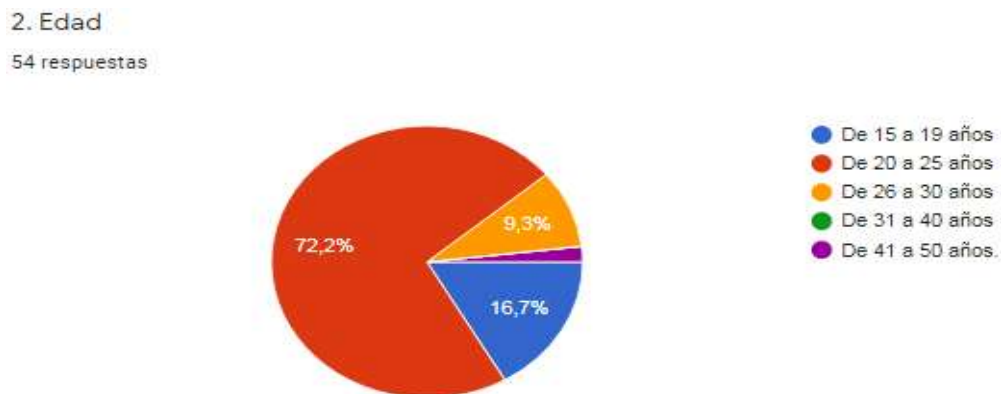


Figura 11: Segunda pregunta de la encuesta.

Anexo 3: Tercera pregunta encuesta.

3. ¿ Cual es la principal provincia del Ecuador que prefiere para visitar las playas?

54 respuestas

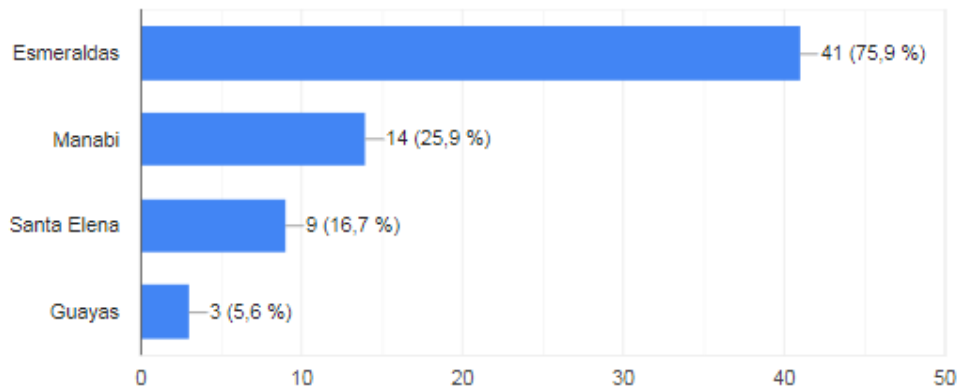


Figura 12: Tercera pregunta de la encuesta

Anexo 4: Cuarta pregunta encuesta.

4. ¿Con quien viaja usted cuando visita las playas ?

54 respuestas

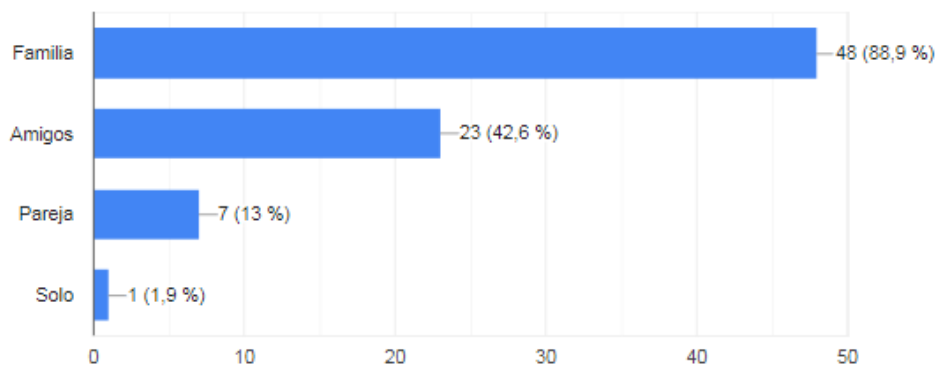


Figura 13: Cuarta pregunta de la encuesta.

Anexo 5: Quinta pregunta encuesta.

