



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de empresariales
Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras.

TÍTULO:

**Estudio de la factibilidad para la implementación de tours
aerostáticos en la población de Engabao, perteneciente al
cantón General Villamil Playas.**

AUTORAS:

**Velasco Jiménez Michelle Andrea
Espinoza Alvarado Ivonne Mercedes**

**Proyecto de titulación previo a la obtención del título de:
Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y
Hoteleras.**

TUTOR:

Ing. Said Diez Farhat, Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
2015**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de empresariales
Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras.**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Michelle Andrea Velasco Jiménez e Ivonne Mercedes Espinoza Alvarado**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras**.

TUTOR

Ing. Said Diez Farhat, Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar, Mgs.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de empresariales
Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras.**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, **Michelle Andrea Velasco Jiménez**

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de la factibilidad para la implementación de tours aerostáticos en la población de Engabao, perteneciente al cantón Playas** previa a la obtención del Título **de Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015.

AUTORA

Michelle Andrea Velasco Jiménez.



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de empresariales
Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras.**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Ivonne Mercedes Espinoza Alvarado

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Estudio de la factibilidad para la implementación de tours aerostáticos en la población de Engabao, perteneciente al cantón Playas** previa a la obtención del Título **de Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado en base a una investigación exhaustiva, respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

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

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015.

AUTORA

Ivonne Mercedes Espinoza Alvarado.



UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de empresariales
Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras.

AUTORIZACIÓN

Yo, **Michelle Andrea Velasco Jiménez**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de la factibilidad para la implementación de tours aerostáticos en la población de Engabao, perteneciente al cantón Playas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015.

LA AUTORA:

Michelle Andrea Velasco Jiménez



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
Facultad de empresariales
Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras.**

AUTORIZACIÓN

Yo, Ivonne Mercedes Espinoza Alvarado

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de la factibilidad para la implementación de tours aerostáticos en la población de Engabao, perteneciente al cantón Playas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 18 días del mes de septiembre del año 2015.

LA AUTORA:

Ivonne Mercedes Espinoza Alvarado

Agradecimiento.

Primero agradezco a Dios, guía en la existencia de mí caminar, quien me fortalece día a día para salir victoriosa en todos mis propósitos.

A mis padres, que siempre han estado acompañándome y apoyándome a lo largo de mi vida y a cada uno de los miembros de mi familia que nunca han dejado de animarme en todas las decisiones que he tomado en este transitar de la vida.

Un agradecimiento muy especial a mi tío Ing. Iván Alvarado Gutiérrez quien ha sido un eje y guía muy importante para la culminación de mis estudios académicos.

A mi tutor, Ing. Said Diez, quien con sabiduría y paciencia, nos encaminó y colaboró en la realización de este proyecto.

A mi amiga Michelle Velasco, con quien he elaborado este proyecto, el mismo que hemos finalizado con éxito y compartido vivencias que nos fortalecerán en el comienzo de nuestra vida profesional.

A David Santos, un gran amigo que siempre estuvo ahí, en los momentos que lo he necesitado, acudiendo siempre alegre a mis llamados.

Ivonne Espinoza Alvarado.

Agradecimiento.

Primero que nada quiero agradecer a Dios por las oportunidades que se me han presentado durante todo este tiempo, tanto dentro como fuera de la universidad, ya que sin en el nada es posible. Agradezco por mi familia, mi hogar, mis estudios y aunque no soy perfecta agradezco la libertad de poder elegir sobre mi vida.

Gracias a mis padres, quienes han influido de manera positiva en mi vida, quienes se han entregado totalmente a cada uno de sus hijos para vernos cumplir y realizar cada etapa importante de nuestros sueños. Agradezco al Arquitecto José Velasco Viver, mi padre quien ha estado brindándonos parte de su tiempo para aportar sus conocimientos como parte del desarrollo del este proyecto. A Ruth Jiménez Orrego, mi madre por sus ideas, opiniones y creatividad.

Agradezco a mi tutor, el Ingeniero Said Diez por su persistencia, paciencia y compromiso para llevar acabo el desarrollo del proyecto, gracias por el tiempo y por sus enseñanzas, no solo como tutor sino también como maestro y compañero. Quedo muy agradecida y deseándole el mismo éxito en sus futuros proyectos.

Agradezco a mi amiga Ivonne Espinoza, compañera de tesis y futura colega, por habernos entendido de manera paciente durante este duro y largo proceso, el cual ha culminado de manera exitosa.

Michelle Velasco Jiménez.

Dedicatoria.

Dedico este logro a Dios, mi dador de vida. A mis padres por su amor único e incondicional, a mis familiares que nunca han dejado de apoyarme, que han sido un pilar fundamental en esta etapa de mis estudios; a mis amigos que siempre han estado cuando los he necesitado y a mis profesores por sus sabias enseñanzas; a todos mi gratitud.

Ivonne Espinoza Alvarado.

Dedicatoria.

Dedico este logro a mi abuelito que siempre creyó en mí, a quien no pudo en persona verme cumplir esta etapa tan importante de mi vida, con quien en largas charlas imaginábamos el momento en que culminarían mis estudios, quien en medio de su agonía seguía preocupado por no llegar a verme cumplir esto, sé que hoy estaremos celebrando porque a pesar de la distancia aun te pienso, porque creo firmante que las personas solo mueren cuando son olvidadas, y tu significas tanto en mi vida, tus historias, tu alegría tu paciencia, impaciencia, es forma tan sencilla de hablar de caminar y de siempre mantener a la familia junta.

Dedico a mis padres quienes han luchado día y noche, para que todo esto sea posible, no solo económicamente, también emocionalmente. Por esa fuerza y ánimos desde mis primeros pasos hasta este día y por los que vienen, porque sé que no ha sido fácil, porque lamentablemente no llegue a este mundo con instrucciones, ni ustedes asistieron a la escuela para ser padres, porque formar a una persona no es sencillo requiere de tiempo, paciencia, dedicación, largos días y largas noches, y sobre todo de mucho amor.

Dedico a mis hermanos este logro como muestra y ejemplo de que cuando se desea algo es posible. Sin importar el tiempo, sin importar quienes hayan o no creído en nosotros, sin importar las veces que fallemos si sabemos cómo levantarnos de nuevo. Porque al final el logro es nuestro y de nadie más. Pero pensemos siempre que nunca estaremos celebrando solos, porque quienes siempre nos desean lo mejor serán nuestros padres.

Dedico mi trabajo a las personas que siempre han estado apoyándome e influenciando en mi vida de manera positivas, a quienes creyeron en mí desde el principio, quienes están y quienes ya no pero dejar una huella muy grande en mí, a mi familia, amigos, para quienes han marcado en mi vida. Gracias.

Michelle Velasco Jiménez.

TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN

Ing. Said Diez Farhat, Mgs.

**Elsie Zerda Barreno
PROFESORA DELEGADO**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL**
Facultad de empresariales
Ingeniería en Administración Turísticas y Hoteleras.

CALIFICACIÓN

APELLIDOS Y NOMBRES	NOTA FINAL DEL TUTOR
ESPINOZA ALVARADO IVONNE MERCEDES	
VELASCO JIMENEZ MICHELLE ANDREA	

Ing. Said Diez Farhat, Mgs.

Índice General

Introducción	18
Antecedentes	20
Planteamiento del problema	22
Formulación e interrogativa del problema.....	24
Justificación del tema	24
Objetivos.....	26
Objetivo general.....	26
Objetivo específicos	26
Capítulo I.....	27
1.1. Marco Teórico.....	27
1.2. Marco conceptual	33
1.3. Marco legal	36
1.3.1. Ley de turismo.....	36
Capitulo II.....	40
2.1. Metodología de la investigación.....	40
2.1.1. Método.....	40
2.1.2. Método Deductivo	40
2.1.3. Enfoque	41
2.1.4. Técnica	41
2.2. Tipo de Estudio	42

2.2.1.	Estudio descriptivo	42
2.2.2.	Estudio exploratorio	43
2.3.	Universo – Población	43
2.4.	Muestra	44
2.5.	Técnicas de recolección de datos.....	46
2.6.	Diseño de la investigación a efectuar	46
2.7.	Encuestas.....	47
2.7.1.	Interpretación de resultados.....	50
2.8.	Entrevista:	62
	Entrevista 1. Presidente de la Comuna Alberto García Tomalá.....	62
2.8.1.	Entrevista.....	64
	Entrevista 2. Juan de la A Panchana, Vicepresidente de la comuna.	64
2.8.2.	Análisis de entrevistas efectuadas.....	65
Capítulo III.....		66
3.1.	Estudio del Mercado.....	66
3.2.	Situación Actual.	66
3.3.	Análisis de la situación.....	68
3.3.1.	Cinco fuerzas de Porter (Micro-Entorno).	68
3.3.2.	P.E.T.S.A (Macro-Entorno).....	69
3.4.	Oferta del Mercado.....	75
3.5.	Demanda del mercado	76
Capitulo IV		77
4.1.	Razón social	77
4.2.	Objeto social	77

4.3.	Logo.....	77
4.4.	Slogan	77
4.5.	Misión	78
4.6.	Visión.....	78
4.7.	Valores	78
4.8.	F.O.D.A.....	79
4.8.1.	Fortalezas:	79
4.8.2.	Oportunidades:	79
4.8.3.	Debilidades.....	79
4.8.4.	Amenazas:	79
4.9.	Organigrama.....	80
4.10.	Mercado objetivo.....	81
Capitulo V.....		82
5.1.	Localización del proyecto.	83
5.1.1.	Macro Localización:.....	83
5.1.2.	Micro Localización	84
5.2.	Distribución física del espacio.....	85
5.3.	Horarios de Funcionamiento.	87
5.4.	Infraestructura necesaria.....	87
5.5.	Productos a ofrecer.....	87
5.6.	Control de calidad	88
5.7.	Permisos ambientales	88
5.8.	Permisos Municipales	89
5.9.	Permiso de Aviación Civil	90

5.10.	Bomberos	90
5.11.	Permiso del suelo.	92
Capítulo VI		93
6.1.	Segmentación de mercado	93
6.2.	Estrategia de posicionamiento	93
6.3.	Marketing Mix	94
6.3.1.	Producto	94
6.3.2.	Precio	95
6.3.3.	Plaza	95
6.3.4.	Promoción	96
6.4.	Presupuesto de Marketing	97
Capítulo VII		98
7.	Financiamiento del proyecto.	98
7.1.	Inversión inicial.....	98
7.2.	Balance inicial.....	101
7.3.	Depreciación.	102
7.4.	Rol de Pago.	104
7.5.	Amortización del préstamo	106
7.6.	Ingreso por Ventas.	110
7.7.	Gastos.....	111
7.8.	Pérdida Y Ganancia.....	114
7.9.	Flujo de caja.	115
7.10.	Balance General.	116
7.11.	Evaluación financiera.	118

7.12. Ratios.....	119
7.13. Escenario.....	120
Conclusiones.....	121
Recomendaciones	122
Bibliografía	123

Índice de Tabla.

Tabla 1. Géneros.	50
Tabla 2. Edades.	51
Tabla 3. Destino preferido.....	52
Tabla 4. Más de un destino visitado.	53
Tabla 5. Época preferida de viajar a la playa.....	54
Tabla 6. Aspectos importantes al realizar un viaje.	55
Tabla 7. Conocimiento acerca de centros de globos aerostáticos.	56
Tabla 8. Aceptación del público.....	57
Tabla 9. Precio a pagar por persona.	58
Tabla 10. Compartir el globo con otras personas.....	59
Tabla 11. Visitas al centro de globos aerostáticos.	60
Tabla 12. Servicios adicionales.	61
Tabla 13. Presupuesto de marketing.....	97
Tabla 14. Cronograma de actividades.	97
Tabla 15. Inversión inicial.....	98
Tabla 16. Balance inicial.	101
Tabla 17. Depreciación.....	102
Tabla 18. Roll de pago primer año.	104
Tabla 19. Roll de pago segundo año.....	105
Tabla 20.....	105
Tabla 21. Amortización del préstamo.	106
Tabla 22. Tabla de amortización anual.....	106

Tabla 23. Tabla de amortización mensual.	107
Tabla 24. Ingreso por ventas.	110
Tabla 25. Detalles de Gastos.	111
Tabla 26. Detalles de gastos anuales.....	113
Tabla 27. Pérdidas y Ganancias.	114
Tabla 28. Flujo de caja.....	115
Tabla 29. Balance General.....	116
Tabla 30. Evaluación del proyecta.....	118
Tabla 31. Razones financieras.	119
Tabla 32. Porcentaje de escenario.	120
Tabla 33. Escenario.	120

Índice de Figuras

Figura 1. Cálculo de muestra.....	44
Figura 2. Géneros.....	50
Figura. 3 Edades.....	51
Figura 4 Destino preferido	52
Figura 5. Más de un destino visitado.....	53
Figura 6. Época preferida de Viajar a la playa	54
Figura 7. Aspectos importantes al realizar un viaje.....	55
Figura 8. Conocimiento acerca de centros de globos aerostáticos.....	56
Figura 9. Aceptación del público	57
Figura 10. Precio a pagar por persona	58
Figura 11. Compartir el globo con otras personas	59
Figura 12. Visitas al centro de globos aerostáticos.....	60
Figura 13. Servicios adicionales.....	61
Figura 14. Evolución del PIB	70
Figura 15. Tasa de desempleo	71
Figura 16. Inflación en el Ecuador	71
Figura 17. Cuenta en alguna red social	73
Figura 18. Plan Nacional del Buen Vivir	74
Figura 19. Organigrama	80
Figura 20. Macro localización del proyecto	83
Figura 21. Micro localización del proyecto.....	84
Figura 22. Diseño del proyecto	86
Figura 23. Solicitud de Consulta uso de Suelo	92

Figura 24 Ubicación del proyecto95

Resumen Ejecutivo

La propuesta de estudio de factibilidad para la implementación de tours aerostáticos en la población de Engabao, perteneciente al cantón Playas. Está dirigido a los turistas nacionales e internacionales con la finalidad de ofrecer una nueva alternativa de entretenimiento, con fines de ocio.

El sector de Engabao es escogido para el desarrollo del proyecto debido a su gran potencial ambiental, natural y cultural. Pese a que en la actualidad Engabao no cuenta con suficiente infraestructura hotelera o la restauración necesaria para un mejor avance turístico, el grupo Nobis ya tiene un plan de macha para la incrementación del mismo, llamado Karibao, que consiste en el nacimiento de una nueva ciudad costeña, el cual atrae nuevos inversionistas.

Este proyecto se considera innovador en el campo turístico ya que, en la actualidad los centros de globos aerostáticos no han sido incrementados dentro del país, esto llevaría una gran ventaja por ser el primer centro turístico aéreo. Por medio de las encuestas se obtuvieron resultados positivos de las personas hacia el proyecto.

Por esta razón, el incremento del atractivo turístico traerá gran afluencia de turistas y a esto se le suma el proyecto Karibao, en donde ambos son los beneficiados, quienes visiten el centro de globos aerostáticos podrán tener conocimiento de la ciudad Karibao y viceversa, así también la población saldrá favorecida por la generación de fuentes de empleo.

(Abstract)

The feasibility study proposal for the implementation of hot air balloon tours in the town of Engabao, incorporated in Playas City. It is aimed to national and foreign tourists in order to offer a new alternative in entertainment and leisure.

Engabao was chosen for the project due to its terrific environmental potential. Although today Engabao does not have enough hospitality and restaurant infrastructure for a greater touristic experience, Nobis group is already building a project, called Karibao, which is the birth of a new city coastal, which will attract new investors.

This project is considered innovative in the tourism field since, at today hot air balloons industry has not been developed in the country, this would be a great advantage for the first hot air balloon resort. Through surveys we obtained positive results towards the project.

Therefore, developing the project will bring great influx of tourists and adding the Karibao project, where both are the beneficiaries, visitors to the hot air balloon center may have knowledge of the Karibao City and vice versa, so the population will favored by the generation of jobs.

Introducción

Los proyectos turísticos que se han realizado o están por realizarse, sirven como incrementación y aportación al ámbito turístico del Ecuador de tal manera que este sea una fuente de ingreso para el país y sus habitantes.

En la actualidad el turismo tiene un impacto mundial por lo que fomentado la competencia de países productores de servicios y atractivos turísticos.

Ecuador es un país mega diverso que cuenta con cuatro regiones; costa, sierra, oriente e insular. Posee una diversidad única en flora y fauna lo que convierte a Ecuador en un sitio muy rico en cuanto a recursos naturales.

A través del tiempo la población descubrió el potencial de sus recursos. Como efecto, los recursos fueron explotados de manera negativa debido a que en el país no existían normas claras de parte de las autoridades sino basándose en criterios personales de personas o empresarios que de forma equivocada se dedicaban a implementar aspectos que los beneficiarán a ellos. A esto se sumaba la falta de conocimiento de cómo manejarlo, esto tuvo como consecuencia pérdidas de ciertos recursos naturales tanto en la fauna como en la flora.

Más adelante la estrategia turística fue mejorando haciendo prevalecer la conservación de las riquezas naturales creando infraestructura básica paralela que guarde armonía con el ecosistema al cual se ha introducido. Esto fue un gran paso que incentivó a los empresarios y población a crear conciencia sobre la importancia de proteger su habitat.

En los últimos años esto ha ido desarrollándose de manera acelerada y sostenida a través de campañas nacionales e internacionales como parte del proyecto de desarrollo turístico gubernamental ofreciendo a los turistas diversas actividades tanto las ciudades grandes como pequeñas.

Actualmente el turismo ha establecido un impacto mundial por lo que se ha convertido en una forma de competencia de países productores de servicios y atractivos turísticos diversificando las actividades de acuerdo a los recursos de cada región. Creando tendencias al turista para que este sienta la curiosidad de visitar un destino. Además de que el turismo ha ido creando tendencia en la personas es considerado una de los más grandes negocios para los países. Es por ello que observando y analizando los diversos tipos de entretenimiento que se ofrece dentro del Ecuador y en los demás países, se ha optado por la implementación de una agencia de tours de aerostáticos que el Ecuador no cuenta en ninguna de sus regiones.

Con este proyecto se espera impulsar la incrementación de nuevas tendencias de actividades turísticas de manera que este siga desarrollándose y creando un impacto diferente en el ámbito turístico de manera que el mercado existente no siga siendo saturado.

Llegando a considerar este punto se espera promover y direccionar preferencias para que quienes hagan turismo en el país tengan más opciones de entretenimiento, así también se pretende aportar a aquellos sectores que se encuentra desarrollados y en proceso en proceso del mismo.

Como parte de la provincia del Guayas, se aporta con esta proyecto a la población de Engabao – Playas, porque es considerado un polo de desarrollo turístico inmediato debido a las grandes inversiones que se están realizando como lo es el proyecto Ciudad Karibao y de esta manera también se aporta de manera complementaria a otro tipo de desarrollo en el dicho pueblo.

Antecedentes

El antiguo sueño humano de viajar por el aire que se hizo realidad en 1783, gracias a los globos de aire caliente y de hidrógeno, fueron creados por los hermanos Montgolfier en el siglo XVIII en Francia. (Feros, 1834).

Estos no tenían formación científica, pero conocían las recientes teorías sobre las propiedades del aire, formuladas por químicos como Cavendish, Priestley y Lavoisier, y realizaron varios experimentos con globos de papel para demostrar que el aire caliente es más liviano que el atmosférico.

Siendo los pioneros en poder crear una manera para que el hombre pueda volar, el primer globo aerostático fue hecho de papel utilizando un gas ligero, el cual permitió que volara a una altura de quinientos metros.

En 1783 se realizó otra prueba en el palacio de Marqués de Arlandes, en el cual despegaron los primeros pasajeros de la historia un pato, una oveja, y un gallo en un vuelo de veinticinco minutos a mil metros de altura, este fue diseñado con una cesta de mimbre en la que se había colocado un horno de leña con el fin de mantener el aire caliente dentro del globo, en el mismo año se realizaron pruebas con personas. A este evento asistieron 400.000 personas quienes estaban a espera de algo que jamás imaginaron que sería posible realizarse.

Después del éxito que los hermanos Montgolfier tuvieron con los globos aerostáticos empezaron a crear técnicas que ayudarían a la mejora de los vuelos dando más facilidades a quien lo dirigía permitiendo que sea más seguro para quienes realizaran el vuelo. Este nuevo sistema de funcionamiento que inventaron para los globos aerostáticos consistía en globos de gas y los dirigibles, de esta manera dejaron de lado los globos de aire caliente. (Forssmann, 2013)

Los globos aerostáticos no solo fueron utilizados para entretenimiento de las personas sino que también se utilizó para la batalla de Fleurus en 1794 por el cuerpo aerostático francés y la guerra civil estadounidense en 1861 para ganar un punto de observación con sus enemigos, además también fue utilizado en la primera y segunda guerra mundial. (Gerundio & Tirabeque, 1847)

En la actualidad los globos aerostáticos no solo se utilizan para fines militares sino también son utilizados como parte de entretenimiento turístico con el objetivo de incrementarlo e impulsarlo, esto se ha distribuido en algunos países y ha dado como resultado beneficios considerando el tiempo que este lleva en el mercado.

En Ecuador este mercado no ha sido explotado, como un centro de entretenimiento de funcionamiento continuo, salvo por las exhibiciones que se realizan cada año en la ciudad de Guayaquil por un corto periodo, en estas exhibiciones la mayor parte de la población mostró interés hacia los globos aerostáticos.

Planteamiento del problema

Puerto Engabao está ubicado a 20 km de Playas, sobre la franja costera, este pueblo es netamente pesquero donde se mantienen vivas las costumbres y tradiciones costeras. La principal actividad económica de la población es la pesca y el turismo. También se conoce a la zona como “Playa Escondida o Punta de Piedra donde se puede disfrutar, de su exuberancia panorámica.

Uno de los principales atractivos de Engabao es su paradisiaca playa con una vista impresionante que por años ha atraído a visitantes nacionales y extranjeros. La playa cuenta con grandes oleajes el cual lo convierte en un lugar atractivo para aquellos que les gusta disfrutar del surf como deporte. (Macías & Ochoa, 1989)

La vía playas a Engabao tiene gran variedad de vegetación destacándose entre ellas el algarrobo, muyuyo, ceibo, palo santos, aroma seca, perllilla, cascol entre otros. Esta variedad de flora y fauna es importante para el desarrollo del ecosistema cuyas precipitación fluvial es de baja cantidad.

Engabao presenta un paisaje muy diverso y gracias a su extensa playa y zona seca el lugar es alto en salinidad. Desde el mes de mayo hasta finales de diciembre su vegetación es seca y de poco follaje, pero en época de invierno su flora reverdece.

Uno de los principales problemas de Engabao es que su única vía de acceso se encuentra en un estado de deterioro y esto podría hacer que algunos turistas se desmotiven a visitar esta comuna, otro de los inconvenientes que presenta es la deficiencia de los servicios básicos dando como origen al malestar de los habitantes que conforman esta comuna.

Otro de los aspectos negativos a considerar es la mala administración, la falta de normas y reglamentos por parte de autoridades en la comuna de Engabao, a pesar que en

los últimos años están han sido incrementada, aún existen ciertas deficiencias de parte de los representante a esto se le suma la falta de apoyo por el gobierno. El cual ocasiona abuso de los grandes empresarios quienes se han apropiado de sus tierras, perjudicando al desarrollo turístico, como causa la comuna tiene desconfianza para acceder a la realizar proyectos en sus tierras.

La identidad cultural y los valores de la población son una garantía para el éxito de toda actividad desarrollada, ya sea en la parte comercial, turística y empresarial, es importante que estas cualidades y valores no sean considerados como un valor agregado de intercambio, sino como un referente de personas trabajadoras, nobles y serviciales.

Las personas que visitan y conocen Engabao quedan satisfechos de la convivencia con sus pobladores y la cultura que poseen al igual que su gastronomía, es importante recalcar que los pobladores quieren compartir y mostrar su cultura a todos los visitantes para en un futuro lograr que el turismo sea una de las principales actividades y fuente económica de este lugar, esto se logrará a través de los inversionistas privados quienes se encargaran de promocionar al puerto por medio de sus campañas de producto.

Formulación e interrogativa del problema

¿Es viable la implementación de tours aerostáticos en la población de Engabao?

Justificación del tema

El interés de implementar un plan generador de afluencia de personas en la comuna de Engabao tiene como objetivo impulsar el desarrollo turístico en dicha comuna, esto después de reconocer que hay oportunidades en este sitio, como sus amplias playas, sus corrientes marinas, incluso la intención del sector inmobiliario de crear un complejo hotelero y de vivienda por parte de una importante firma constructora de renombre nacional y que podrían hacer que las experiencias de los turistas sean placenteras.

Este interés parte de crear una nueva tendencia en atracciones turísticas para ofrecer recreación y placer a la sociedad; de tal manera que se pueda impulsar el turismo nacional y regional en la población de Engabao tomando como referente los parámetros del Ministerio de Turismo. Además se dará a conocer las riquezas turísticas de la comunidad antes mencionada.

Es importante destacar que con el desarrollo de la investigación se beneficiaría a los comuneros de Engabao con plazas de trabajo donde tendrán la oportunidad de brindar una excelente calidad de servicio, destacado en restaurantes tiendas de recuerdos, etc.

Es importante recalcar que al iniciar la investigación podría encontrarse a los moradores con una actitud negativa, debido a recientes problemas con relación a la posesión y legalización de extensiones de tierras. Sin embargo se dará a conocer a los

comuneros a través de la Junta Parroquial las intenciones de la creación de este proyecto en donde ambas partes serán beneficiadas.

Las autoridades locales darán mayor amparo al lugar en el aspecto turístico, originando como resultado un crecimiento de estatus económico y social dentro de la comunidad, y de esta manera cambiar el pensamiento de los habitantes, para que puedan surgir más ideas de emprendimiento en el ámbito turístico y alcanzar una mejor calidad de vida. De esta forma la actividad pesquera no será su única fuente de sustentación.

De acuerdo a la (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2013) “Semplades” El objetivo 10 referente al Plan Nacional del Buen Vivir manifiesta, el impulsar la transformación de la matriz productiva, los desafíos actuales deben orientar la conformación de industrias y la promoción de nuevos sectores con alta productividad, competitivo, sostenible, sustentable, diversos con visión territorial y de inclusión económica en los encantamientos que generen. Se debe impulsar la gestión de recursos financieros y no financieros, profundizar la inversión pública como generadora de condiciones para la competitividad sistemática, impulsar la contratación pública y promover la inversión.

Objetivos

Objetivo general

Desarrollar un estudio de factibilidad para la implementación de tours aerostáticos en la población de Engabao, perteneciente al cantón Playas.

Objetivo específicos

- Identificar los atractivos de la comuna Engabao, como modelo de promoción del lugar, permitiendo ofrecer de esta manera un tipo de recreación innovadora al público.
- Diseñar campañas de marketing para promocionar el proyecto dirigido a cierta segmentación de mercado objetivo.
- Desarrollar un estudio de mercado para conocer la viabilidad del proyecto, evaluando la factibilidad económica.

Capítulo I

1.1. Marco Teórico

Según el Principio de Arquímedes, el aire caliente, al ser menos denso, pesará menos que el aire exterior y por lo tanto recibirá una fuerza de empuje hacia arriba que hará ascender al globo. (Nestien, 2010). De acuerdo a la metodología griega Dédalo e Ícaro, el sueño de volar comienza con el arquitecto Dédalo y su hijo Icaro que quienes para salir de un laberinto diseñado por el mismo Dédalo, siguiendo la ordenes de su rey, hicieron usos de alas confeccionadas con plumas de aves y cera, Antes de partir Dédalo le dijo a su hijo, Ícaro no vueles demasiado alto, porque si se acercaba al Sol, la cera de sus alas se derretiría y tampoco demasiado bajo porque las alas se les mojarían, y se harían demasiado pesadas para poder volar. Se dice que estos lograros escapar del laberinto, pero su hijo Icaro no siguió las instrucciones de su padre y voló hacia el sol. (Ovidio, 1972)

Según Da Vinci (1483), a través de su obsesión por los pájaras, estudio las teorías de vuelos para las personas, indico que: He dividido el Tratado de los pájaros en cuatro partes, de las cuales la primera concierne a la forma de volar batiendo las alas; la segunda, al vuelo sin batir las alas, a favor del viento; la tercera, a lo que hay de común entre el vuelo de los pájaros, de los murciélagos, de los peces voladores y de los insectos, y la última, al movimiento merced a un mecanismo . Existe una fuerza igual del objeto contra el aire que del aire contra el objeto. Considerad como las alas, golpeando el aire, sostienen el peso abrumador del águila a gran altura, allí donde el aire es más ligero”. Pese a que Leonardo Da Vinci no logro volar un objeto durante su investigación este fue considerado como uno de las grandes aportaciones para la aviación.

Según Feros (1851:101-102), La teoría de los hermanos Montgolfier, surge mientras se encontraban frente a la chimenea de su hogar, cuando Joseph uno de los hermanos observó una chispa de fuego y humo que se habían levantado. Él y su hermano pensaron que el fuego crea un gas, un gas que fue llamado Montgolfier, ajeno al hecho de que el aire caliente hace que las chispas y humo sean expulsadas, logrando mantenerse en el aire. Fue ahí cuando ellos experimentaron con una pequeña bolsa de seda, encendiendo el fuego abertura inferior de la bolsa.

Franklin (1869:288), fue quien llevó a cabo en uno de los más grandes experimentos en la historia, en donde demuestra que las nubes están cargadas de electricidad, recalando que los rayos son de importancia para descargar electricidad, todo esto a través de una cometa. En 1779 Benjamín Franklin realizó un viaje a Francia como embajador de los Estados Unidos de América, su visita inspiró a Jacques Charles a interesarse por la física experimental.

Kotz, Treichel y Weaver (2005:477), afirma que Charles físico y astronauta francés, reconocido en la historia por inventar los globos de hidrógeno y gas mucho más ligero. Charles realizó su invento después los hermanos Montgolfier lograron elevar un globo de aire caliente. Construyó los primeros globos de hidrógeno, subiendo él mismo varias veces, alcanzando casi los 2 km de altura, utilizando una bolsa de seda recubierta con goma para que el gas no se escape. El hidrógeno se obtuvo por las acciones sulfúrico sobre limaduras de hierro.

Según Wilson (1851:353), afirma que Henry Cavendish, físico y químico aportó los experimentos con ácidos fuertes y metales como el zinc, obtuvo por primera vez hidrógeno, al que llamo flogisto 'aire inflamable', y descubrió que es el más ligero de los gases. Esta teoría sirvió como aportación a los estudios físico de charles quien fue quien puso en funcionamiento los globos aerostáticos con el hidrógeno.

Según Feros (1834:102), afirma que los hermanos Montgolfier además de descubrir que el gas caliente es más ligero que el aire normal, inventaron el diseño de lo que se conoce como globo aerostático, el cual es hecho por lino y forrado de papel con 11m de diámetros y un peso de 226 kg aproximadamente, el fuego se encontraba en la parte inferior del globo y esto ayudaba a que el globo se elevara.

Según Wallechinsky y Wallace (1975:140) afirma que Jean Pierre Blanchard construyó una máquina voladora que no tuvo éxito, luego adaptó esta máquina a un globo aerostático, operado mediante remos. Estos se basaron para el diseño del mismo con la finalidad de agregar un propulsor manual que ayudara a dirigir el globo.

Murphy (2005:14), afirma que Henri Giffard Ingeniero Francés, era un experto en cuanto a máquinas de vapor, reconocido como el inventor de dirigibles de máquinas con características más ligeras que el aire, este se diferenciaba de los globos debido a que su dirección podría ser controlada por timones y motores. En la realización de su primer vuelo en el que uso un pequeño motor de 3cv (CV fuerza de caballo de potencia métrica conocida como caballo de vapor capaz de elevar un peso. A finales del siglo XIX fue utilizado como un método de transporte.

De acuerdo a la OMT (2014), El turismo es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes.

Según Capece (2007:231) el turismo se define también como parte de una actividad en donde se ofrece bienes y servicios a cambio de un valor económico. Ofreciendo un espacio en donde se desarrolla actividades involucrando diferentes autores para hacer posibles estas actividades para quienes deseen desplazarse de manera voluntaria fuera de su lugar de residencia.

Arturo Crosby y Adela Moreda (1996:9), define al turismo como una actividad socio económico el cual enmarca a diversos sectores de la industria no solo los relacionados a ofrecer una experiencia sino también a científicos que estudia el mercado desde su comportamiento un ejemplo de ello es un economista define el turismo centrándose en el consumo, un psicólogo se interesa más por los comportamientos turísticos.

Douglas Pearce, (2012:16), Afirma que el turismo es una fuente de constante desarrollo con el objetivos de mejorar sus servicios e instalaciones ofreciendo al visitante un ambiente seguro para sus actividades así hacer que este se sienta satisfecho. Además estas actividades ayudan a generar empleo.

A través de los años se han ido mejorando e incrementando innovadoras alternativas para realizar turismo motivando a realizar toda clase de actividades en diferentes sitios del mundo utilizando los recursos que la naturaleza provee, fuera de su confort. Esto se ha ido desarrollado de manera acelerada con la finalidad de poder ofrecer al turista una experiencia de acuerdo a sus preferencias. (Tourism & Leisure, 2007)

Un ejemplo de ello es Cartagena, una ciudad Española Ubicada a Orilla del Mediterráneo este tenía más de 22 siglos y nadie se preocupaba en sacar una ventaja de esta ciudad que tenía historia desde 200 años antes de cristo, después llegó la crisis económica a esta ciudad y fue hay que decidieron sacar provecho de este antiguo lugar creado plan de marketing para que las personas se interesaran por él y de esta forma se logró mejor la situación económica del sitio. (Manizales, 2013).

Según Petrocchi, (2009:70), el modelo propuesto por Inskeep indica al turismo a través de un diagrama el cual consta de tres elementos. El ambiente natural, cultural y socioeconómico el cual tomo posición central, siendo este el principal elemento en el sistema turístico. En segundo lugar se encuentran los elementos de la industria turística. Y por último el modelo que señala las posibilidades de consumo por parte del visitante y residente.

Las visitas a sectores ambientales tiene como finalidad disfrutar y apreciar el contacto con la naturaleza junto con sus características sean pasadas o presentes que se encuentre en el sector natural, es por ello que se promueve el cuidado a estos sitios el

control de cuantos pueden estar en el sitio por día promoviendo así la participación socio económica para que la gente del sector se vea beneficiado. (UICN , 2010)

Todas aquellas empresas de turismo se consideran como tal si son complementarias a los centros recreativos ejemplo de ellos son los parques temáticos y aquellos dedicados a proveer algún tipo de actividades de ocio a cambio de un precio y servicio sea de tipo deportivo, medio ambiental, cultural, recreativas o de salud. (San Salvador, 2011)

El conjunto de aspecto y características de un producto y servicio que guardan relación con su capacidad para satisfacer las necesidades expresadas o latentes como las necesidades que no han sido atendidos por ninguna empresa pero que son demandas por el público (Kotler & Armstrong, 2003)

1.2. Marco conceptual

El turismo: Es un fenómeno social, cultural y económico relacionado con el movimiento de las personas a lugares que se encuentran fuera de su lugar de residencia habitual por motivos personales o de negocios/profesionales. Estas personas se denominan visitantes (que pueden ser turistas o excursionistas; residentes o no residentes) y el turismo tiene que ver con sus actividades, de las cuales algunas implican un gasto turístico. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2007)

Turismo sostenible: Es el turismo que tiene plenamente en cuenta las repercusiones actuales y futuras, económicas, sociales y medioambientales para satisfacer las necesidades de los visitantes, de la industria, del entorno y de las comunidades anfitrionas. (Organización Mundial del Turismo OMT, 2014).

Globo: Receptáculo de materia flexible lleno de gas. (Real Academia Española, 2015).

Aerostático: Bolsa de material impermeable y de poco peso, de forma más o menos esférica, llena de un gas de menor densidad que el aire, cuya fuerza ascensional es mayor que el peso del conjunto. (Real Academia Española, 2015).

Cautivo: El que está sujeto a tierra con un cable y puede servir de observatorio. (Real Academia Española, 2015).

Dirigible: globo fusiforme que lleva una o varias barquillas con motores y hélices propulsoras y un timón para guiarlo. Su envoltura puede ser de diversas materias,

incluso de metales ligeros, y está provisto de una armadura que le da rigidez. (Real Academia Española, 2015).

Aerostación: El aerostato es un ingenio que se eleva en virtud de la fuerza ascensional provocada por la diferente densidad entre el aire atmosférico y el elemento gaseoso albergado dentro de ese gran balón que le confiere su forma característica. Por tanto, un factor importante es la ligereza, cuanto no es imprescindible constituye un lastre y sobra. (Federación Aragonesa de los Deportes Aéreos, 2014).

Recreación: Acción y efecto de recrear. Diversión para el alivio del trabajo (Real Academia Española, 2015).

Comuna: Forma de organización social y económica basada en la propiedad colectiva y en la eliminación de los tradicionales valores familiares. (Real Academia Española, 2015).

Comunidad: Conjunto de las personas de un pueblo, región o nación. (Real Academia Española, 2015).

Comuneros: Perteneciente o relativo a una comuna. (Real Academia Española, 2015).

Servicio al cliente: Es el conjunto de estrategias que una compañía diseña para satisfacer, mejor que sus competidores, las necesidades y expectativas de sus clientes externos. De esta definición podemos deducir que el servicio de atención al cliente es indispensable para el desarrollo de una empresa. (Gómez, 1999).

Calidad: Se define como adecuación al uso, esta definición implica una adecuación del diseño del producto o servicio (calidad de diseño) y la medición del grado en que el producto es conforme con dicho diseño (calidad de fabricación o conformidad). La calidad de diseño se refiere a las características que potencialmente debe tener un producto para satisfacer las necesidades de los clientes y la calidad de conformidad apunta a cómo el producto final adopta las especificaciones diseñadas. (Juran & Gryna, 1993).

Innovación: Es la acción y efecto de innovar. También es la creación o modificación de un producto y su introducción en un mercado. (Real Academia Española, 2015).

Identidad: aquello por lo que uno siente que es “él mismo” en este lugar y este tiempo, tal como en aquel tiempo y en aquel lugar pasados o futuros; es aquello por lo cual se es identificado (Laing, 1973).

Diversión: Según la Real Academia Española es la acción y efecto de divertir. Hace referencia a todas aquellas actividades que generan alegría en quien las realiza ya que se caracterizan por ser entretenidas, alegres, relajantes o interesantes. (Real Academia Española, 2015)

1.3. Marco legal

El centro de globos aerostáticos es una idea que no ha sido implementada en el país, por ello no existe un marco legal específico en cuanto a normas y reglamentos.

De acuerdo a La Ley de Turismo (2002), todos aquellos proyectos que generen un beneficio y contribución al país serán realizados y respaldados por el estado, es por ello que las normas y reglamentos son implementadas de acuerdo a la existencia de cada proyecto.

1.3.1. Ley de turismo

Según la (**Ley de Turismo, 2002**) Capítulo I:

Art. 1.- La presente Ley tiene por objeto determinar el marco legal que regirá para la promoción, el desarrollo y la regulación del sector turístico; las potestades del Estado y las obligaciones y derechos de los prestadores y de los usuarios.

Art. 3.- Son principios de la actividad turística, los siguientes:

- A. La iniciativa privada como pilar fundamental del sector; con su contribución mediante la inversión directa, la generación de empleo y promoción nacional e internacional;
- B. La participación de los gobiernos provincial y cantonal para impulsar y apoyar el desarrollo turístico, dentro del marco de la descentralización;
- C. El fomento de la infraestructura nacional y el mejoramiento de los servicios públicos básicos para garantizar la adecuada satisfacción de los turistas;
- D. La conservación permanente de los recursos naturales y culturales del país; y,
- E. La iniciativa y participación comunitaria indígena, campesina, montubia o afroecuatoriana, con su cultura y tradiciones preservando su identidad, protegiendo su ecosistema y participando en la prestación de servicios turísticos, en los términos previstos en esta Ley y sus reglamentos.

Art. 4.- La política estatal con relación al sector del turismo, debe cumplir los siguientes objetivos:

- A. Reconocer que la actividad turística corresponde a la iniciativa privada y comunitaria o de LEY DE TURISMO autogestión, y al Estado en cuanto debe potencializar las actividades mediante el fomento y promoción de un producto turístico competitivo;
- B. Garantizar el uso racional de los recursos naturales, históricos, culturales y arqueológicos de la nación;
- C. Proteger al turista y fomentar la conciencia turística;
- D. Propiciar la coordinación de los diferentes estamentos del Gobierno Nacional, y de los gobiernos locales para la consecución de los objetivos turísticos;
- E. Promover la capacitación técnica y profesional de quienes ejercen legalmente la actividad turística;
- F. Promover internacionalmente al país y sus atractivos en conjunto con otros organismos del sector público y con el sector privado; y,
- G. Fomentar e incentivar el turismo interno.

Capítulo II

Art. 6.- Los actos y contratos que se celebren para las actividades señaladas en esta Ley estarán sujetas a las disposiciones de este cuerpo legal y en los reglamentos y normas técnicas y de calidad respectivas.

Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de turismo, cumpliendo con los requisitos que

establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

Art. 10.- El Ministerio de Turismo o los municipios y consejos provinciales a los cuales esta Cartera de Estado, les transfiera esta facultad, concederán a los establecimientos turísticos, Licencia única anual de Funcionamiento; lo que les permitirá:

- A. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- B. Dar publicidad a su categoría;
- C. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- D. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- E. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el caso de las Licencias Ambientales, que por disposición de la ley de la materia deban ser solicitadas y emitidas. (La Comisión de Legislación Y Codificación, 2014)

1.3.2. Normativa Legal

El director General de Aviación Civil es quien se encarga de las regulaciones de leyes y normas dentro de la Organización de Aviación Civil Internacional u OACI (siglas), Codificación de la (Dirección General de Aviación Civil, 2014), las actividades regulatorias a considerar son:

- Que la aeronave se encuentre en buenas condiciones.
- Que el piloto esté calificado física y mentalmente para la operación de vuelos.
- Que la operación no sea una amenaza para quienes se encuentran en la tierra

Otro del aspecto a considerar es el permiso del espacio aéreo que está también regulado por la OACI. Para garantizar la seguridad a quienes se encuentren en el aire es por ello el control de tráfico aéreo bajo términos, condiciones y limitaciones necesarias para la seguridad en las que incluyen normas meteorológicas, de altitud y reglas para la prevención de colisiones.