5. Al visitar alguna de las playas nombradas anteriormente, le gusta realizar actividades acuáticas.

54 respuestas

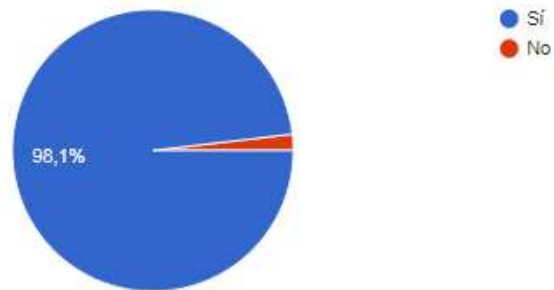


Figura 14: Quinta pregunta de la encuesta.

Anexo 6: Sexta pregunta encuesta.

6. ¿Que tipo de actividades acuáticas le gustaría realizar en la playa?

52 respuestas

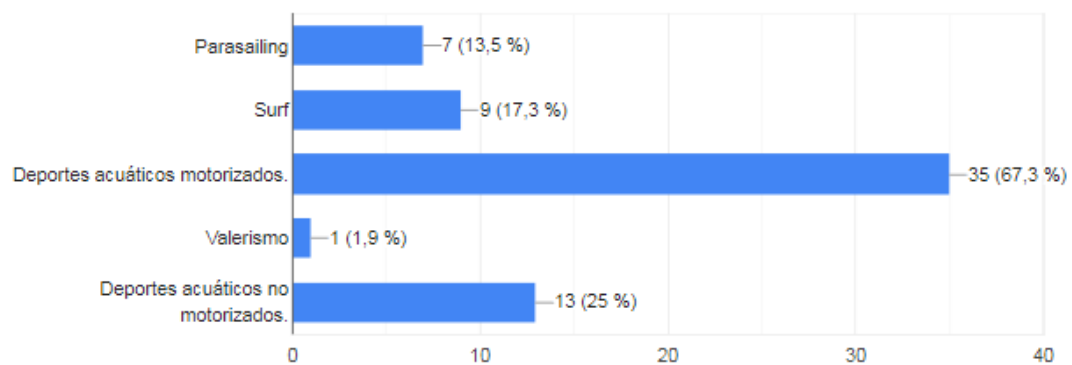


Figura 15: Sexta pregunta de Encuesta.

Anexo 7: Séptima pregunta encuesta.

7. ¿Cual es tu nivel de satisfacción con las actividades acuáticas que has visto en la playa?

54 respuestas

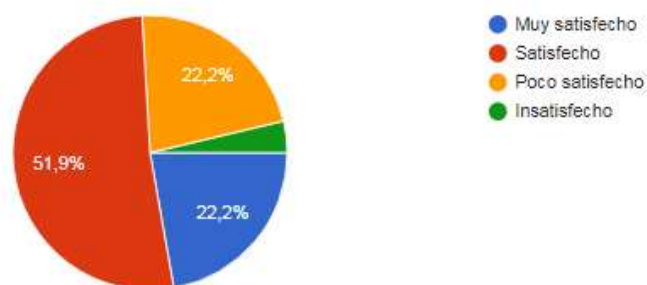


Figura 16: Séptima pregunta de Encuesta.

Anexo 8: Octava pregunta encuesta.

8. ¿Alguna vez a utilizado una moto acuática?

54 respuestas

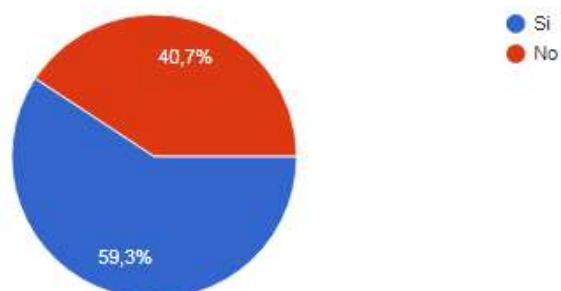


Figura 17: Octava Pregunta de Encuesta.

Anexo 9: Novena pregunta encuesta.

9. ¿ En que playa considera que se debe alquilar el servicio de motos acuáticas?