Acorde a la Ley de Aviación Civil (2007), para que una aeronave civil pueda operar en el Ecuador debe:

- Tener una matrícula otorgada por la Dirección General de Aviación Civil o por su país de registro.
- Mantener un certificado que le permita efectuar la operación privada.
- Cumplir con las regulaciones técnicas de aviación civil RDAC aplicables.

Quienes no cumplan con estos reglamentos serán sancionados con multas.

Es importante que todos aquellos que deseen realizar vuelos presenten un informe con noventa días de anticipación para poder conocer la situación del tráfico aéreo y no exista contratiempo durante el vuelo. Este seguimiento deben realizarlo todas las instituciones que manejen aeronaves, sea para institución privada o pública, Codificación de la Ley de Aviación Civil, (2007).

1.3.3. Normas de Seguridad.

Licencia: El Ecuador exige que todas aquellas personas que deseen pilotear aviones, helicópteros, globos aerostáticos, etc. deberán estar certificados de esta manera se garantiza la calidad y la seguridad.

Seguro: Toda institución que realice transportación vía aérea tienen la obligación de asegurar a sus pasajeros tanto nacionales como extranjeros, a pesar de que extranjeros entren al sector ya con un seguro, se debe tener en consideración el hecho de que no entren con un seguro, este seguro debe estar calificada por la Dirección General de la Aviación Civil.

Capítulo II

2.1. Metodología de la investigación

2.1.1. Método

“Es la organización racional y bien calculada de los recursos disponibles y de los procedimientos más adecuados para alcanzar el objetivo de una manera segura, económica y eficiente”. (Pacheco, 1999:73)

Existen varios tipos de métodos que se pueden adaptar al proyecto, en este caso aplicaremos el método deductivo que va de lo general a lo particular.

2.1.2. Método Deductivo

"Es el proceso que permite presentar conceptos, principios, reglas, definiciones, afirmaciones, fórmulas, reglas, a partir de los cuales se analiza, compara, sintetiza, generaliza y demuestra. Este método va de lo general a lo particular". (Pacheco, 1999:76)

Este método se aplica al proyecto ya que se obtienen conclusiones partiendo de lo general, aceptado como válido las aplicaciones particulares. Se inicia con el análisis de los postulados, teoremas, leyes, principios, etc. Este método cumple con el siguiente proceso.

- Síntesis
- Generalización
- Demostración

2.1.3. Enfoque

El tipo de enfoque que se utilizará para la implementación del proyecto será mixto ya que reúne, estudia, asocia datos cuantitativos y cualitativos, en una misma circunstancia que permitirá el desarrollo de una investigación de tipo descriptiva.

Esta investigación está contemplada en los datos cuantitativos y cualitativos porque recolecta información y datos, hace una medición numérica y un estudio estadístico, y la cualitativa busca descubrir o perfeccionar preguntas de investigación.

El enfoque mixto nos dará a saber qué está haciendo la comunidad para atraer a más turistas, este resultado dará como efecto una conclusión de las fortalezas y debilidades lo que permitirá elaborar estrategias para captar mayor afluencia de turistas.

Esto facilita la debida creación de preguntas para la investigación y la recolección de datos necesarios para dar respuestas a las interrogativas. Esta información será adquirida mediante entrevistas y encuestas a los habitantes de la población, así como a la Junta Parroquial de Engabao.

2.1.4. Técnica

Es el conjunto de instrumentos y medios a través de los cuales se efectúa el método y solo se aplica a una ciencia. En esta investigación se aplicarán varias técnicas que son aplicables a la propuesta.

La observación: “Es el primer paso en toda investigación, esta técnica la ha utilizado la humanidad en todos los tiempos y lugares como una forma de adquirir conocimientos. La observación tiene dos grandes modalidades, de forma directa y de forma indirecta”. (Pacheco, 1999:81)

Observación directa: “El observador se sirve de determinados instrumentos de observación en las que registra y valora los comportamientos observados”. (Pacheco, 1999:81)

Observación Indirecta: “Este tipo de observación se puede llevar a cabo a través de cuestionarios y encuestas que produce el sujeto investigado en presencia o no del observador y de las entrevistas en la que participa activamente y el entrevistado”. (Gil, 1999:82)

Entrevista: “Es una conversación seria y profesional que se propone un fin determinado distinto del simple placer de la conversación”. (Pacheco, 1999:83) Además de adquirir información acerca de lo que se investiga, tiene importancia desde el punto de vista educativo; los resultados a lograr en la misión dependen en gran medida del nivel de comunicación entre el investigador y los participantes en la misma.

Encuesta: “Es la técnica que a través de preguntas o de un cuestionario adecuado nos permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella”. (Gil, 1999:88)

2.2. Tipo de Estudio

Para el presente documento hemos considerado analizar la rentabilidad del proyecto a través de:

2.2.1. Estudio descriptivo

Los estudios descriptivos “miden, evalúan o recolectan datos sobre diversos aspectos, dimensiones o componentes del fenómeno a investigar” (Bisquerra, 2009:231).

El propósito de este estudio es que el investigador describa circunstancias y sucesos a través de ciertos datos, esto quiere decir cómo es, y se expone determinado fenómeno. Este tipo de estudio no solo se recolecta mediante la investigación; sino

mediante la observación cuando el investigador busca definir y describir las características de ciertas personas, comunidades y grupos.

Se utilizará la descripción de un fenómeno o recurso metodológico para expresar por escrito las bondades, que tienen cada uno de los lugares turísticos que tiene el lugar que representa la propuesta, donde por medio de la descripción se detalla la belleza del entorno natural y describen hechos como observados.

2.2.2. Estudio exploratorio

Este estudio se da cuando un tema o un problema es investigado por primera vez o son muy pocos estudiados con profundidad. Hay que recoger los datos necesarios para dar modelo a futuras propuestas como la del proyecto. El objetivo de este estudio es realizar la formulación de un problema para realizar una investigación más concisa o que sea posible desarrollar una hipótesis.

Dichos estudios nos sirven para aumentar el grado de familiaridad con fenómenos relativamente desconocidos, obtener información sobre la posibilidad de llevar a cabo la investigación más completa sobre un contexto particular de la vida real, investigar problemas del comportamiento humano que consideren cruciales los profesionales de determinada área, identificar conceptos o variables promisorias, establecer prioridades para investigaciones posteriores o sugerir afirmaciones verificables (Dahnke, 1986)

2.3. Universo – Población

Se define a la población como un grupo de personas que forman parte de una comunidad en donde estos residen permanentemente realizando sus actividades diarias cerca de sus empleos, viviendas, familiares, etc.

Engabao con 4.200 personas forma parte de la provincia del Guayas, el cual cuenta con un total de 3.645.483 millones de habitantes entre adultos mayores, adultos, jóvenes y niños, el cantón de Playas como parte de la provincia del Guayas cuenta con una población de 41.935 millones, este ocupa el 1,1% de habitantes de la provincia del Guayas de acuerdo al (Censo, 2010). Se considera una población infinita ya que Engabao sobrepasa los 4.200 al ser visitado por personas pertenecientes a la provincia del Guayas.

2.4. Muestra

Se realizará la muestra de acuerdo a la población de un nuevo centro turístico sobre el cual no se ha realizado ningún estudio anterior, se acepta un margen de error máximo de 2%, se determina el tamaño determinando que se considera el tamaño de la muestra a partir de la población en este caso una población infinita.

$$n = \frac{Z^2 * p * q}{e^2}$$

Figura 1. Cálculo de muestra

Donde:

n= Tamaño de la muestra

Z²= Grado de confianza en el cual se determina de acuerdo a la siguiente tabla:

U= Universo

P= Probabilidad de éxito

Q=Probabilidad de fracaso (1- p)

E= Error (entre el 1% y el 5%)

$$(1.96)^2 * 0.50 * 0.50$$

$$n = \frac{\text{-----}}{(0.05)^2}$$

$$3.8416 * 0.25$$

$$n = \frac{\text{-----}}{0.0025}$$

$$0.9604$$

$$n = \frac{\text{-----}}{0.0025} = 384.16$$

El valor de la muestra obtenida nos indica a quienes vamos a realizar el estudio. Eso quiere decir que la muestra que vamos a tomar de la población será de 384.16 personas a las cuales les aplicaremos el estudio para determinar la preferencia del nuevo atractivo turístico.

2.5. Técnicas de recolección de datos

Entrevistas: se realizará preguntas al representante de la comuna con el objetivo de saber si la población estaría dispuesta a colaborar en este nuevo atractivo, además de determinar el objetivo por el cual los visitantes deciden visitar el lugar.

Encuestas: se realizará una serie de preguntas con la finalidad de saber la opinión del público sobre los globos aerostáticos, adicional se podrá percibir la aceptación de las personas hacia el atractivo.

Observación directa: donde se vigilará el comportamiento de la comuna sobre este nuevo proyecto, el cual se realizará en sus tierras. De manera que esto sea como una oportunidad para ellos y el desarrollo de sus actividades.

Observación indirecta: mediante opiniones de terceros sobre estudios ya realizados sea dentro o fuera del país, estén o no hábiles podemos acatar algunos de los parámetros ya existentes para el éxito de la agencia de globos aerostáticos.

2.6. Diseño de la investigación a efectuar

Según Hernández Sampieri, Fernández Collado, & Baptista (2010), Lucio afirma que el término diseño se refiere al plan o estrategia concebida para obtener la información que se desea.

El diseñador indica al investigador lo que es indispensable hacer para alcanzar sus objetivos de estudio y para contestar las interrogantes de conocimiento que se han planteado.

2.7. Encuestas

Edad:

Sexo: F

M

1.- **Al momento de viajar a la playa ¿Qué playa elige como destino?**

- a) Salinas
- b) Balletina
- c) San pablo
- d) Playas

2.- **¿Cuándo viaja a la playa suele visitar más de un destino en la costa?**

- a) Si
- b) No

¿Porque? _____

3.- **¿Prefiere viajar a la playa?**

- a) Entre semana
- b) Fines de semana
- c) Feriados
- d) Temporada

4.- **¿Qué es lo que más considera al realizar un viaje?**

- a) Precio
- b) Entretenimiento

c) Seguridad

d) Distancia

e) Otro

Indique cual sería:

5.- **¿Ha escuchado sobre centros de entretenimiento de globos aerostáticos?**

a) si

b) no

6.- **¿Le gustaría realizar un paseo en el aire en un globo aerostático donde pueda observar las maravillosas playas del Ecuador?**

a) si

b) no

¿Por qué? _____

7.- **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paseo en un globo aerostático?**

a) \$55 - \$60

b) \$65 - \$70

c) \$75 - \$80

d) \$85 o más

8.- **¿Estaría dispuesto a compartir con otros turistas el globo aerostático?**

a) Si

b) No

9.- **¿Cada cuánto tiempo visitaría usted el centro de globos aerostáticos?**

a) 1 – vez por semana

b) 2 – veces al mes

c) 6 – veces al año

d) otros

Indique el tiempo _____

10.- **¿Qué servicios adicionales cree usted que son necesarios para el área de globos aerostáticos?**

a) Wi-fi

b) Tienda de recuerdo

C) Parque recreativos para niños

d) Restaurante

D) Otros

Indique cual: _____

2.7.1. Interpretación de resultados.

A través de las encuestas se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 1.
Géneros.

Género	N. personas	Porcentaje
Mujeres	185	48,18%
Hombre	199	51,82%
Total	384	100%

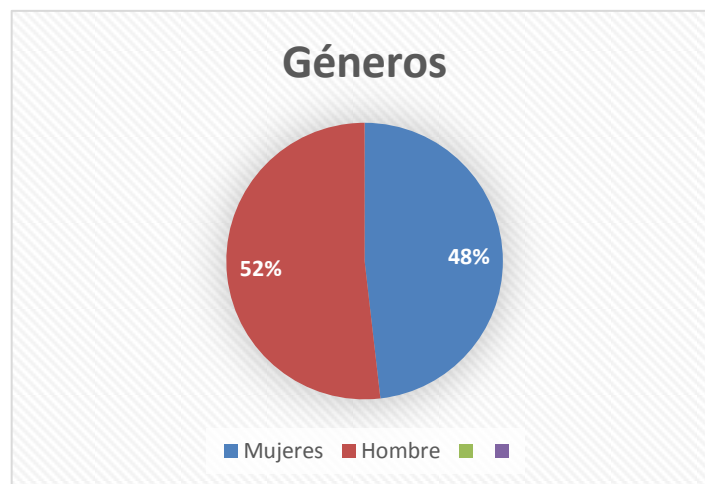


Figura 2. Géneros

La encuesta fue realizada a 384 personas de acuerdo a la muestra realizada, la cual fue dirigida para ambos géneros, mujeres con 48% y hombres con el 52%.

Tabla 2.
Edades.

Edad	N. personas	Porcentaje
17-27	167	43,49%
28-38	92	23,96%
39-49	67	17,45%
50 o más	58	15,10%
Total	384	100%

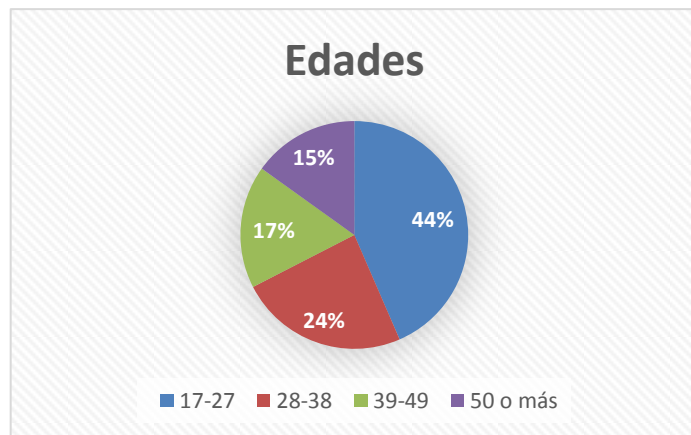


Figura. 3 Edades

La encuesta fue dirigida a diferentes rangos de edades enfocando a personas de 17 años de edad en adelante con el objetivo de saber que esta actividad podría ser aceptada para todo el público. En los resultados se observa que el mayor grupo de personas oscilan entre 17 años a 28 años con un porcentaje de 44%, quienes fueron con quien más se contactó durante la encuesta.

1.- Al momento de viajar a la playa ¿Cuál playa elige como destino?

Tabla 3.
Destino preferido.

Opciones	N. de personas	Porcentaje
Salinas	185	48,18%
Ballenita	43	11,20%
San Pablo	53	13,80%
Playas	103	26,82%
Total	384	100%

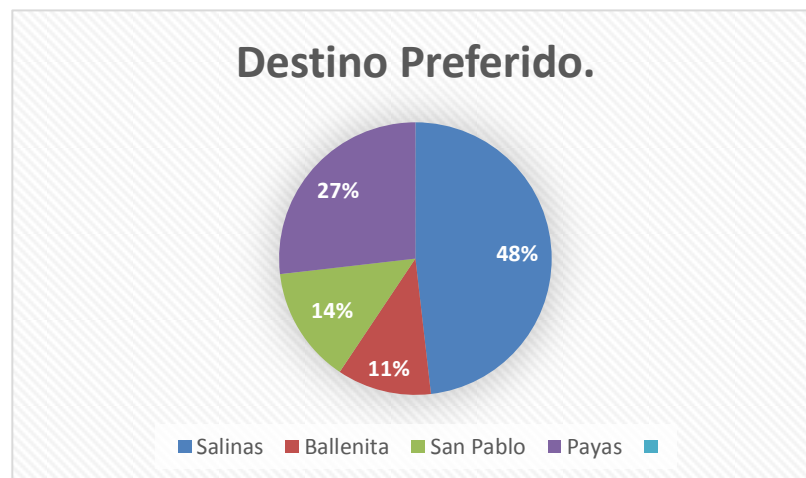


Figura 4 Destino preferido

Los dos lugares que más destacaron durante la encuesta fueron Salinas con un 48%, debido a que este balneario cuenta con una alta infraestructura hotelera y una variedad de actividades recreativas para los turistas. Y Playas con un 27%, debido a su accesibilidad ya que se encuentra cerca de la ciudad de Guayaquil, y funciona como escape de un día de rutina para todos aquellos que deseen disfrutar de las playas y del surf sin tener la necesidad de alojarse.

2.- ¿Cuándo viaja a la playa suele visitar más de un destino en la costa

Tabla 4.

Más de un destino visitado.

Respuesta	N. de persona	Porcentaje
Si	243	63,28%
No	141	36,72%
Total	384	100%



Figura 5. Más de un destino visitado

El 63% de personas indicó que les gusta visitar más de una ruta playera debido a que les agrada viajar para así poder conocer más sobre la cultura, la gastronomía y el paisaje de los hermosos balnearios del país. También visitan diferentes tipos de playas para realizar varias actividades como surf, nadar o simplemente disfrutar de la brisa del mar.

3.- ¿Prefiere viajar a la playa?

Tabla 5.
Época preferida de viajar a la playa.

Opciones	N. de personas	Porcentaje
Entre semana	73	19,01%
Fines de semana	81	21,09%
Ferriado	103	26,82%
Temporada	127	33,07%
Total	384	100%

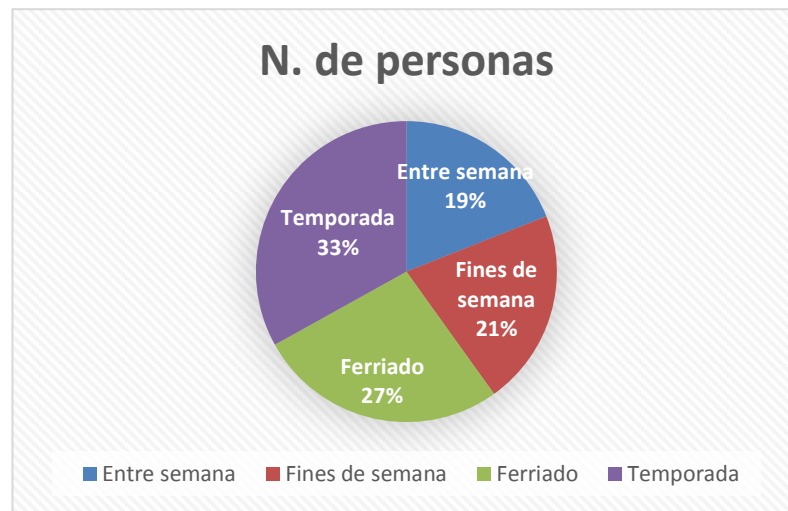


Figura 6. Época preferida de Viajar a la playa

La mayoría de personas que fueron encuestadas concluyen que viajan en cualquier época del año, según en las encuestas realizadas se observó que gran parte de los encuestados deseaban elegir más de una opción, para viajar a la playa, debido a que visitan las playas ecuatorianas por varios motivos como relajación, distracción, diversión, y deporte etc.

4.- ¿Qué es lo que más considera al realizar un viaje?

Tabla 6.
Aspectos importantes al realizar un viaje.

Opciones	N. de personas	Porcentaje
Precio	101	26,30%
Entretenimiento	133	34,64%
Seguridad	71	18,49%
Distancia	54	14,06%
Otro	25	6,51%
Total	384	100

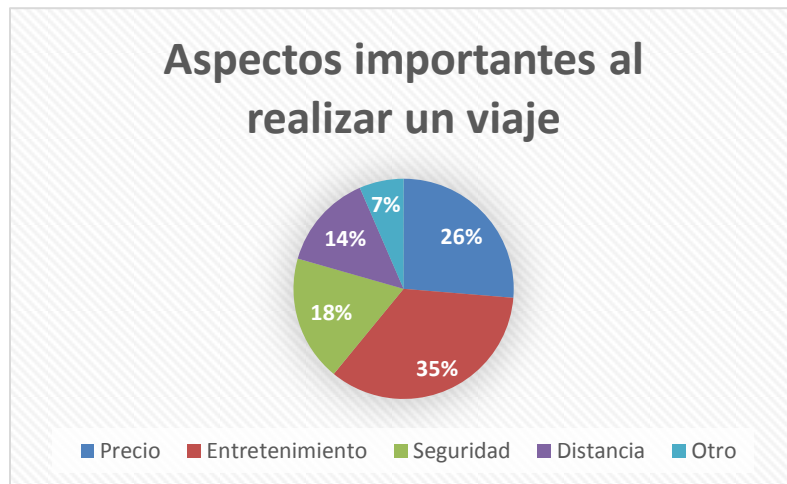


Figura 7. Aspectos importantes al realizar un viaje

Lo que más consideran las personas al momento de realizar un viaje son el entretenimiento con un 35% y el precio con un 26% siendo estas opciones primordiales para quienes desean disfrutar de más de una actividad por un periodo de tiempo determinado sea con familia, pareja o amigos. Otra opción para quienes realizan turismo en esta zona es el servicio en cuanto a atención al cliente.

5.- Ha escuchado sobre centros de entretenimiento de globos aerostáticos?

Tabla 7.

Conocimiento acerca de centros de globos aerostáticos.

Respuesta	N. de personas	Porcentaje
Si	196	51,04%
No	188	48,96%
Total	384	100%

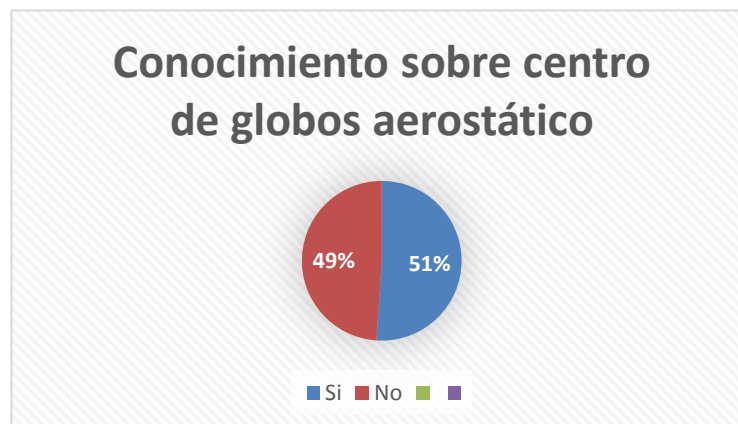


Figura 8. Conocimiento acerca de centros de globos aerostáticos

El target al que nos dirigimos es de clase media a alta, de todas formas se encuesta a la clase media baja, esto fue con el objetivo de atraer la atención de todo el público, obtuvimos que un 58% ha escuchado sobre esta actividad sea porque han viajado fuera del país, promocionado en televisión o internet, la mayoría de estas personas pertenece a la clase media y alta.

6. **¿Le gustaría realizar un paseo en el aire en un globo aerostático donde pueda observar las maravillosas playas del Ecuador?**

Tabla 8.
Aceptación del público.

Respuesta	N. de personas	Porcentaje
Si	310	80,73%
No	74	19,27%
Total	384	100%

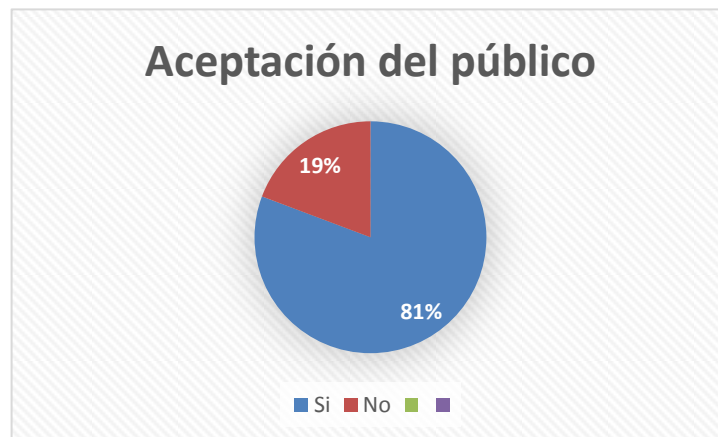


Figura 9. Aceptación del público

El 81% de personas se encontró emocionada con la idea de un centro de globos aerostáticos considerándola como algo novedoso y original que no existe en el Ecuador, mientras que el 19% de las personas tuvieron una respuesta negativa sobre este proyecto debido a su vértigo por las alturas, de todas formas indicaron que visitarían el lugar solo para encontrarse cerca del atractivo, y así disfrutar de la vista desde la altura hacia la tierra.

7.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por un paseo en un globo aerostático?

Tabla 9.
Precio a pagar por persona.

Valor	N. de personas	Porcentaje
55-60	232	60,42%
65-70	90	23,44%
75-80	47	12,24%
85-95	15	3,91%
Total	384	100%

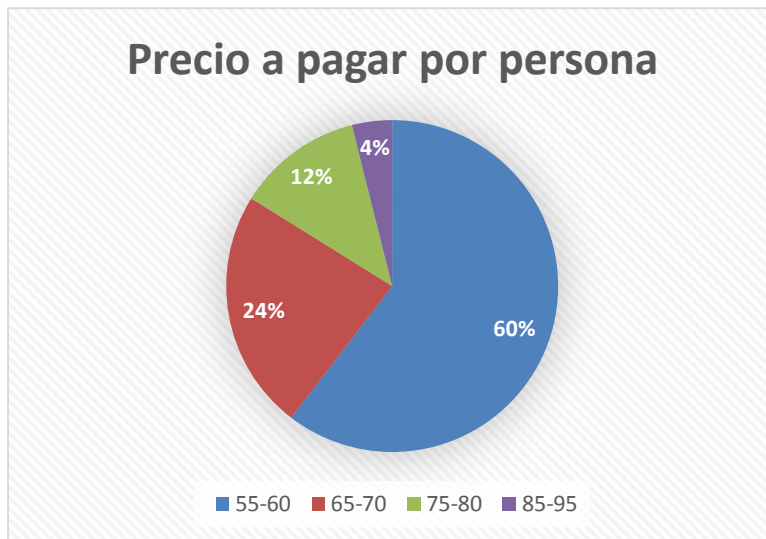


Figura 10. Precio a pagar por persona

El 60% de las personas están dispuestas a pagar de 50 a 60 dólares el paseo, pero en general la mayoría a quienes se realizó la encuesta indicó que no temen gastar más si el servicio ofrecido lo amerita.

8.- ¿Estaría dispuesto a compartir con otros turistas el globo aerostático?

Tabla 10.

Compartir el globo con otras personas.

Respuesta	N. personas	Porcentaje
Si	287	74,74%
No	97	25,26%
Total	384	100%

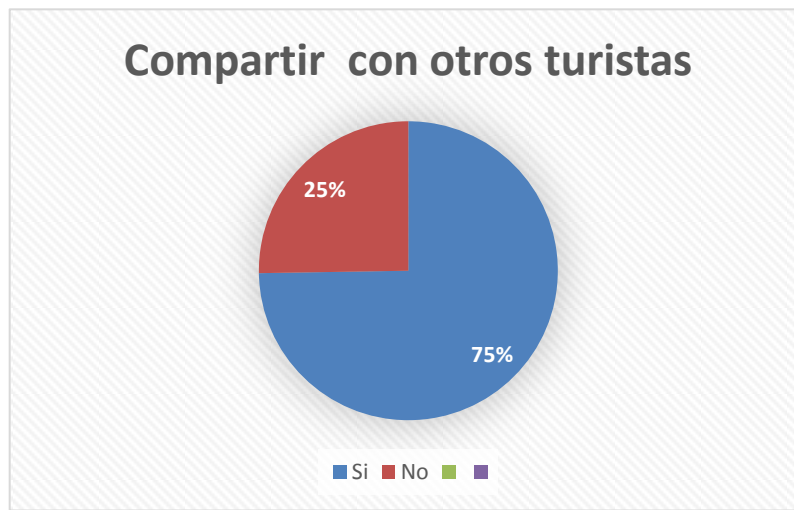


Figura 11. Compartir el globo con otras personas

El 75% Las personas están dispuestas a compartir la experiencia con otros turistas, el 25% indican que sí podrían, siempre y cuando sea entre familias, amigos o parejas, de no ser de este modo preferirían disfrutar solos de esta aventura.

9.- ¿Cada cuánto tiempo visitaría usted el centro de globos de aerostáticos?

Tabla 11.
Visitas al centro de globos aerostáticos.

Opciones	N. de personas	Porcentaje
1 vez por semana	90	23,44%
2 veces al mes	167	43,49%
6 veces al mes	88	22,92%
Otro	39	10,16%
Total	384	100%

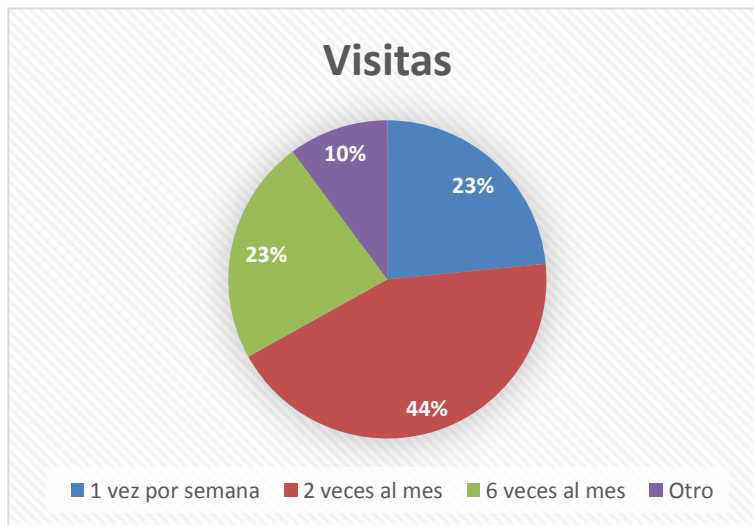


Figura 12. Visitas al centro de globos aerostáticos

En general las personas indicaron que les gustaría ir 2 veces por mes, de esta forma podrían disfrutar con diferentes grupos, es decir grupo familiar, grupo de amigos, etc. Otros indicaron que depende de la experiencia regresarían al lugar más de 3 veces al año. Con todos estos análisis se espera una gran afluencia de personas durante todo el año.

10.- ¿Cuáles servicios adicionales cree usted que son necesarios para el área de globos aerostáticos?

Tabla 12.
Servicios adicionales.

Opciones	N. de personas	Porcentaje
Wifi	109	28,39%
Tiendas de recuerdo	57	14,84%
Parque recreativos	89	23,18%
Restaurantes	123	32,03%
Otros	6	1,56%
Total	384	100%

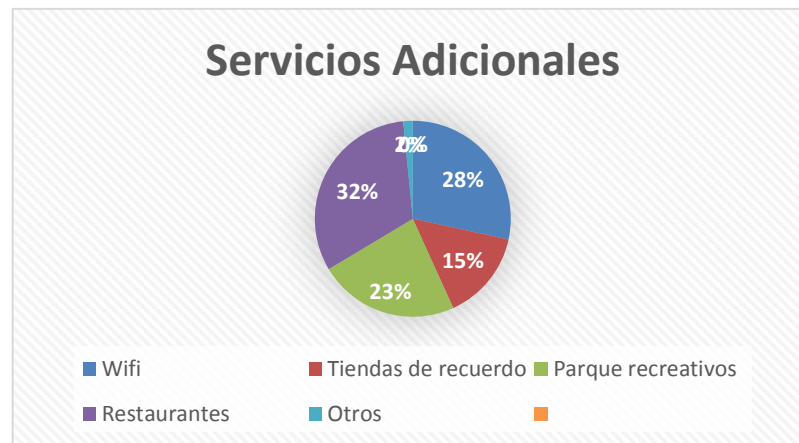


Figura 13. Servicios adicionales

Los turistas eligieron tres lugares indispensables y relevantes que deben de encontrarse en el área de globos aerostáticos, para momentos de espera antes, durante y después de la actividad como lo indica el gráfico son wifi con el 28%, restaurantes con el 32% y parques recreativos para niños con el 23%, otros indicaron que también querían hoteles cercanos a este sitio.

2.8. Entrevista:

Entrevista 1. Presidente de la Comuna Alberto García Tomalá.

1. ¿En la actualidad cómo es el turismo en la comuna de Engabao?

En la actualidad el turismo de Engabao se encuentra en una fase de crecimiento, ya que cada vez crece más el turismo interesado por este destino poco conocido en comparación con otras playas de la costa ecuatoriana, ya que por sus paisajes acogedores, su clima es considerado como uno de los mejores climas del mundo y sus olas llamativas. Es por esta razón que los principales turistas que visitan este balneario son surfistas y personas que buscan relajarse alejados de sus actividades diarias.

2. ¿Cuáles son los meses que tienen mayor demanda en la comunidad?

Los meses de Diciembre a Mayo, es decir en la temporada playera.

3. ¿Están suficientemente capacitados los proveedores del servicio turístico en cuanto atención a los turistas?

El consejo provincial envía personal capacitado a dictar talleres de preparación en el desenvolvimiento de la atención hacia los visitantes, es por esto que la comunidad de Engabao sí está preparada para acoger a los diferentes tipos de turistas. Por parte del gobierno existe apoyo en cuanto a educación, este es un excelente motivo para que estos jóvenes a futuro se conviertan en grandes empresarios turísticos que ayuden a incrementar la economía en nuestro querido puerto. Algo que cabe mencionar es el proyecto que en unos años emprenderá la Corporación Nobis encabezada por Isabel Noboa, que en la actualidad está brindando capacitaciones para las mujeres que conforman la comuna de Engabao.

4. ¿Qué clase de problemas presenta la comuna?

El principal problema es que terratenientes están luchando por apropiarse de grandes extensiones de esta comuna. En cuanto a la infraestructura no tienen pavimentación.

5. ¿Cuáles son las principales fuentes de ingreso de los comuneros?

La principal fuente de ingreso de los comuneros es la pesca y como fuente secundaria en la época de invierno el sembrío de productos de ciclo corto como alverjas, choclo, sandía, melón etc.

6. ¿Cuál sería la apertura de la comunidad de Engabao sobre un proyecto nuevo?

Siempre se da apertura a personas que deseen el bien de la comunidad, aportando con proyectos que beneficien de una manera significativa.

7. ¿Qué piensa usted sobre un servicio de paseo en globos aerostáticos en la comuna de Engabao?

Sería una excelente noticia para nosotros, ya que ayudaría a fomentar el turismo del puerto, ayudaría a nuestros comuneros de una manera indirecta a incrementar sus ingresos con nuevas oportunidades de negocios.

8. ¿Qué factor opina usted que son de mayor importancia para que el turismo de Engabao incremente?

Considero que el puerto de Engabao necesita mayor apoyo del sector público y privado. Por medio de publicidad se puede dar a conocer sus llamativos atractivos y de esa manera mejorar la frecuencia del turismo.

2.8.1. Entrevista

Entrevista 2. Juan de la A Panchana, Vicepresidente de la comuna.

- 1. ¿Qué soluciones busca cuando tiene algún tipo de problema y no está en sus manos resolverlos?**

En asuntos de tierras se acude al Ministerio de Agricultura, Ganadería, Acuacultura y Pesca. Las demandas se transmiten en la Fiscalía del cantón Playas. En lo referente a la existencia de un problema como en motores fuera de borda, herramienta fundamental en la pesca, se solicita la ayuda a la Capitanía del Puerto. Con los problemas internos se reúnen todos los que conforman la directiva parroquial para tomar la mejor opción para salir del problema a presentarse.

- 2. ¿Usted ha ayudado a emprender algún proyecto nuevo en la comunidad de Engabao?**

Si, con la ayuda del Consejo Provincial hay una chanchera y un pozo profundo para la ganadería, además de la construcción en proceso de un puente que une al pueblo directamente con el puerto pesquero de Engabao.

- 3. ¿Qué mejoras ha hecho usted durante su función en la población de Engabao?**

Con la ayuda de la Municipalidad se ha mejorado el servicio de agua potable y alcantarillado.

- 4. ¿Cuáles de sus obras le ha demandado mayor tiempo y trabajo?**

Como se mencionó anteriormente, se está construyendo un puente que una la comuna con el puerto de Engabao y con la ayuda de un grupo de estudiantes universitarios se construyó una cancha de fútbol.

5. ¿Cómo resuelve las necesidades y las inquietudes de los habitantes de Engabao?

En asuntos de salud la Junta Parroquial siempre está presta a brindar la mejor ayuda posible, socialmente también hay otros tipos de apoyo.

2.8.2. Análisis de entrevistas efectuadas

El día 20 de julio del 2015, se realiza una visita a la comuna de Engabao con el propósito de efectuar una entrevista al Presidente y Vicepresidente de la comuna de Engabao, con el objetivo de conocer el desarrollo y las necesidades de la población.

Dicha entrevista se llevó a cabo en la Junta Parroquial de Engabao, en las oficinas del Presidente Pedro Tomalá, quien respondió de forma objetiva y con mucha cordialidad.

Entre los puntos positivos de la entrevista se puede destacar que la comunidad está capacitada para poder acoger a los turistas que lleguen al puerto. Este factor es una fortaleza ya que la finalidad del proyecto es ver por el bienestar y la conformidad del visitante de manera que se pueda generar una forma de marketing conocida como “marketing de boca a boca”.

Durante la entrevista mostraron entusiasmo por la idea de implementar un sitio turístico con globos aerostáticos. Viendo esto como una oportunidad para incrementar sus ingresos de una manera comercial poniendo negocios como restaurantes, tiendas de recuerdos alrededor del sitio donde se espera implementar el atractivo turístico. Sin embargo la aceptación de proyecto por parte del presidente de la población, este debe ser también presentado a directivos de la comuna.

Capítulo III

3.1. Estudio del Mercado

El estudio de mercado es el proceso de recopilar y analizar datos, cuyos resultados nos permite obtener información del mercado y consumidores. Es la técnica que se utiliza para saber cuál va a ser el mercado potencial y de esta manera saber cuáles van a ser los clientes a futuro. (Shujel, 2014)

Con el estudio de mercado se hará una investigación amplia para saber si el proyecto será factible, a que segmento se inclina más, conocer cuáles son las preferencias y gusto de las personas.

EL objetivo del estudio de mercado es conocer cuál será el nivel de aceptación que tendrán las personas con dicho proyecto, saber cuáles serán las debilidades y fortalezas del producto o el servicio a ofrecer.

3.2. Situación Actual.

La Comuna Puerto Engabao se fundó en 1995, también se lo conoce como Punta Piedra. Tiene aproximadamente 4.200 habitantes entre adultos y adolescentes.

Engaboa solía ser un pueblo olvidado con vías de acceso en deterioro y con un alto índice de ignorancia, y hasta la actualidad su fuente económica es la pesca. Constantemente la comuna solía ser visitada por comerciantes intermediarios, quienes estafaban a los moradores por el hecho de no tener una formación educativa, pues el setenta por ciento no sabían cómo leer, escribir, y realizar cuentas, el pueblo no le daba importancia a la educación. Padres llevaban a sus hijos a pescar desde lo achos años. Las

casas solía ser de cañas y en días lluviosos estos se inundaban perdiendo parte de sus bienes, además no contaban con agua potable.

Con la llegada de Julio Villón a la comuna, convenció a los moradores que con formación educativa y capacitación podría ayudar a mejorar su economía, Julio Villón fue intermediarios por largo tiempo de los pesqueros, evitando que estos fueran estafados por comerciantes. Llego hacer en l presidente de Puerto Engabao, creando escuelas, para niños y adultos.

Con el tiempo las actividades pesqueras comenzaron a disminuir, entonces surgió una nueva idea para obtener un nuevo ingreso económico, de vez en cuando solían ver extranjeros en la comuna, con el propósito de campar o realizar surf , entonces los moradores comenzaron a realizar ventas de alimentos. Fue ahí cuando se realizaron propuestas para la incrementación del turismo. Como resultado adquirieron fondos pequeños para la hospedería comunitaria, este fue un impulso para alcanzar muchos más proyectos como: el proyecto de fortalecimiento de la hospedería, el proyecto de agua potable, el proyecto de vías de acceso.

Actualmente se dedican a la pesca como principal fuente económica y al turismo, contando con dieciséis hospedajes comunitarios llamados “Casa Surf” desarrollados con la ayuda de la Fundación Nobis en el 2009

3.3. Análisis de la situación.

3.3.1. Cinco fuerzas de Porter (Micro-Entorno).

Entradas de nuevos competidores: Este proyecto es una idea innovadora que no ha sido implementada en el mercado “servicio de tours aerostáticos”. En la actualidad no existe menciones de nuevos competidores es por ello que se requiere registrará la empresa en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual (IEPI) con el fin que nadie pueda imitar la propuesta de nuestro servicio a ofrecer, y de esta forma prevenir la entrada de nuevos competidores para que no disminuya el número de los clientes.

La amenaza de sustitutos: No hay producto sustituto que brinde las mismas características de la propuesta. Pesé a esto existen empresas pioneras que brindan servicios con características enfocadas al turismo de aventura y placer, deportes extremos tales como Ala Delta, un deporte que consiste en un dispositivo dividido en dos partes, el arnés y la vela, debajo de la vela se encuentra el arnés que es la parte donde va el acompañante con el piloto, este deporte se trata de aprovechar las corrientes de aire. El parapente es un ala de varios metros que va sujeta con un arnés para el piloto, consiste en tirarse a un vacío, el parapente puede ser conducido por el piloto para moverse en el aire, bajar velocidad o ganar altura. Estos podría dominarse como sustitutos, a pesar de ello no afecta al desarrollo de las actividades.

El poder de negociación de los compradores: Esta fuerza es baja ya que no existen más ofertas de este tipo de servicio en el mercado que es ofrecer un tour en globo aerostático. Por lo tanto los clientes no están en capacidad de elegir u objetar el precio ya que no existen más alternativas en este ámbito, es decir quien desea adquirir el servicio no tendrá opción alguna que pagar por el valor que la empresa ofrece.

El poder de negociación de los proveedores: El poder de los proveedores es alto porque como en el país no hay empresas que provean este tipo de materiales de globos, tendríamos que traerlos de otros países en donde se pagaría el precio pedido por las empresas extranjeras que deberán traer estos materiales.