54 respuestas

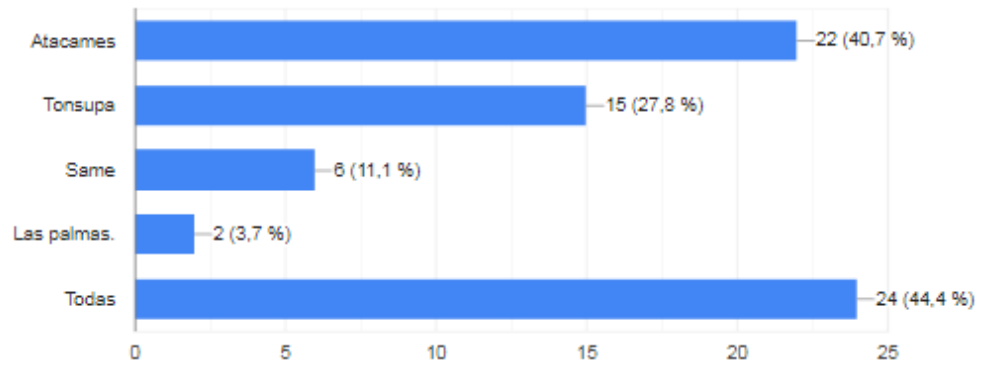


Figura 18: Novena pregunta de Encuesta.

Anexo 10: Decima pregunta encuesta.

10. ¿ Con que frecuencia realizaría usted esta actividad acuática?

54 respuestas

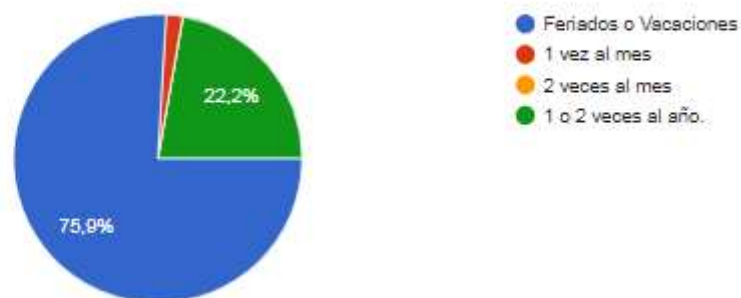


Figura 19: Decima pregunta de Encuesta.

Anexo 11: Onceava pregunta encuesta.

11. ¿Que precio estaría dispuesto a pagar para realizar este servicio?

53 respuestas

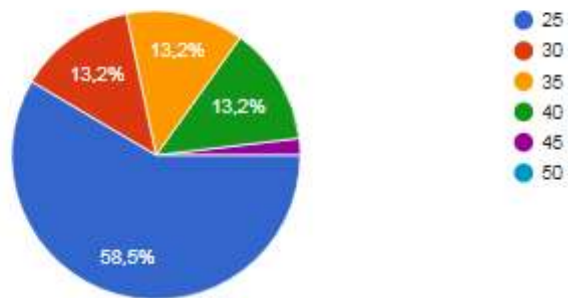


Figura 20: Onceava pregunta de Encuesta.

Anexo 12: Doceava pregunta encuesta.

12. ¿ Que tiempo considera usted bueno a la hora de realizar esta actividad acuática?

54 respuestas

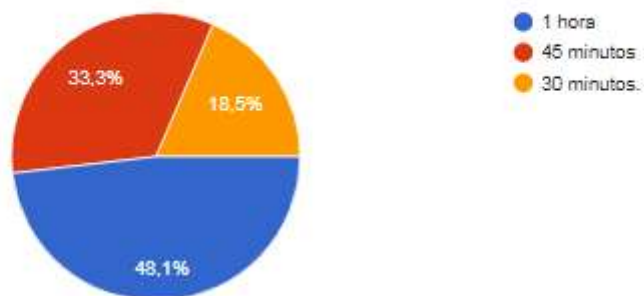


Figura 21: Doceava pregunta de Encuesta.

Anexo 13: Treceava pregunta encuesta.

13. ¿ Considera que las actividades en las motos acuáticas es peligroso?

54 respuestas

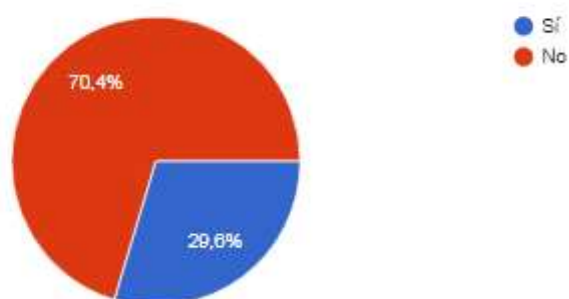


Figura 22: Treceava pregunta de Encuesta.

Anexo 14: Catorceava pregunta encuesta.

14. ¿ Por que medios le gustaría enterarse sobre este servicio de motos acuáticas?

54 respuestas

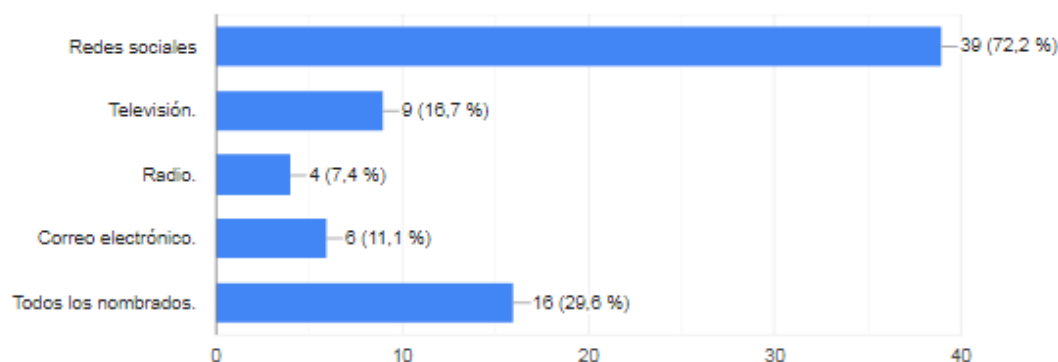


Figura 23: Catorceava pregunta de Encuesta.

Anexo 15: Primera tabla cruzada de la encuesta.

Tabla 29: *Tabla cruzada encuesta.*

1	Con que frecuencia	1 vez al año	Feridos o Vacas	Total
Con quien viaja usted a las play	1 o 2 veces al año.	1 vez al año	Feridos o Vacas	Total
Amigos	0,00%	0,00%	7,55%	7,55%
Amigos, Pareja	0,00%	0,00%	1,89%	1,89%
Familia	11,32%	1,89%	41,51%	54,72%
Familia, Amigos	11,32%	0,00%	11,32%	22,64%
Familia, Amigos, Pareja	0,00%	0,00%	9,43%	9,43%
Familia, Pareja	0,00%	0,00%	1,89%	1,89%
Solo	0,00%	0,00%	1,89%	1,89%
Total	22,64%	1,89%	75,47%	100,00%

Anexo 16: Segunda tabla cruzada encuesta.

Tabla 30: *Tabla cruzada encuesta.*

2	Que tiempo consideras	30 minutos	45 minutos	Total
Genero	1 hora			
Femenino	11,32%	9,43%	15,09%	35,85%
Masculino	35,85%	9,43%	18,87%	64,15%
Total	47,17%	18,87%	33,96%	100,00%

Anexo 17: Tercera tabla cruzada encuesta.

Tabla 31: *Tabla cruzada encuesta.*

3	¿ Por que me	Redes yCorrec	Redes yTv	Redes, Tv y Rad.	Televisión	Total
Ha utilizado una moto acuatica	Redes sociale					
No	21,62%	10,81%	0,00%	0,00%	2,70%	35,14%
Si	43,24%	2,70%	10,81%	8,11%	0,00%	64,86%
Total	64,86%	13,51%	10,81%	8,11%	2,70%	100,00%

Anexo 18: Cuarta tabla cruzada encuesta

Tabla 32: *Tabla cruzada encuesta.*

Cuenta de 9. ¿ En que playa cons	Etiquet	Atacames, Sam	Atacames, Tonsu	Ataca, Tons, La	Same	Tonsupa	Tons, Same	Total
Nivel de satisfaccion activ. Acu	Atacames							
Muy satisfecho	6,67%	0,00%	6,67%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	13,33%
Poco satisfecho	13,33%	10,00%	3,33%	0,00%	3,33%	0,00%	0,00%	30,00%
Satisfecho	13,33%	0,00%	10,00%	6,67%	3,33%	20,00%	3,33%	56,67%
Total	33,33%	10,00%	20,00%	6,67%	6,67%	20,00%	3,33%	100,00%

Anexo 19: Quinta tabla cruzada encuesta.

Tabla 33: *Tabla cruzada encuesta.*

Cuenta de 5. Al visitar alguna de las playas nombra	Etiquetas de colu	Total No	Total Sí	Total
Precio dispuesto a pagar	No			
25	No	0,00%	37,74%	56,60%
30	No	1,89%	7,55%	13,21%
35	No	0,00%	11,32%	13,21%
40	No	0,00%	7,55%	13,21%
45	No	0,00%	1,89%	1,89%
(en blanco)	No	0,00%	1,89%	1,89%
Total	No	1,89%	67,92%	98,11%