Rivalidad entre competidores existentes: Esta fuerza es baja debido a que no existen empresas que brinden el mismo servicio del cual se puede disfrutarse en familia, ofreciendo relajación en contacto con la naturaleza desde lo alto. Es por ello que la empresa se compromete innovar a través de promociones.

3.3.2. P.E.T.S.A (Macro-Entorno)

Político: En la actualidad está en la conducción del país el Presidente Rafael Correa, quien está invirtiendo en varias campañas para promocionar turísticamente al país una de ellas es All You Need Is Ecuador la cual es liderada por el Ministerio de Turismo, esta se activó simultáneamente el 1 de abril en 19 ciudades, 7 de ellas en Ecuador con el fin de posicionar al país como destino turístico a escala internacional. (Ministerio de Turismo, 2014)

El objetivo propuesto como política de estado es impactar a nivel mundial con una campaña promocional que privilegia Ecuador como destino turístico, All You Need Is Ecuador, cumplió su cometido, 450 millones de personas recibieron el mensaje, y algo más importante, hasta el lunes 22 de diciembre del 2014 arribaron al país 1'500.241 turistas extranjeros, marcando un hito histórico en la cifra de visitantes a Ecuador. (Ministerio de Turismo , 2015)

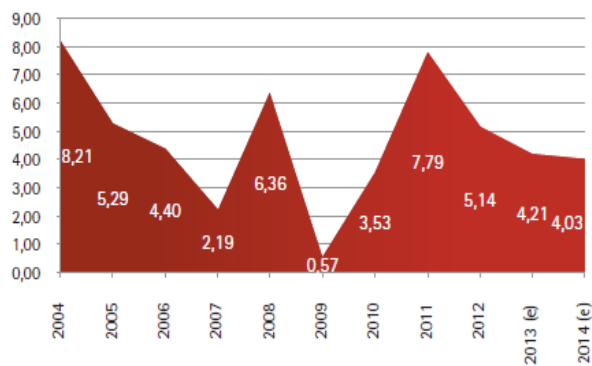
Como se ha mencionado anteriormente el gobierno y el Ministerio de Turismo están muy interesados en invertir dinero para desarrollar nuevos proyectos dando

oportunidad a personas emprendedoras que deseen impulsar el crecimiento turístico en el país.

Económico: De acuerdo al Instituto Británico Legatum, 2014. El índice de prosperidad que elabora anualmente este organismo es especializarse en medir el desarrollo de los países como la riqueza, el crecimiento económico, el bienestar y calidad de vida. Menciona que el Ecuador subió un puesto en el ranking de ese año hasta el lugar 73 entre 142 países.

Actualmente según estadísticas del instituto, el Ecuador ocupa el puesto 47, ubicándolo como una sus mejores posiciones en los ítems analizado, debido a la a tasa de crecimiento per cápita del Producto Interno Bruto pronóstico que en el año 2013 fue un 4.21% mientras que el año 2014 disminuyó al 4.03%.

Evolución del PIB



Fuente: Banco Central del Ecuador, UIEM / (e): valor estimado

Figura 14. Evolución del PIB

Fuente: Banco Central del Ecuador

Cabe resaltar que el Instituto Legatum dentro del subíndice manifiesta que la situación laboral es de 60% para la población con empleo en el año 2013, mientras que para el desempleo pronóstico un 5% en el año 2014 y en satisfacción con el nivel de vida es de 73%. (Instituto Británico Legatum, 2014)

Tasa de desempleo

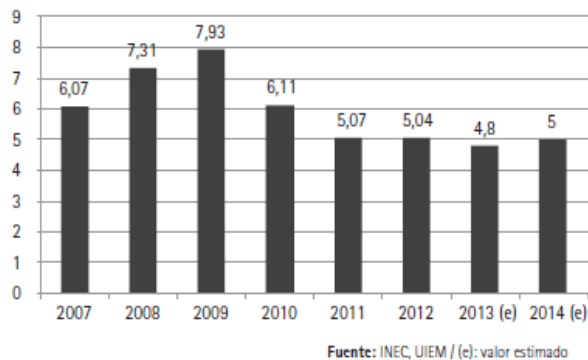


Figura 15. Tasa de desempleo
Fuente: INEC

Esto indica que la economía del país es estable por tanto el proyecto es viable, de manera que las personas nacionales podrán acceder y disfrutar del servicio que se va a brindar.

Según el INEC, el país finalizó el año 2014 con una inflación de 3,67% anual, que significó un alza frente al 2,70% del 2013. (Instituto Nacional de Estadísticas y Censos, 2014)



Figura 16. Inflación en el Ecuador
Fuente: INEC

Tecnológico: En la actualidad la tecnología es uno de los medios más importantes en la vida de los seres humanos ya que aporta grandes beneficios para la humanidad, es indispensable para el desempeño de varias actividades como el estudio de la medicina, la aplicación en técnicas de servicios, aparatos eléctricos para la realización de trabajos, además ofrece diversión y comunicación, etc.

En un futuro el mundo dependerá de la tecnología es por esto que el gobierno ha invertido millones de dólares, ya que por medio de esta se ha mejorado la educación y la salud con la adquisición de nuevos equipos, investigación científica aeronáutica y el cambio de la matriz productiva.

Los países que no generan suficientes conocimientos se quedan rezagados y dependen de lo que producen otros, por lo que, de no reducir las distancias con relación a los más avanzados en materia de educación, ciencia y tecnología, el futuro que les espera es de subordinación. (El Comercio, 2015)

El internet es una herramienta muy útil que tiene que ver con el turismo ya que por este medio se puede promocionar turísticamente al país dándolo a conocer mundialmente a los turistas.

Hay que saberle dar el uso adecuado ya que por medio de la tecnología se puede innovar y crear tendencias enfocadas a dar una buena atención al cliente con este medio es posible estar informado y recibir sugerencias respecto al servicio a ofrecer mediante páginas web y redes sociales.



Figura 17. Cuenta en alguna red social
Fuente: INEC

Social:

El nivel cultural de los ecuatorianos cada vez va enriqueciéndose más ya que las personas buscan prepararse, culturizarse, aprender varios idiomas para administrar varios negocios enfocados al turismo, es de suma importancia tener el conocimiento necesario para brindar la debida atención al cliente.

Este ámbito ha sido creado para que las personas se den cuenta de lo importante que es el turismo y lo que produce para cada pueblo, cantón o ciudad, y que son oportunidades para el desarrollo del entorno para las personas que trabajan en este medio al momento de ofrecer un servicio.

Es por esta razón que el Ministerio de Turismo ofrece constantemente, preparación, capacitación y talleres a las personas, para que vayan aprendiendo lo importante que es la atención hacia los clientes brindando servicios con calidad y calidez.

Uno de los parámetros sociales que el gobierno emplea, es el desarrollo DEL BUEN VIVIR, el cual se lo promociona y difunde a través de la secretaría del mismo

nombre, cuyo objetivo principal es mejorar la calidad de vida de la población. (Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo, 2015)



Figura 18. Plan Nacional del Buen Vivir
Fuente: Ministerio del Buen Vivir

Ambiental:

Uno de los problemas más grandes de hoy en día es que no se está dando la debida prevención al cuidado del medio ambiente, esto trae grandes consecuencias como la escasez de alimentos, aumento de enfermedades, extinción de especies animales, disminución del nivel de agua, contaminación ríos, mares etc.

Por este motivo los gobiernos de todo el mundo están creando leyes respecto al cuidado del medio ambiente.

La presente Ley establece los principios y directrices de política ambiental; determina las obligaciones, responsabilidades, niveles de participación de los sectores público y privado en la gestión ambiental y señala los límites permisibles, controles y sanciones en esta materia. (La Comisión de Legislación y Codificación, 2014)

Se tendrá que hacer un análisis adecuado en el área geográfica donde se presentará la acción de la propuesta, ya que es de optima importancia que el lugar este cuidado y tenga la sanidad apropiada con esto se obtendrá mayor cantidad de turistas.

3.4. Oferta del Mercado.

La oferta de mercado consiste en el producto que se espera ofertar a los clientes potenciales, dándole un valor agregado para que este pueda tener un mejor desarrollo y acogida por los demandantes.

En la actualidad la comunidad de Engabao no ha tenido un amplio desarrollo turístico donde las promociones que han sido realizadas no han cubierto los diferentes tipos de mercado de esta manera atraer mayor cantidad de turistas.

Engabao tiene como atractivos sus hermosas y extensas playas que cuenta con una vista panorámica que son consideradas únicas en el territorio costanero. Esta zona ha sido acogida por los turistas que practican el surf ya que algunas de sus playas cuentan con olas propicias para desarrollar este deporte, en donde además se han realizado competencias.

Para este proyecto de globos aerostáticos hemos visualizado este sector como una inversión a corto y mediano plazo debido a que en un futuro cercano será una zona de amplio desarrollo, sobre el proyecto que ya ha dado inicio por parte de inversionistas nacionales que han hecho presencia con proyectos inmobiliarios dentro de la zona como ejemplo el proyecto en ciudad Karibao que espera albergar alrededor de una población flotante aproximadamente 50 mil habitantes, además contará con tiendas, restaurantes y zonas recreativas para adultos y jóvenes.

Otras de las ventajas es la ubicación en la que este se encuentra, a veinte minutos de Balneario General Villamil y a una hora de la ciudad más grande del Ecuador, Guayaquil, lo que hace factible el acceso dentro de la ciudad en un mismo día, no solo para el turista nacional sino también el turista extranjero dando así otras opciones recreacionales a los visitantes.

3.5. Demanda del mercado

General Villamil Playas es una gran fuente de turismo por lo cual beneficiará a Engabao que está ubicado 20 km de Playas, lo cual ayudará al proyecto, debido a que este cantón perteneciente a la provincia del Guayas es muy conocido por su gastronomía, artesanía, infraestructura hotelera y es visitado por personas de todo el país, costa, oriente, sierra y personas de otros países.

Al momento de emprender el proyecto de globos aerostáticos se tendrá una gran expectativa en el ámbito turístico ya que esto es algo novedoso y no existe en el país, los turistas no se querrán perder de esta gran aventura y de poder apreciar su encantadora playa, Engabao se hará muy conocido y la demanda de mercado crecerá.

Engabao aún no ha sido explotado en su totalidad pero con la idea que se emprenderá y los nuevos proyectos que se ejecutarán a futuro por una gran importante firma constructora de renombre nacional traerán una gran afluencia de turistas nacionales e internacionales y Engabao será una de las fuentes de ingresos más importantes para el país.

Capitulo IV

4.1. Razón social

Aero-Global S.A es una empresa cuyas actividades están vinculadas al proyecto, se encargará de proveer entretenimiento a los turistas externos e internos. Pertenecientes a aquellos inversionistas que han aportado para el desarrollo del mismo, dividiendo las acciones adquiridas en porcentajes de acuerdo a la aportación de cada uno.

4.2. Objeto social

- Servir a la comunidad como apoyo para incentivar el turismo dentro del sector.
- Responsabilidad social con el medio ambiente.
- Proveer la seguridad a los turistas y comunidad dentro de las instalaciones.

4.3. Logo.



4.4. Slogan

Si del cielo quieres disfrutar en Aero-Global debes viajar.

4.5. Misión

Ofrecer a los clientes una experiencia única en un paseo dentro de un globo aerostático donde podrá admirar las hermosas playas con las que cuenta el Ecuador, además de promover a los clientes una nueva alternativa de entretenimiento de las que ya se ha venido dando, a través de un alto estándar de calidad de atención por parte de nuestros colaboradores superando las expectativas de los visitantes.

4.6. Visión

La empresa Aero-Global tiene como objetivo aportar al desarrollo socio-económico en el sector de Engabao y del país en general generando fuentes de trabajo, además ser reconocidos por ser uno de los más grandes pioneros de la industria del turismo siendo aceptados y reconocidos a nivel nacional e internacional por su calidad y servicio.

4.7. Valores

- Responsabilidad
- Honestidad
- Respeto
- Disciplina
- Trabajo en equipo
- Perseverancia
- Confianza

4.8. F.O.D.A

4.8.1. Fortalezas:

- El servicio de la empresa tendrá una máxima calidad al momento de ofrecer el servicio.
- El servicio será innovador, llamativo y recreativo.
- El globo aerostático será seguro y contará con un guía para dar las explicaciones debidas a los clientes.
- Habrá un personal capacitado y preparado en cuanto a la atención de los turistas.

4.8.2. Oportunidades:

- Se contará con la ayuda y predisposición de la comunidad de Engabao.
- Se abrirán tiendas, restaurantes y hoteles alrededor de la empresa.
- Las carreteras hacia General Villamil Playas están en óptimas condiciones y tiene buena señalización.
- El paulatino crecimiento de la infraestructura hotelera es notable.
- Las personas visitan esta playa por su hermoso paisaje y por su exquisita gastronomía.
- El ambiente es ideal para aquellas personas que les gusta disfrutar de la playa.

4.8.3. Debilidades:

- Este tipo de proyecto es nuevo y por lo tanto no es conocido en el mercado nacional.
- No se puede predecir cómo el mercado responderá ante el servicio que se ofrecerá.
- Este tipo de mercado no va dirigido a todas las personas.

4.8.4. Amenazas:

- Competitividad de otros deportes aéreos cercanos a Engabao.

- El cambio de clima podría ser un gran problema para la empresa Aero -Global S.A.

4.9. Organigrama

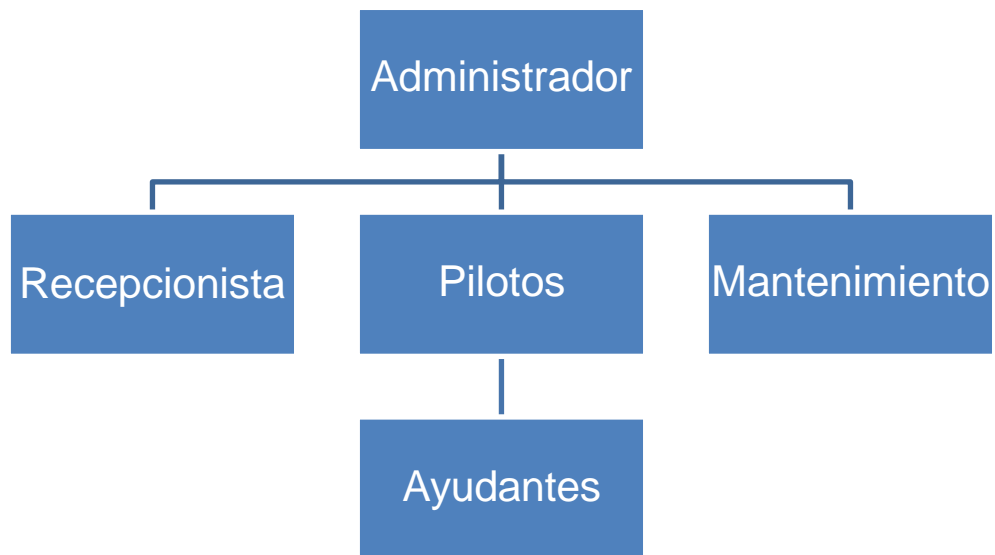


Figura 19. Organigrama
Elaborado por: Las autoras

La formación de cargos para el proyecto estudio de factibilidad para la implementación de tours de globos aerostáticos en Engabao está formada por once colaboradores quienes trabajan de manera directa para la empresa, y tres guardias externos.

El administrador será la persona encargada de planear, dirigir, organizar y controlar las acciones y tareas del personal dentro de la empresa, con la finalidad de alcanzar los objetivos propuesto.

La recepcionista es la persona encargada de recibir las llamadas de los futuros visitantes con la finalidad de realizar reservas, ofrecer y vender los servicios, sea telefónicamente o personalmente. Con la capacidad de poder resolver y manejar problemas y quejas.

Los pilotos, personas certificadas y autorizadas por las escuelas encargadas de capacitar a través de exámenes teóricos y prácticos para la obtención de su respectiva licencia, de manera que pueda operar un globo aerostático, este debe obtener una experiencia mínima de cien horas.

Ayudantes del Piloto se encargarán de armar y desarmar los globos aerostáticos, y darles el respectivo mantenimiento y cuidado, con la finalidad de agilizar el trabajo de los pilotos, para que los pasajeros puedan disfrutar del atractivo.

Mantenimiento es el encargo de velar que la instalación se encuentre en excelente estado de orden y limpieza. Proveyendo una imagen positiva, tanto para los colaboradores como los visitantes.

4.10. Mercado objetivo

El proyecto va dirigido a todos los turistas que deseen experimentar y disfrutar de este servicio que será una experiencia diferente, lo cual se ofrecerá en el país, especialmente para las personas que optan por este tipo recreación turística y que les guste volar por los aires.

Este tipo de mercado está orientado a un público de status social medio ya que estas personas estarán en la capacidad económica de pagar por este paseo y en general para familias, grupos de jóvenes, que quieran salir de la rutina de la ciudad y que quieran estar en armonía con la naturaleza.

El mercado objetivo estará enfocado hacia personas de edades desde los 8 años en adelante que tenga una altura de 1.20 metros, para que pueda disfrutar de la vista. En otros países se permite el ingreso desde los 5 años, todos los menores de 10 años deben ir acompañado de un adulto responsable. Existen restricciones para las mujeres embarazadas y las personas que sufran algún tipo de enfermedad que pueda verse afectado durante esta actividad como las enfermedades cardiacas, deberán abstenerse de utilizar el servicio.

Capítulo V.

5.1. Localización del proyecto.

5.1.1. Macro Localización:

La implementación de tours de globos aerostáticos estará ubicado en Engabao provincia del Guayas a 7 Kilómetros al norte de Playas.



Figura 20. Macro localización del proyecto

Fuente: Municipio del cantón General Villamil Playas

5.1.2. Micro Localización

El terreno de 1.5 hectáreas elegido para los tours de globos aerostáticos estará ubicado dirección a la ciudad de Karibao, es decir antes de acceder a esta ciudad obligatoriamente debe pasar por el centro de globos aerostáticos.

El proyecto Karibao es realizado por el grupo Nobis, liderado por Isabel Noboa, Karibao tiene influencia de infraestructura de los grandes resorts del Caribe en donde las personas tienen la ventaja de hospedarse en este lugar y comprar los mobiliarios si lo desean, también contará con restaurantes y locales comerciales, la primera construcción se estima que estará lista para noviembre del 2016.

Para realizar este viaje existen diferentes alternativas de transporte terrestre para los turistas, pueden realizarlo a través de autos alquilados en la ciudad de Guayaquil en compañías como Avis o podrían usar el servicio de buses en el terminal terrestre que permitirá llegar a Playas en donde deberán tomar los buses internos o tomar un taxi para llegar al destino.



Figura 21. Micro localización del proyecto
Fuente: Google map.

5.2. Distribución física del espacio.

El tour de globos aerostáticos contará con un amplio terreno de 1.5 hectáreas, este será dividido en dos partes una de ellas es donde estará situada la parte operativa de globos aerostáticos y la otra será la parte de espera.

La parte operativa de los clientes de globos aerostáticos con los que se quiere comenzar la operación contará con 1 hectárea de espacio, este se encontrará cubierto de césped artificial y adoquines que formarán un camino hasta llegar al aérea de globos aerostáticos.

Adicional se concesionará un espacio físico para en un futuro concretar un restaurante y locales comerciales para ventas de souvenirs, para quienes desean invertir, además se contará con una aérea cubierta por una pérgola donde se encontrarán las sillas y mesas para quienes estén esperando su turno o quienes deseen esperar en tierra. Este espacio también tendrá conjunto de baterías sanitarias tanto para hombres como mujeres y adicional a esto los parqueaderos, esto ocupando 0.5 hectáreas.

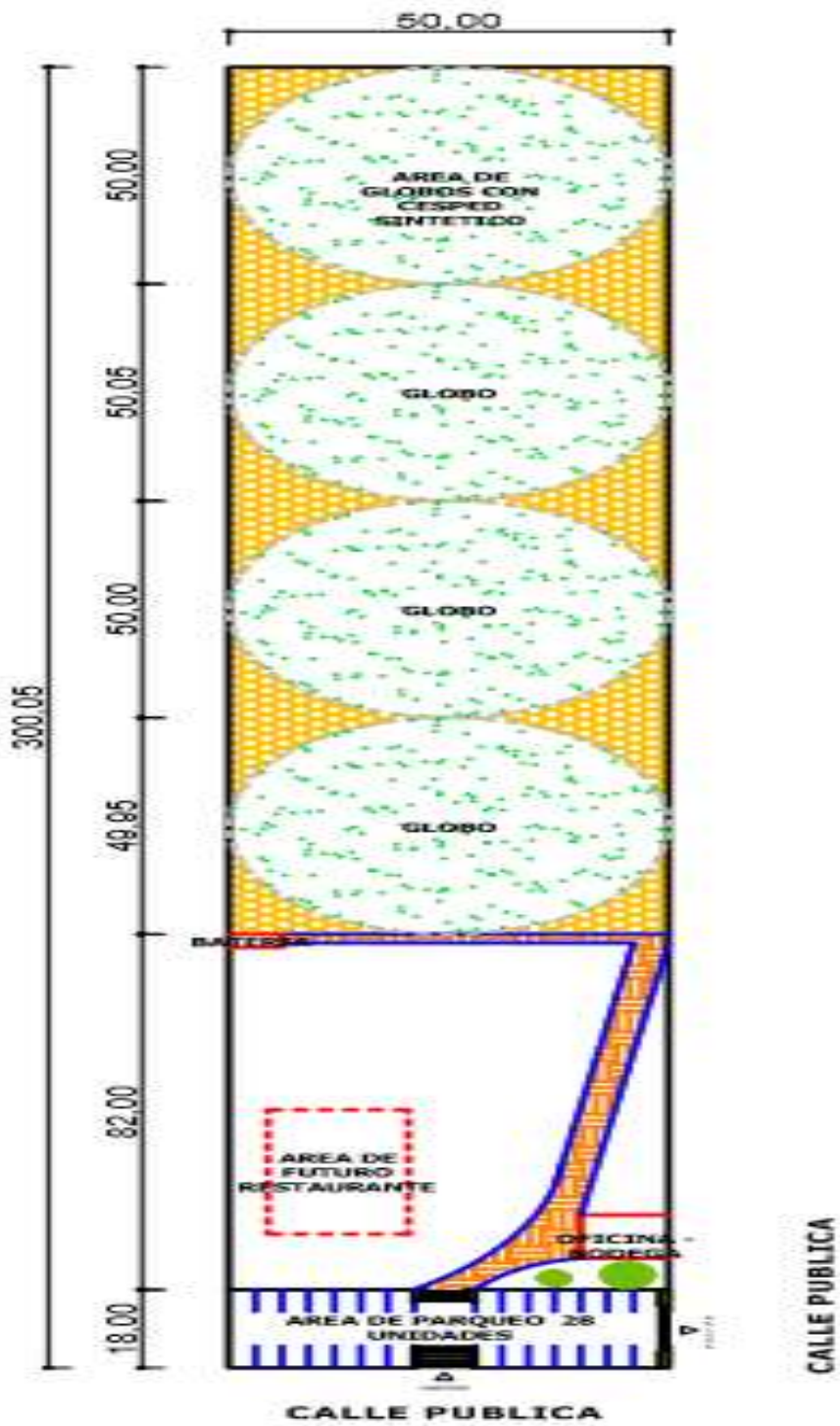


Figura 22. Diseño del proyecto

5.3. Horarios de Funcionamiento.

Los horarios de atención de los globos aerostáticos serán desde la 06h00 a las 18h00 considerando el viento, que este se encuentre a menos de 15 kilómetros por hora para seguridad de las personas. Los días en que operará son de miércoles a domingo, programados de acuerdo a la afluencia de personas que visitan este lugar.

5.4. Infraestructura necesaria.

En cuanto a la infraestructura necesaria para la operación de globos aerostáticos es importante que se encuentre en un lugar abierto por su tamaño y libre de cualquier tipo de cables eléctricos que usualmente se encuentra en las ciudades, que se encuentre a una distancia considerable de los edificios de manera que esto no obstaculicen el despegue del globo aerostático. Así mismo considerar el espacio entre la parte recreativa en tierra y los globos aerostáticos.

5.5. Productos a ofrecer.

El producto a ofrecer dentro del campo es el paseo en el aire en un globo aerostático, donde los visitantes podrán disfrutar de una extraordinaria vista en los alrededores de Engabao. El tiempo estimado del paseo es entre 20 a 30 minutos y tendrá un costo de \$60 por persona, la agencia contará con cuatro globos aerostáticos para su apertura.

5.6. Control de calidad

El control de calidad consiste en seguir normas y procedimientos establecidos por el manual de calidad de la ISO 9000 que regula un adecuado desarrollo en la operación y así poder ofrecer un servicio especializado y minimizar errores en el proceso, con el objetivo de mejorar y controlar el servicio.

Según las normas ISO la calidad es:

“Conjunto de características de una entidad que le confiere la aptitud para satisfacer las necesidades establecidas y las implícitas” (ISO 8402:1994)

“Grado en el que un conjunto de características inherentes cumple con los requisitos” (ISO 9000:2000)

Las Normas ISO son las que regulan la calidad de las entidades que ofrecen servicios, hoy en día es de suma importancia desarrollar las actividades a través de las mismas, de esta manera se realiza mejoras en la actividad que compete a las empresas y así evitar la mala calidad.

5.7. Permisos ambientales

El Ministerio Ambiental Ecuatoriano exige los permisos ambientales con el fin de evaluar los impactos que generaría la actividad en base a las medidas preventivas incluidas en el plan de manejo ambiental que deben presentar este tipo de establecimientos turísticos.

Jessica Loarte, responsable de la Unidad de Calidad Ambiental, explicó que el proceso de licenciamiento ambiental consiste en registrarse en el Sistema Único de Información Ambiental (SUIA), obtener un usuario y contraseña, y luego registrar el proyecto. Una vez que se realiza esto, el primer paso es obtener el certificado de

intersección y después se determina la categorización a la que pertenece, si es una ficha o una licencia ambiental.

La licencia ambiental se otorga una sola vez, se realiza una auditoría al año, para constatar que el proceso sea el correcto. A partir de esto, cada año se hace un control.

5.8. Permisos Municipales

Licencia Unica Anual de Funcionamiento (LUAF)

Para: ciudadanos y empresas

1. Copia de cédula
2. Papeleta de votación
3. Copia del último recibo de pago
4. 1 tasa administrativa por año
5. Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo
6. Copia del pago (1X1000) sellado por el Ministerio de Turismo
7. Copia del Certificado de Salud
8. Copia del certificado del Cuerpo de Bomberos
9. Cumplimiento de la Normativa Ambiental aplicable a cada caso.

Procedimiento:

El proceso completo dependerá de los trámites efectuados en la Dirección de Salud y Dirección de Urbanismo. Tan sólo cumpliendo con todas las instancias relacionadas, se podrá hacer uso del permiso correspondiente. El cumplimiento en sólo alguno de ellos, no autoriza el funcionamiento. (Secretaria Nacional de la Administracion Pública, 2015).

5.9. Permiso de Aviación Civil

Ultraligeros, Planeadores y Aeronaves deportivas ligeras

Art. 18.- Estas aeronaves no requieren de un permiso de operación privado para su operación, deberán inscribirse en el Registro Aeronáutico Nacional para obtener la matrícula, presentando la siguiente documentación:

1. Datos técnicos de estas aeronaves
2. Seguro de responsabilidad frente a terceros
3. Certificación de afiliación a un aeroclub legalmente constituido, el mismo que vigilará su operación y será responsable solidario ante la Dirección General de Aviación Civil. (Dirección General de Aviación Civil, 2014)

5.10. Bomberos

El permiso de funcionamiento es la autorización que el Cuerpo de Bomberos emite a todo local para su funcionamiento y que se enmarca dentro de la actividad.

Tipo A

Empresas, industrias, fábricas, bancos, edificios, plantas de envasado, hoteles de lujo, centros comerciales, plantas de lavado, cines, bodegas empresariales, supermercados, comisariatos, clínicas, hospitales, escenarios permanentes.

Tipo B

Aserraderos, lavanderías, centros de acopio, gasolineras, mecánicas, lubricadoras, hoteles, moteles, hostales, bares, discotecas, casinos, bodegas de víveres.

Tipo C

Almacenes en general, funerarias, farmacias, boticas, imprentas, salas de belleza, ferreterías, picanterías, restaurantes, heladerías, cafeterías, panaderías, distribuidoras de gas, juegos electrónicos, vehículos repartidores de gas, tanqueros de líquidos inflamables, locales de centros comerciales.

Requisitos.

1. Solicitud de inspección del local
2. Informe favorable de la inspección
3. Copia del RUC
4. Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados)

(Benemerito Cuerpo de Bomberos, 2014)

5.11. Permiso del suelo.

Para poder contar con el permiso del suelo se debe llenar el siguiente formulario:

CODIGO CATASTRAL						FECHA DE INGRESO			
						DIA	MES	AÑO	
SECTUR	MANZ.	LOTE	DIV.	PRIV.	PRH.	NUMERO DE TASA DE TRAMITE			
UBICACION DEL PREDIO									
CALLE PRINCIPAL			NUMERACION	PRIMERA INTERSECCION	SEGUNDA INTERSECCION				
NOMBRE DEL CENTRO COMERCIAL O EDIFICIO				PISO #	LOCAL #	NEGOCIO INSTALADO			
						SI	<input type="checkbox"/>	NO	<input type="checkbox"/>
NOMBRE DE URBANIZACION/BARRIO/ZONA				MANZANA	SOLAR	FABRORQUIA			
ACTIVIDAD SOLICITADA									
OFICINA O CONSULTORIO	<input type="checkbox"/>	LOCAL DE VENTA AL POR MENOR	<input type="checkbox"/>	LOCAL DE VENTA AL POR MAYOR	<input type="checkbox"/>	BODEGA	<input type="checkbox"/>	TALLER	<input type="checkbox"/>
INDUSTRIA <input type="checkbox"/>									
OTROS (ESPECIFIQUE DE ACUERDO A LA ACTIVIDAD)									
AREA DEL ESTABLECIMIENTO (mts ²)			Frente	Area					
DATOS DEL SOLICITANTE									
APELLIDOS			NOMBRES			NUMERO DE CEDULA /RUC			
CORREO ELECTRONICO									
						TELEFONO CELULAR Y/O CONVENCIONAL			
FIRMA									

Figura 23. Solicitud de Consulta uso de Suelo

En este documento se indicará la actividad que se va a realizar, la cual debe ser enviada al municipio, en donde analizarán el estado del suelo para el proyecto para luego otorgar una licencia que autorice la construcción.

Capítulo VI

6.1. Segmentación de mercado

El proyecto estará dirigido para todas las personas que buscan nuevas experiencias y formas de diversión que deseen probar este tipo de producto y servicio, algo totalmente nuevo en el país lo cual traerá muchas expectativas en el ámbito turístico, aumentará el factor económico en el país y ayudará a abrir nuevos campos de trabajos para los comuneros de Engabao.

El proyecto estará enfocado para personas de clase social media a alta, las cuales mediante el proceso de la investigación mencionan que sus épocas preferidas para viajar a la playa es en época de temporada, feriados, o simplemente cualquier día de la semana con el afán de pasar un momento de relajación, diversión, distracción, etc. Esto será un gran beneficio para este nuevo proyecto ya que al escuchar algo totalmente novedoso no se querrán perder de disfrutar de esta gran experiencia.

El sitio donde se ejecutará el centro de globos aerostáticos cumple a cabalidad todos los requisitos y procedimientos los cuales manifiestan que esto traerá una gran demanda de turistas locales como internacionales, ya que Engabao en un futuro se convertirá en una de las fuentes económicas con mayor ingreso en el país.

6.2. Estrategia de posicionamiento

La idea que se presentará es totalmente nueva en el mercado ecuatoriano, no hay competencia de dicho atractivo en el país, siendo los primeros líderes en ejecutar un centro que ofrezca tours de globos aerostáticos en la comunidad de Engabao, sin embargo se presentan ciertas estrategias para tener un gran posicionamiento dentro del país.

No hay competencia de este atractivo turístico dentro del país, lo cual es un beneficio para la empresa, ya que el precio es algo elevado pero en comparación con otros países es económico, no existen más ofertas de este tipo de servicio en el mercado, por lo que los clientes no están en capacidad de elegir u objetar el precio ya que no existen más alternativas del servicio, si desean el servicio no tendrán opción alguna que pagar por el servicio que ofrecerá la empresa.

Las personas indicaron que están dispuestas a pagar por este valor siempre y cuando el servicio a ofrecer lo amerite y que las personas encargadas en la atención al cliente tengan la suficiente preparación para este servicio sean con excelencia.

6.3. Marketing Mix

6.3.1. Producto

El globo aerostático será compartido entre 3 personas más el piloto a cargo de la nave, máximo con un recorrido de media hora donde se podrá apreciar la encantadora playa de esta comunidad.

Los globos presentan tres partes que son fundamentales que son la envoltura, la barquilla y los quemadores. En cuanto a la envoltura, la misma está compuesta de franjas verticales unidas, hechas de un material sintético impermeable, que la hacen capaz de resistir las altas temperaturas del interior. El material utilizado puede ser nylon o poliéster, al tiempo que su volumen depende de los modelos y de la capacidad de carga que pueden soportar.

La barquilla obviamente es imprescindible, ya que en la misma es donde viaja el piloto con los elementos necesarios. Ésta tiene forma cúbica y suele ser de mimbre o junco entrelazado y está unida a la envoltura mediante cables.

Por otra parte tenemos que hablar de los calentadores, ya que sin ellos sería imposible elevar el globo. Los mismos se ubican dirigiendo el chorro de fuego hacia la envoltura, al tiempo que el recipiente que contiene el gas que se utiliza para la cremación se encuentra fijado en el suelo. Hoy en día el gas más utilizado es el propano, aunque anteriormente también se usaban mucho el hidrógeno y el helio. (La Aviación, 2011)

6.3.2. Precio

El precio que se planteó es de \$55 a \$60 por un tiempo de 20 a 30 minutos, y para efecto de rentabilidad del negocio, se ha decidido que el precio fijo será de \$60, este precio es accesible en comparación con los países que cuentan con este tipo de atractivo turístico.

6.3.3. Plaza

El lugar que se ha escogido para el proyecto será ubicado en dirección a la ciudad de Karibao, ubicado en Engabao provincia del Guayas a 7 km al norte de Playas.



Figura 24 Ubicación del proyecto

6.3.4. Promoción

Las promociones son un factor muy importante e influyente para las personas, mayor aún si el atractivo es nuevo, es muy importante que se dé a conocer para que este logre posicionarse en la mente de las personas.

Se creará una página web detallando las políticas y servicios que la empresa ofrece, además con el objetivo de poder realizar las reservas con mayor facilidad.

Se crearán volantes promocionando el producto los mismos que se entregarán en centros comerciales, avenidas principales de la ciudad, restaurantes, hoteles, bares de la zona costera y de la ciudad de Guayaquil, además se promocionará este lugar mediante la radio con el propósito de obtener mayor captación de turistas.

Se hará publicidad mediante las redes sociales como Facebook, Twitter e Instagram para así estar en constante comunicación con los turistas y tener el conocimiento de cómo son sus experiencias respecto este nuevo atractivo turístico.

6.4. Presupuesto de Marketing

Tabla 13.

Presupuesto de marketing.

CANTIDAD	MEDIO	PRECIO
2000	Flyers	\$ 300
1	Radio	\$ 1500
3	Redes Sociales	***
1	Página Web	\$ 500
	Total	\$2300

El tiempo en que saldrá la publicidad será en un tiempo trimestral, desde el mes de Diciembre a Febrero, es decir en la temporada playera, por lo que es la época más visitada por los turistas.

Los flyers se entregarán cada dos semanas durante el tiempo de periodicidad, la promoción radial tendrá 10 menciones por día por un precio de \$50 cada día, durante 1 mes, las redes sociales se las manejaran diariamente durante los 3 meses y la página web tendrá un costo de \$500.

Tabla 14. Cronograma de actividades.

CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES PUBLICITARIAS													
ACTIVIDADES		DICIEMBRE				ENERO				FEBRERO			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Flyers												
3	Radio												
4	Redes Sociales												
5	Página Web												

Capítulo VII

7. Financiamiento del proyecto.

7.1. Inversión inicial.

Tabla 15.

Inversión inicial.

	DETALLE	CAN TID AD	P.UNI	P.TOTAL	TOTAL
EFFECTIVO –CAJA	Sueldos	2	\$ 9,323.67	\$ 18,647.34	
	Imprevistos	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
					\$ 19,647.34
TERRENO	Terreno hect.	1.5	\$ 130,000.00	\$ 195,000.00	
					\$ 195,000.00
EDIFICIO - INFRAESTRUC A	Instalación de césped artificial m2	3600	\$ 22.00	\$ 79,200.00	
	Acoquinamiento de cominerías m2	500	\$ 25.00	\$ 12,500.00	
	Implementación de jardinerías	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
	Oficina Administrativa(Bodega, batería sanitaria) m2	100	\$ 400.00	\$ 40,000.00	
	Provisión de servicio eléctrico	1	\$ 2,900.00	\$ 2,900.00	
	Dirección técnica de const física del proyecto	1	\$ 5,000.00	\$ 5,000.00	
					\$ 140,600.00
EQUIPO	Aire de acondicionado	1	\$ 700.00	\$ 700.00	

ELECTRONICO	Televisor LCD	1	\$ 400.00	\$ 400.00	
	Refrigerador	1	\$ 350.00	\$ 350.00	
					\$ 1,450.00
EQUIPO DE SEGURIDAD	Extintores para incendios	6	\$ 40.00	\$ 240.00	
	Sistema de alarmas contra incendios (bodega y oficina)	1	\$ 1,000.00	\$ 1,000.00	
	Botiquín de primeros auxilios	1	\$ 50.00	\$ 50.00	
					\$ 1,290.00
EQUIPO DE OFICINA	Escritorio	1	\$ 100.00	\$ 100.00	
	Mostrador recepción	1	\$ 185.00	\$ 185.00	
	Silla ejecutiva	3	\$ 45.00	\$ 135.00	
	sillón de espera	2	\$ 300.00	\$ 600.00	
	Archivador	1	\$ 40.00	\$ 40.00	
	Teléfono con extensión	2	\$ 75.00	\$ 150.00	
					\$ 1,210.00
EQUIPO DE COMPUTACIÓN	Computadora portátil	2	\$ 550.00	\$ 1,100.00	
	Impresora multifunción	1	\$ 120.00	\$ 120.00	
	Regulador de voltaje	1	\$ 40.00	\$ 40.00	
					\$ 1,260.00
MUEBLES Y ENSERES	Tacho de basura para oficina	2	\$ 6.00	\$ 12.00	
	Tacho de basura para baños	6	\$ 10.00	\$	

				60.00	
	Dispensador de agua	1	\$ 15.00	\$ 15.00	
	Dispensador de jabón líquido	4	\$ 12.00	\$ 48.00	
	Portarrollos de papel higiénico	6	\$ 30.00	\$ 180.00	
	Secador de manos eléctrico	2	\$ 45.00	\$ 90.00	
					\$ 405.00
EQUIPO DE PRODUCCIÓN	Globos Aerostáticos	4	\$ 40,000.00	\$ 160,000.00	
				\$ -	
					\$ 160,000.00
GASTOS DE CONSTITUCIÓN	Planos			\$ 800.00	
	Consultoría técnica			\$ 500.00	
	Tasas y permisos (bomberos, municipio, escrituras de c/v, registro de la propiedad)			\$ 4,000.00	
					\$ 5,300.00
	TOTAL INVERSIÓN INICIAL				\$ 526,162.34

7.2. Balance inicial.

Balance inicial: se constituye e inician operaciones de la empresa con un saldo de \$526,162.34, el cual el 70% será contribuido a través de un préstamo a la CFN, y el otro 30% por inversionistas.

Tabla 16.
Balance inicial.

ACTIVOS		
Activo corriente		\$ 19,647.34
Caja	\$ 19,647.34	

Activo fijo		\$ 501,215.00
Terreno	\$ 195,000.00	
Edificación	\$ 140,600.00	
Equipo electrónico	\$ 1,450.00	
Equipo de seguridad	\$ 1,290.00	
Equipo de oficina	\$ 1,210.00	
Equipo de computación	\$ 1,260.00	
Muebles y enseres	\$ 405.00	
Equipo de producción	\$ 160,000.00	

Activo diferido		\$ 5,300.00
Gastos de constitución	\$ 5,300.00	

Total ACTIVOS		\$ 526,162.34
----------------------	--	---------------

PASIVOS	
Pasivo largo plazo	
Documentos por pagar	\$ 368,313.64

Total PASIVOS	\$ 368,313.64
----------------------	---------------

PATRIMONIO	
-	
Capital propio	\$ 157,848.70
Total PATRIMONIO	\$ 157,848.70

Total PASIVOS y PATRIMONIO	\$ 526,162.34
-----------------------------------	---------------

7.3. Depreciación.

Depreciación: Disminución de valor de los bienes tangibles e intangibles adquiridos, contabilizar desgastes de los próximos cinco años.

Tabla 17.
Depreciación.

DEPRECIACIÓN TANGIBLES				
	Valor en libros	Año de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Edificación	\$ 140,600.00	20	\$ 7,030.00	\$ 585.83
Equipo electrónico	\$ 1,450.00	4	\$ 362.50	\$ 30.21
Equipo de seguridad	\$ 1,290.00	6	\$ 215.00	\$ 17.92
Equipo de oficina	\$ 1,210.00	10	\$ 121.00	\$ 10.08
Equipo de computación	\$ 1,260.00	3	\$ 420.00	\$ 35.00
Muebles y enseres	\$ 405.00	10	\$ 40.50	\$ 3.38
Equipo de producción	\$ 160,000.00	15	\$ 10,666.67	\$ 888.89
TOTAL DEPRECIACIÓN			\$ 18,855.67	\$ 1,571.31

<i>Depreciación año 1</i>	\$ 18,855.67
<i>Depreciación año 2</i>	\$ 18,855.67
<i>Depreciación año 3</i>	\$ 18,855.67
<i>Depreciación año 4</i>	\$ 18,435.67
<i>Depreciación año 5</i>	\$ 18,073.17

**DEPRECIACIÓN
INTANGIBLES**

	Valor en libros	Año de vida útil	Depreciación anual	Depreciación mensual
Gastos de constitución	\$ 5,300.00	5	\$ 1,060.00	\$ 88.33

7.4. Rol de Pago.

Tabla 18.

Roll de pago primer año.

AÑO 1

CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO MENSUAL
Administrador	1	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 800.00	\$ 354.00	\$ 400.00	\$ -	\$ 1,176.00	\$ 12,330.00	\$ 1,027.50
Guardia	3	\$ 354.00	\$12,744.00	\$ 1,062.00	\$ 354.00	\$ 531.00	\$ -	\$ 1,561.14	\$ 16,252.14	\$ 1,354.35
Recepcionista	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 500.00	\$ 354.00	\$ 250.00	\$ -	\$ 735.00	\$ 7,839.00	\$ 653.25
Mantenimiento	1	\$ 354.00	\$ 4,248.00	\$ 354.00	\$ 354.00	\$ 177.00	\$ -	\$ 520.38	\$ 5,653.38	\$ 471.12
Pilotos	4	\$ 800.00	\$38,400.00	\$ 3,200.00	\$ 354.00	\$ 1,600.00	\$ -	\$ 4,704.00	\$ 48,258.00	\$ 4,021.50
Ayudantes	4	\$ 354.00	\$16,992.00	\$ 1,416.00	\$ 354.00	\$ 708.00	\$ -	\$ 2,081.52	\$ 21,551.52	\$ 1,795.96
Total		\$ 3,162.00	\$87,984.00	\$ 7,332.00	\$ 2,124.00	\$ 3,666.00	\$ -	\$ 10,778.04	\$ 111,884.04	\$ 9,323.67

Tabla 19.

Roll de pago segundo año.

AÑO 2

CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	TOTAL ANUAL
Administrador	1	\$ 800.00	\$ 9,600.00	\$ 800.00	\$ 354.00	\$ 400.00	\$ 800.00	\$ 1,176.00	\$ 13,130.00
Guardia	3	\$ 354.00	\$ 12,744.00	\$ 1,062.00	\$ 354.00	\$ 531.00	\$ 1,062.00	\$ 1,561.14	\$ 17,314.14
Recepcionista	1	\$ 500.00	\$ 6,000.00	\$ 500.00	\$ 354.00	\$ 250.00	\$ 500.00	\$ 735.00	\$ 8,339.00
Mantenimiento	1	\$ 354.00	\$ 4,248.00	\$ 354.00	\$ 354.00	\$ 177.00	\$ 354.00	\$ 520.38	\$ 6,007.38
Pilotos	4	\$ 800.00	\$ 38,400.00	\$ 3,200.00	\$ 354.00	\$ 1,600.00	\$ 3,200.00	\$ 4,704.00	\$ 51,458.00
Ayudantes	4	\$ 354.00	\$ 16,992.00	\$ 1,416.00	\$ 354.00	\$ 708.00	\$ 1,416.00	\$ 2,081.52	\$ 22,967.52
Total		\$ 3,162.00	\$ 87,984.00	\$ 7,332.00	\$ 2,124.00	\$ 3,666.00	\$ 7,332.00	\$ 10,778.04	\$ 119,216.04

Tabla 20.

Roll de pago año 1 al año 5.

CARGO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Administrador	\$ 12,330.00	\$ 13,130.00	\$ 13,615.81	\$ 14,119.59	\$ 14,642.02
Guardia	\$ 16,252.14	\$ 17,314.14	\$ 17,954.76	\$ 18,619.09	\$ 19,308.00
Recepcionista	\$ 7,839.00	\$ 8,339.00	\$ 8,647.54	\$ 8,967.50	\$ 9,299.30
Mantenimiento	\$ 5,653.38	\$ 6,007.38	\$ 6,229.65	\$ 6,460.15	\$ 6,699.18
Pilotos	\$ 48,258.00	\$ 51,458.00	\$ 53,361.95	\$ 55,336.34	\$ 57,383.78
Ayudantes	\$ 21,551.52	\$ 22,967.52	\$ 23,817.32	\$ 24,698.56	\$ 25,612.41
TOTAL	\$ 111,884.04	\$ 119,216.04	\$ 123,627.03	\$ 128,201.23	\$ 132,944.68

7.5. Amortización del préstamo

Amortización: análisis sobre el monto de crédito de acuerdo al préstamo que se realizó a la CFN es de \$368,313.64 y este será pagado en 4 años con una tasa de interés del 9.70% anual.

Tabla 21.
Amortización del préstamo.

Monto crédito	\$ 368,313.64	
Número de periodos	48	Meses
Tasa de interés anual	9.70%	
Tasa de interés mensual	0.81%	
Cuota mensual	\$ 9,288.41	
Cuota anual	\$ 96,416.70	

Tabla 22.
Tabla de amortización anual.

PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA ANUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 368,313.64	\$ 60,690.28	\$ 35,726.42	\$ 96,416.70	\$ 307,623.36
2	\$ 307,623.36	\$ 66,577.24	\$ 29,839.47	\$ 96,416.70	\$ 241,046.12
3	\$ 241,046.12	\$ 73,035.23	\$ 23,381.47	\$ 96,416.70	\$ 168,010.90
4	\$ 168,010.90	\$ 80,119.64	\$ 16,297.06	\$ 96,416.70	\$ 87,891.25
5	\$ 87,891.25	\$ 87,891.25	\$ 8,525.45	\$ 96,416.70	\$ -

Tabla 23.

Tabla de amortización mensual.

PERÍODO	SALDO CAPITAL	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL	SALDO PRINCIPAL
1	\$ 368,313.64	\$ 6,311.21	\$ 2,977.20	\$ 9,288.41	\$ 362,002.43
2	\$ 362,002.43	\$ 6,362.22	\$ 2,926.19	\$ 9,288.41	\$ 355,640.20
3	\$ 355,640.20	\$ 6,413.65	\$ 2,874.76	\$ 9,288.41	\$ 349,226.55
4	\$ 349,226.55	\$ 6,465.50	\$ 2,822.91	\$ 9,288.41	\$ 342,761.06
5	\$ 342,761.06	\$ 6,517.76	\$ 2,770.65	\$ 9,288.41	\$ 336,243.30
6	\$ 336,243.30	\$ 6,570.44	\$ 2,717.97	\$ 9,288.41	\$ 329,672.85
7	\$ 329,672.85	\$ 6,623.56	\$ 2,664.86	\$ 9,288.41	\$ 323,049.30
8	\$ 323,049.30	\$ 6,677.10	\$ 2,611.32	\$ 9,288.41	\$ 316,372.20
9	\$ 316,372.20	\$ 6,731.07	\$ 2,557.34	\$ 9,288.41	\$ 309,641.13
10	\$ 309,641.13	\$ 6,785.48	\$ 2,502.93	\$ 9,288.41	\$ 302,855.66
11	\$ 302,855.66	\$ 6,840.33	\$ 2,448.08	\$ 9,288.41	\$ 296,015.33
12	\$ 296,015.33	\$ 6,895.62	\$ 2,392.79	\$ 9,288.41	\$ 289,119.71
13	\$ 289,119.71	\$ 6,951.36	\$ 2,337.05	\$ 9,288.41	\$ 282,168.35
14	\$ 282,168.35	\$ 7,007.55	\$ 2,280.86	\$ 9,288.41	\$ 275,160.80
15	\$ 275,160.80	\$ 7,064.19	\$ 2,224.22	\$ 9,288.41	\$ 268,096.60
16	\$ 268,096.60	\$ 7,121.30	\$ 2,167.11	\$ 9,288.41	\$ 260,975.31
17	\$ 260,975.31	\$ 7,178.86	\$ 2,109.55	\$ 9,288.41	\$ 253,796.45
18	\$ 253,796.45	\$ 7,236.89	\$ 2,051.52	\$ 9,288.41	\$ 246,559.56
19	\$ 246,559.56	\$ 7,295.39	\$ 1,993.02	\$ 9,288.41	\$ 239,264.17

20	\$ 239,264.17	\$ 7,354.36	\$ 1,934.05	\$ 9,288.41	\$ 231,909.81
21	\$ 231,909.81	\$ 7,413.81	\$ 1,874.60	\$ 9,288.41	\$ 224,496.00
22	\$ 224,496.00	\$ 7,473.73	\$ 1,814.68	\$ 9,288.41	\$ 217,022.27
23	\$ 217,022.27	\$ 7,534.15	\$ 1,754.26	\$ 9,288.41	\$ 209,488.12
24	\$ 209,488.12	\$ 7,595.05	\$ 1,693.36	\$ 9,288.41	\$ 201,893.07
25	\$ 201,893.07	\$ 7,656.44	\$ 1,631.97	\$ 9,288.41	\$ 194,236.63
26	\$ 194,236.63	\$ 7,718.33	\$ 1,570.08	\$ 9,288.41	\$ 186,518.30
27	\$ 186,518.30	\$ 7,780.72	\$ 1,507.69	\$ 9,288.41	\$ 178,737.58
28	\$ 178,737.58	\$ 7,843.62	\$ 1,444.80	\$ 9,288.41	\$ 170,893.96
29	\$ 170,893.96	\$ 7,907.02	\$ 1,381.39	\$ 9,288.41	\$ 162,986.95
30	\$ 162,986.95	\$ 7,970.93	\$ 1,317.48	\$ 9,288.41	\$ 155,016.01
31	\$ 155,016.01	\$ 8,035.36	\$ 1,253.05	\$ 9,288.41	\$ 146,980.65
32	\$ 146,980.65	\$ 8,100.32	\$ 1,188.09	\$ 9,288.41	\$ 138,880.33
33	\$ 138,880.33	\$ 8,165.79	\$ 1,122.62	\$ 9,288.41	\$ 130,714.54
34	\$ 130,714.54	\$ 8,231.80	\$ 1,056.61	\$ 9,288.41	\$ 122,482.74
35	\$ 122,482.74	\$ 8,298.34	\$ 990.07	\$ 9,288.41	\$ 114,184.39
36	\$ 114,184.39	\$ 8,365.42	\$ 922.99	\$ 9,288.41	\$ 105,818.97
37	\$ 105,818.97	\$ 8,433.04	\$ 855.37	\$ 9,288.41	\$ 97,385.93
38	\$ 97,385.93	\$ 8,501.21	\$ 787.20	\$ 9,288.41	\$ 88,884.72
39	\$ 88,884.72	\$ 8,569.93	\$ 718.48	\$ 9,288.41	\$ 80,314.80
40	\$ 80,314.80	\$ 8,639.20	\$ 649.21	\$ 9,288.41	\$ 71,675.60
41	\$ 71,675.60	\$ 8,709.03	\$ 579.38	\$ 9,288.41	\$ 62,966.57

42	\$ 62,966.57	\$ 8,779.43	\$ 508.98	\$ 9,288.41	\$ 54,187.14
43	\$ 54,187.14	\$ 8,850.40	\$ 438.01	\$ 9,288.41	\$ 45,336.74
44	\$ 45,336.74	\$ 8,921.94	\$ 366.47	\$ 9,288.41	\$ 36,414.80
45	\$ 36,414.80	\$ 8,994.06	\$ 294.35	\$ 9,288.41	\$ 27,420.74
46	\$ 27,420.74	\$ 9,066.76	\$ 221.65	\$ 9,288.41	\$ 18,353.98
47	\$ 18,353.98	\$ 9,140.05	\$ 148.36	\$ 9,288.41	\$ 9,213.93
48	\$ 9,213.93	\$ 9,213.93	\$ 74.48	\$ 9,288.41	\$ 0.00

7.6. Ingreso por Ventas.

Ingreso: se proyecta el valor de los costó unitario por persona de \$60 por 30 minutos de paseo y se estima las siguientes ganancias de acuerdo a la cantidad diaria de ocupación por número de personas:

Tabla 24.
Ingreso por ventas.

PRODUCTO	P. Uni	Venta diaria	Venta Mensual	Venta Anual	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Globos aerostático	\$ 60.00	34.56	691.2	8294.4	\$ 497,664.00	\$ 516,077.57	\$535,172.44	\$ 554,973.82	\$ 575,507.85
TOTAL					\$ 497,664.00	\$ 516,077.57	\$ 535,172.44	\$ 554,973.82	\$ 575,507.85

Porcentaje de Ocupación	
7	% De ocupación de personas
5	% De horas laborables - se estima que en el día se podrían realizar un viaje por hora

7.7. Gastos.

Tabla 25.
Detalles de Gastos.

	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	AÑO 1
<u>GASTOS ADMINISTRATIVOS</u>													
Sueldo Administrador	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 1,027.50	\$ 12,330.00
Sueldo Guardia	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 1,354.35	\$ 16,252.14
Servicios básicos	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 180.00	\$ 2,160.00
Internet	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 60.00	\$ 720.00
Uniformes	\$ 90.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 90.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 180.00
Seguro de Vida	\$ 3,000.00												\$ 3,000.00
Mantenimiento	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 471.12	\$ 5,653.38
Suministro de oficina	\$ 35.30	\$ -			\$ 35.30	\$ -		\$ -	\$ 35.30			\$ -	\$ 105.90
Materiales de limpieza	\$ 99.80	\$ -		\$ 99.80	\$ -	\$ -	\$ 99.80	\$ -		\$ 99.80	\$ -	\$ -	\$ 399.20
Depreciación Tangible	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 1,571.31	\$ 18,855.67
Depreciación Intangible	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 88.33	\$ 1,060.00
Total Gastos Administrativos	\$ 7,977.70	\$ 4,752.60	\$ 4,752.60	\$ 4,852.40	\$ 4,787.90	\$ 4,842.60	\$ 4,852.40	\$ 4,752.60	\$ 4,787.90	\$ 4,852.40	\$ 4,752.60	\$ 4,752.60	\$ 60,716.29

GASTOS DE PUBLICIDAD

Publicidad	\$ 2,300.00			\$ -	\$ -		\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,300.00
------------	-------------	--	--	------	------	--	------	------	------	------	------	------	-------------

Total Gastos de Publicidad	\$ 2,300.00	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ 2,300.00
-----------------------------------	-------------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	-------------

GASTOS FINANCIEROS

Intereses de préstamo	\$ 2,977.20	\$ 2,926.19	\$ 2,874.76	\$ 2,822.91	\$ 2,770.65	\$ 2,717.97	\$ 2,664.86	\$ 2,611.32	\$ 2,557.34	\$ 2,502.93	\$ 2,448.08	\$ 2,392.79	\$ 32,267.00
-----------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	--------------

Total Gasto Financiero	\$ 2,977.20	\$ 2,926.19	\$ 2,874.76	\$ 2,822.91	\$ 2,770.65	\$ 2,717.97	\$ 2,664.86	\$ 2,611.32	\$ 2,557.34	\$ 2,502.93	\$ 2,448.08	\$ 2,392.79	\$ 32,267.00
-------------------------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	-------------	--------------

Tabla 26.

Detalles de gastos anuales.

RESUMEN GASTOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
<i>GASTOS ADMINISTRATIVOS</i>	\$ 60,716.29	\$ 63,030.37	\$ 64,625.61	\$ 65,859.88	\$ 67,212.86
Sueldo Administrador	\$ 12,330.00	\$ 13,130.00	\$ 13,615.81	\$ 14,119.59	\$ 14,642.02
Sueldo Guardia	\$ 16,252.14	\$ 17,314.14	\$ 17,954.76	\$ 18,619.09	\$ 19,308.00
Servicios básicos	\$ 2,160.00	\$ 2,239.92	\$ 2,322.80	\$ 2,408.74	\$ 2,497.86
Internet	\$ 720.00	\$ 746.64	\$ 774.27	\$ 802.91	\$ 832.62
Uniformes	\$ 180.00	\$ 186.66	\$ 193.57	\$ 200.73	\$ 208.16
Seguro de vida	\$ 3,000.00	\$ 3,111.00	\$ 3,226.11	\$ 3,345.47	\$ 3,469.26
Mantenimiento	\$ 5,653.38	\$ 5,862.56	\$ 6,079.47	\$ 6,304.41	\$ 6,537.67
Suministro de oficina	\$ 105.90	\$ 109.82	\$ 113.88	\$ 118.10	\$ 122.46
Materiales de limpieza	\$ 399.20	\$ 413.97	\$ 429.29	\$ 445.17	\$ 461.64
Depreciación Tangible	\$ 18,855.67	\$ 18,855.67	\$ 18,855.67	\$ 18,435.67	\$ 18,073.17
Depreciación Intangible	\$ 1,060.00	\$ 1,060.00	\$ 1,060.00	\$ 1,060.00	\$ 1,060.00
<i>GASTOS DE PUBLICIDAD</i>	\$ 2,300.00	\$ 2,385.10	\$ 2,473.35	\$ 2,564.86	\$ 2,659.76
Publicidad	\$ 2,300.00	\$ 2,385.10	\$ 2,473.35	\$ 2,564.86	\$ 2,659.76
<i>GASTOS FINANCIEROS</i>	\$ 32,267.00	\$ 24,234.30	\$ 15,386.83	\$ 5,641.96	\$ -
Intereses de préstamo	\$ 32,267.00	\$ 24,234.30	\$ 15,386.83	\$ 5,641.96	\$ -
TOTAL GASTOS	\$ 95,283.29	\$ 89,649.77	\$ 82,485.79	\$ 74,066.70	\$ 69,872.62

7.8. Pérdida Y Ganancia.

P&G: De acuerdo a los ingresos y egresos de la empresa se puede analizar que existe una utilidad representativa en el ejercicio.

Tabla 27.
Pérdidas y Ganancias.

RUBRO		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ingresos						
Venta Totales		\$ 497,664.00	\$ 516,077.57	\$ 535,172.44	\$ 554,973.82	\$ 575,507.85
TOTAL DE INGRESOS		\$ 497,664.00	\$ 516,077.57	\$ 535,172.44	\$ 554,973.82	\$ 575,507.85
(-) Costos de Operación		\$ 126,185.10	\$ 133,241.78	\$ 138,171.72	\$ 143,284.08	\$ 148,585.59
(=) Utilidad Bruta en Ventas		\$ 371,478.90	\$ 382,835.79	\$ 397,000.71	\$ 411,689.74	\$ 426,922.26
(-) Gastos de Administración		\$ 60,716.29	\$ 63,030.37	\$ 64,625.61	\$ 65,859.88	\$ 67,212.86
(-) Gastos de Publicidad		\$ 2,300.00	\$ 2,385.10	\$ 2,473.35	\$ 2,564.86	\$ 2,659.76
(=) Utilidad antes de impuestos		\$ 308,462.61	\$ 317,420.32	\$ 329,901.75	\$ 343,265.00	\$ 357,049.64
(-) Gastos Financieros		\$ 32,267.00	\$ 24,234.30	\$ 15,386.83	\$ 5,641.96	\$ -
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores		\$ 276,195.61	\$ 293,186.02	\$ 314,514.92	\$ 337,623.04	\$ 357,049.64
(-) Participación a trabajadores	15%	\$ 41,429.34	\$ 43,977.90	\$ 47,177.24	\$ 50,643.46	\$ 53,557.45
(=) Utilidad antes de impuestos a la renta		\$ 234,766.27	\$ 249,208.12	\$ 267,337.68	\$ 286,979.58	\$ 303,492.19
(-) Impuesto a la renta	22%	\$ 51,648.58	\$ 54,825.79	\$ 58,814.29	\$ 63,135.51	\$ 66,768.28
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO		\$ 183,117.69	\$ 194,382.33	\$ 208,523.39	\$ 223,844.08	\$ 236,723.91

7.9. Flujo de caja.

Flujo de caja: indica que la liquidez de las empresa durante el periodo de cinco años en donde los tres últimos años se observan mayores resultados y termino de pago del préstamo a la IFI, en este caso a la CFN.

Tabla 28.

Flujo de caja.

RUBROS	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		\$ 497,664.00	\$ 516,077.57	\$ 535,172.44	\$ 554,973.82	\$ 575,507.85
(-) Egresos de efectivo		\$ 169,285.72	\$ 271,819.50	\$ 284,158.71	\$ 298,204.69	\$ 313,104.01
Gastos de operación		\$ 126,185.10	\$ 133,241.78	\$ 138,171.72	\$ 143,284.08	\$ 148,585.59
Gastos de administración		\$ 40,800.62	\$ 43,114.70	\$ 44,709.95	\$ 46,364.22	\$ 48,079.69
Gastos de publicidad		\$ 2,300.00	\$ 2,385.10	\$ 2,473.35	\$ 2,564.86	\$ 2,659.76
Impuesto a la renta		\$ -	\$ 51,648.58	\$ 54,825.79	\$ 58,814.29	\$ 63,135.51
Participación de trabajadores		\$ -	\$ 41,429.34	\$ 43,977.90	\$ 47,177.24	\$ 50,643.46
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		\$ 328,378.28	\$ 244,258.06	\$ 251,013.73	\$ 256,769.13	\$ 262,403.84
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		\$ 79,193.93	\$ 87,226.63	\$ 96,074.10	\$ 105,818.97	\$ -
Pago de intereses		\$ 32,267.00	\$ 24,234.30	\$ 15,386.83	\$ 5,641.96	\$ -
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	\$ (526,162.34)	\$ (111,460.93)	\$ (111,460.93)	\$ (111,460.93)	\$ (111,460.93)	\$ -
FLUJO NETO DE CAJA	-526,162.34	\$ 216,917.35	\$ 132,797.13	\$ 139,552.80	\$ 145,308.20	\$ 262,403.84
		\$ 309,244.99	\$ 176,447.85	\$ 36,895.06	0.25	
					91.41	
					3.05	meses

7.10. Balance General.

Balance General: se puede observar el estado financiero de la empresa por el periodo de cinco años.

Tabla 29.

Balance General.

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corriente					
Caja	\$ 236,564.69	\$ 369,361.83	\$ 508,914.62	\$ 654,222.83	\$ 916,626.67
Total Activos Corrientes	\$ 236,564.69	\$ 369,361.83	\$ 508,914.62	\$ 654,222.83	\$ 916,626.67
Activos Fijos					
Terreno	\$ 195,000.00	\$ 195,000.00	\$ 195,000.00	\$ 195,000.00	\$ 195,000.00
Edificación	\$ 140,600.00	\$ 140,600.00	\$ 140,600.00	\$ 140,600.00	\$ 140,600.00
Equipo electrónico	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00	\$ 1,450.00
Equipo de seguridad	\$ 1,290.00	\$ 1,290.00	\$ 1,290.00	\$ 1,290.00	\$ 1,290.00
Equipo de oficina	\$ 1,210.00	\$ 1,210.00	\$ 1,210.00	\$ 1,210.00	\$ 1,210.00
Equipo de computación	\$ 1,260.00	\$ 1,260.00	\$ 1,260.00	\$ 1,260.00	\$ 1,260.00
Muebles y enures	\$ 405.00	\$ 405.00	\$ 405.00	\$ 405.00	\$ 405.00
Equipo de producción	\$ 160,000.00	\$ 160,000.00	\$ 160,000.00	\$ 160,000.00	\$ 160,000.00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (18,855.67)	\$ (37,711.33)	\$ (56,567.00)	\$ (75,002.67)	\$ (93,075.83)
Total Activos Fijos	\$ 482,359.33	\$ 463,503.67	\$ 444,648.00	\$ 426,212.33	\$ 408,139.17
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	\$ 5,300.00	\$ 5,300.00	\$ 5,300.00	\$ 5,300.00	\$ 5,300.00
(-) Amortización Acumulada	\$ (1,060.00)	\$ (2,120.00)	\$ (3,180.00)	\$ (4,240.00)	\$ (5,300.00)
Total Activos Diferidos	\$ 4,240.00	\$ 3,180.00	\$ 2,120.00	\$ 1,060.00	\$ -
TOTAL ACTIVOS	\$ 723,164.02	\$ 836,045.49	\$ 955,682.62	\$ 1,081,495.16	\$ 1,324,765.84
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -	\$ -
Participación a Trabajadores por Pagar	\$ 41,429.34	\$ 43,977.90	\$ 47,177.24	\$ 50,643.46	\$ 53,557.45
Impuesto a la Renta por Pagar	\$ 51,648.58	\$ 54,825.79	\$ 58,814.29	\$ 63,135.51	\$ 66,768.28

Total Pasivos Corrientes	\$ 93,077.92	\$ 98,803.69	\$ 105,991.53	\$ 113,778.96	\$ 120,325.73
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	\$ 289,119.71	\$ 201,893.07	\$ 105,818.97	\$ 0.00	\$ -
Total Pasivos de Largo Plazo	\$ 289,119.71	\$ 201,893.07	\$ 105,818.97	\$ 0.00	\$ -
TOTAL PASIVOS	\$ 382,197.63	\$ 300,696.76	\$ 211,810.50	\$ 113,778.96	\$ 120,325.73
PATRIMONIO					
Capital Social	\$ 157,848.70	\$ 157,848.70	\$ 157,848.70	\$ 157,848.70	\$ 157,848.70
Utilidad del Ejercicio	\$ 183,117.69	\$ 194,382.33	\$ 208,523.39	\$ 223,844.08	\$ 236,723.91
Utilidades Retenidas	\$ -	\$ 183,117.69	\$ 377,500.03	\$ 586,023.42	\$ 809,867.49
TOTAL PATRIMONIO	\$ 340,966.39	\$ 535,348.73	\$ 743,872.12	\$ 967,716.20	\$ 1,204,440.11
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO					
	\$ 723,164.02	\$ 836,045.49	\$ 955,682.62	\$ 1,081,495.16	\$ 1,324,765.84
	-	-	-	-	-

7.11. Evaluación financiera.

Evaluación financiera: la tasa descuento es del 12%, cantidad mínima para evaluar de manera positiva la rentabilidad del proyecto. De acuerdo al TIR de este proyecto cuenta con un 21%, tasa de descuento para poder proceder con la realización.

Tabla 30.

Evaluación del proyecta.

Tasa de Descuento	12%	Costo de oportunidad, de dejar de invertir en otras opciones
Inversión inicial	\$ (526,162.34)	
Flujo 1	\$ 216,917.35	
Flujo 2	\$ 132,797.13	
Flujo 3	\$ 139,552.80	
Flujo 4	\$ 145,308.20	
Flujo 5	\$ 262,403.84	
VAN	\$ 101,741.81	Debido a que el VAN es > 0, se decide aprobar el proyecto por ser factible financieramente
TIR	20.27%	TIR > que la Tasa de Descuento, se decide aprobar el proyecto
B/C	\$ 1.27	Por cada dólar en los costes que se invierte en el proyecto, se genera \$1,29 en beneficios
PRI	3.14	El período de recuperación es en años, lo cual equivale a 3 años y 1 mes aproximadamente.

7.12. Ratios.

Tabla 31.

Razones financieras.

INDICADOR		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
MARGEN BRUTO	Utilidad Bruta/ Ventas = %	61.98%	61.51%	61.64%	61.85%	62.04%
MARGEN NETO	Utilidad Neta / Ventas = %	36.80%	37.67%	38.96%	40.33%	41.13%
ROA (RETORNO SOBRE ACTIVOS)	Utilidad Neta / Activo Total = \$	\$ 0.25	\$ 0.23	\$ 0.22	\$ 0.21	\$ 0.18
ROE (RETORNO SOBRE CAPITAL)	Utilidad Neta / Capital = \$	\$ 1.16	\$ 1.23	\$ 1.32	\$ 1.42	\$ 1.50

7.13. Escenario.

Tabla 32.
Porcentaje de escenario.

Escenario Normal	Inflación: 3,70% para todas las proyecciones.	Capacidad Utilizada: Personas 60% y Horas laborales 60%.
Escenario Optimista	Inflación: 3,70% para todas las proyecciones	Capacidad Utilizada: Personas 65% y Horas laborales 60%.
Escenario Pesimista	Inflación: 3,70% para todas las proyecciones	Capacidad Utilizada: Personas 55% y Horas laborales 60%.

Tabla 33. Escenario.

	ESCENARIO PESIMISTA	ESCENARIO NORMAL	ESCENARIO OPTIMISTA
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (526,162.34)	\$ (526,162.34)	\$ (526,162.34)
Flujo 1	\$ 191,191.91	\$ 216,917.35	\$ 269,988.71
Flujo 2	\$ 103,874.17	\$ 132,797.13	\$ 159,031.93
Flujo 3	\$ 113,260.21	\$ 139,552.80	\$ 170,458.81
Flujo 4	\$ 118,039.97	\$ 145,308.20	\$ 177,354.92
Flujo 5	\$ 233,750.31	\$ 262,403.84	\$ 295,259.91
VAN	\$ 15,525.14	\$ 101,741.81	\$ 218,771.98
TIR	13.30%	20.27%	29.65%
B/C	\$ 1.14	\$ 1.27	\$ 1.44
PRI	3.98	3.14	2.56

Conclusiones

La comuna de Engabao tiene la posibilidad de convertirse en una gran fuerza económica, cultural y recreativa que ayudará a los habitantes de este lugar a desenvolverse y trabajar en campos que se dediquen a ofrecer un producto o servicio en cuanto la atención al cliente.

Se pretende que Engabao entre a ser uno de los destinos más complementarios del cantón General Villamil Playas y tener en este lugar un gran aliado estratégico que pueda incitar y llamar la atención a los visitantes a que acudan a las playas de esta comunidad.

Un gran aliado estratégico es el grupo Nobis quienes ya están en plan de la construcción de Karibao, que es el nacimiento de una nueva ciudad costeña, lo más parecido a una isla caribeña que mezclan todo el confort de una ciudad europea y americana.

La inversión inicial del proyecto es de \$526.162.34. De acuerdo al costo de oportunidad del 12% que es la tasa mínima que debe tener el proyecto para que se demuestre su rentabilidad, el proyecto a realizar cuenta con una TIR del 21%, esto quiere decir que el proyecto es factible y además proyecta una recuperación de inversión en un periodo de 2 años y 2 meses aproximadamente.

Con la implementación del proyecto de tours de globos aerostáticos, se generarán grandes expectativas debido a que este atractivo no hay en el país, es una idea totalmente nueva que va a generar la visita de turistas locales tanto como extranjeros. Además con la implementación del proyecto Karibao también atraerá más oferta turística.

Recomendaciones

Es importante crear un cronograma de capacitaciones para el personal que vaya a laborar en la empresa de una manera teórica y práctica con el fin de dar un buen servicio a los clientes y que estos se sienta como en casa para tener su fidelización.

Será muy útil que el personal esté capacitado para brindar primeros auxilios a los clientes en caso de algún percance, hay que tener en cuenta la seguridad de los turistas, ya que es muy importante que estén salvos ante cualquier peligro, manteniendo el contacto directo con Cuerpo de Bomberos y Policía Nacional.

Se puede coordinar viajes de invitación para periodistas y medios de comunicación vinculados al turismo lo cual permitirá difundirnos tanto local como regionalmente, este recorrido será de cortesía de Aeroglobal S.A.

Es recomendable realizar un plan de estimulación que incluya vacaciones al personal, incentivos como la celebraciones de cumpleaños, días de integración, premio al mejor trabajador del mes, entre otras actividades de integración con el fin de mantener un excelente equipo de trabajo, motivado en todo momento.

Se debe contar con un buzón de sugerencias, en caso de que algún cliente quiera opinar sobre el grado de su satisfacción para conocer cuáles son sus expectativas, permitiéndonos mejorar el servicio en todos los aspectos y se podrá saber qué es lo que los clientes quieren y esperan de este nuevo atractivo turístico.

Bibliografía

- Andrade, X. (3 de Mayo de 2015). Inflación, un indicador que marca la economía en Ecuador. *El Universo*, pág. 9. Obtenido de Inflación:
<http://www.eluniverso.com/noticias/2015/05/03/nota/4831096/indicador-que-marca-economia>
- Benemerito Cuerpo de Bombero. (2014). *Cuerpo de Bomberos del Distrito Metropolitano de Quito*. Recuperado el 7 de Agosto de 2015, de
http://www.bomberosquito.gob.ec/index.php?option=com_content&view=article&id=5:permisos-de-funcionamiento&catid=2&Itemid=6
- Bisquerra, R. (2009). Metodología de la Investigación Educativa. En R. Bisquerra, *Estudio de Encuesta* (pág. 231). Madrid: La Muralla, S.A.
- Capece, G. (2007). Turismo la esencia del negocio. En G. Capece, *Turismo la esencia del negocio* (pág. 231). Cengage Learning Latin America.
- Cervera, J. (2001). La transición a las nuevas ISO 9000:2000 y su implantación. En J. Cervera, *Correlación de los principios Iso 9000:2000* (pág. 24). Madrid: Dias de Santos S.A.
- Crosby, A., & Moreda, A. (1996). Desarrollo y Gestión Del Turismo en áreas Rurales-Naturales. En A. Crosby, & A. Moreda, *Desarrollo y Gestión Del Turismo en áreas Rurales-Naturales* (pág. 9). illustrated.
- Crosby, A., & Moreda, A. (1999). *Elementos Básico para un Turismo Sostenible en las Areas Rurales*. Turismo y Naturaleza, S.L Ecotur.
- Dahnke, G. (1986). Introducción a la metodología de la investigación. En G. Dahnke, *Introducción a la metodología de la investigación* (pág. 91). McGraw-Hill.
- Dirección General de Aviación Civil. (2014). Ultraligeros, Planeadores y Aeronaves Deportivas ligeras . *Resolución 492*, (pág. 11). Quito.
- El Comercio. (11 de Agosto de 2015). Ciencias. *Ecuador impulsa la ciencia y tecnología para su desarrollo*, pág. 8. Obtenido de Ecuador impulsa la ciencia y tecnología para su desarrollo:
<http://elcomercio.pe/ciencias/investigaciones/ecuador-impulsa-ciencia-y-tecnologia-su-desarrollo-noticia-1722182>
- Federación Aragonesa de los Deportes Aéreos. (1 de Diciembre de 2014). F.A.D.A. Obtenido de Aerostación: <http://www.fada.aero/aerostacion.htm>
- Feros, D. (1834). Aeroestacion. En *Almacen Pintoresco* (pág. 57). The University of California.
- Forssmann, A. (2013). El globo aerostático y la conquista de los cielos. *Historia National Geographic*.

- Franklin, B. (1869). Autobiography of Benjamin Franklin. En B. Franklin, *Autobiography of Benjamin Franklin* (pág. 288). California: the University of California.
- Gerundio, F., & Tirabeque. (1847). Viage aerostático. En F. Gerundio, *Viage aerostático* (pág. 22). Madrid.
- Gil, A. (1999). Fundamentos de investigación Educativa. En A. Gil, *La encuesta* (pág. 88). Guayaquil: Nueva Luz.
- Gil, O. A. (1999). Fundamentos de Investigación. En O. A. Gil, *Fundamentos de Investigación Educativa* (pág. 82). Guayaquil: Nueva Luz.
- Gómez, H. (1999). Servicio al cliente: métodos de auditoría y medición. En G. Humberto, *Servicio al cliente* (pág. 222). 3R Editores.
- Instituto Británico Legatum. (4 de Noviembre de 2014). *EL telégrafo*. Obtenido de Economía: <http://www.telegrafo.com.ec/economia/item/ecuador-esta-en-el-puesto-73-de-142-naciones-en-indice-de-prosperidad-infografia.html>
- Instituto Nacional de Estadísticas y Censos. (2014). *Ecuador Ama la Vida*. Obtenido de Índice de la actividad económica: <http://www.ecuadorencifras.gob.ec/censo-nacional-economico/>
- Jiménez, C. E. (2003). Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales. En C. E. Jiménez, *Productos y destinos turísticos nacionales e internacionales* (pág. 33). Paraninfo.
- Juran, J. M., & Gryna, F. M. (1993). Manual de control de la calidad. En J. M. Juran, & F. M. Gryna, *Manual de control de la calidad* (págs. 18-22). Reverte.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2003). Productos, Servicios y Experiencias. En P. Kotler, & G. Armstrong, *Fundamentos de marketing* (págs. 278-279). Pearson Educación.
- Kotz, J., Treichel, P., & Weaver, G. (2005). Chemistry and Chemical Reactivity. En J. Kotz, P. Treichel, & G. Weaver, *Ley de Charles* (pág. 477). 6, illustrated.
- La Aviación. (22 de Julio de 2011). *Características de los globos aerostáticos*. Obtenido de La Aviación: <http://www.laaviacion.com/caracteristicas-de-los-globos-aerostaticos/>
- La Comisión de Legislación Y Codificación. (19 de Septiembre de 2014). *Ambito y Principios de la Gestión Ambiental*. Obtenido de Ley de Gestión Ambiental, Codificación: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>
- La Comisión de Legislación Y Codificación. (10 de Septiembre de 2014). *Ambito Principios de la Gestión Ambiental*. Obtenido de Ley de Gestión Ambiental, Codificación: <http://www.ambiente.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2012/09/LEY-DE-GESTION-AMBIENTAL.pdf>

- Laing, R. (1973). Percepción interpersonal. En R. Laing, *Percepción interpersonal* (pág. 11). Amorrortu.
- Macías, W., & Ochoa, E. (1989). Ecuador: visión global del desarrollo de la costa. En *Ecuador: visión global del desarrollo de la costa* (pág. 178). PMRC Ecuador.
- Ministerio de Turismo . (25 de Junio de 2015). *All You Need is Ecuador*. Obtenido de Campaña Promocional Liderada por El Ministerio de Turismo : <http://trade.allyouneedisecuador.travel/es/noticias/523-all-you-need-is-ecuador-campana-promocional-liderada-por-el-ministerio-de-turismo-concluye-en-2014-marcando-hitos-historicos>
- Ministerio de Turismo. (2 de Abril de 2014). *All you need is Ecuador' es la campaña que está en el mundo*. Obtenido de Ecuador ama la vida: <http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>
- Muñoz, A. (1999). La gestión de la Calidad total en la Administración Pública . En A. Muñoz, *El aseguramiento y el control de la calidad* (pág. 152). Madrid: Díaz de Santos, S.A.
- Murphy, J. D. (2005). The Developmente of the Airship. En J. D. Murphy, *Military Aircraft, Origins to 1918: An Illustrated History of Their Impact* (págs. 14-15). ABC-CLIO.
- Nestien. (10 de Noviembre de 2010). *Física diaria - La Física en la vida cotidiana*. Obtenido de ¿Cómo funcionan los globos aerostáticos?: <https://fisicadiaria.wordpress.com/2010/11/24/%C2%BFcomo-funcionan-los-globos-aerostaticos/>
- Organización Mundial del Turismo OMT. (2007). *Entender el turismo: Glosario Básico*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo OMT: <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>
- Organización Mundial del Turismo OMT. (12 de Junio de 2014). *Definición*. Obtenido de Organización Mundial del Turismo OMT: <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>
- Ovidio, P. (1972). Dedalo e Icaro. En P. Ovidio, *La Metamorfosis* (pág. 182;184). Austral, 2000.
- Pacheco. (1999). La entrevista. En O. P. Gil, *Fundamentos de investigación* (pág. 83). Guayaquil: Nueva Luz.
- Pacheco. (1999). Observación directa. En O. Pacheco, *Fundamentos de Investigación* (pág. 81). Guayaquil: Nueva Luz.
- Pacheco, O. (1999). Método Deductivo. En O. Pacheco, *Fundamentos de Investigación Educativa* (pág. 76). Guayaquil: Nueva Luz.
- Pacheco, O. (1999). Unidad 4. Métodos y Técnicas de Investigación Educativa. En O. Pacheco, *Fundamentos de Investigación* (pág. 73). Guayaquil: Nueva Luz.

- Pacheco, O. A. (1999). La observación. En O. Pacheco, *Fundamentos de Investigación* (pág. 81). Guayaquil: Nueva Luz.
- Pearce, D. (2012). Frameworks for Tourism Research. En D. Pearce, *Frameworks, Theories and models* (pág. 16). CABI,.
- Petrocchi, M. (2009). Turismo: planejamento e gestão. En M. Petrocchi, *Turismo: planejamento e gestão* (pág. 70). Pearson Prentice Hall,.
- Real Academia Española. (30 de Mayo de 2015). *Real Academia Española*. Obtenido de Real Academia Española: <http://lema.rae.es/drae/?val=globo>
- San Salvador, R. (2011). Políticas de ocio: cultura, turismo, deporte y recreación. En R. San Salvador, *Políticas de ocio: cultura, turismo, deporte y recreación* (pág. 105). Universidad de Deusto.
- Secretaria Nacional de la Administracion Pública. (11 de Agosto de 2015). *Licencia única anual de funcionamiento (LUAF)*. Obtenido de Trámites ciudadanos: <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=2841>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (2013). *Plan Nacional del Buen Vivir*. Obtenido de Objetivo 10. Impulsar la transformación de la matriz productiva: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivo-10.-impulsar-la-transformacion-de-la-matriz-productiva>
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo. (11 de Agosto de 2015 Objetivos Nacionales para el Buen Vivir). *Objetivos Nacionales para el Buen Vivir*. Obtenido de Plan Nacional del Buen Vivir: <http://www.buenvivir.gob.ec/objetivos-nacionales-para-el-buen-vivir>
- Shujel. (10 de Junio de 2014). *Que es el Estudio de Mercado*. Obtenido de Emprendedores: <http://www.blog-emprendedor.info/que-es-el-estudio-de-mercado/>
- Silva, J. &. (13 de Febrero de 2009). *Estudio del Potencial Turístico de la Comuna de Engabao de General Villamil Playas en la provincia del Guayas*. Obtenido de Escuela Superior Politécnica: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/72/1/50.pdf>
- Tourism&Leisure. (2007). *Diseño del Plan Estrategico de Desarrollo*. Tourism & Leisure – Europraxis.
- UICN . (30 de Marzo de 2010). *Unión Internacional para la Conservación de la Naturaleza*. Obtenido de Áreas protegidas para poblaciones más saludables: http://www.iucn.org/es/sobre/trabajo/programas/areas_protegidas_/copy_of_aires_protegees___quest_ce_que_cest___quelle_est_leur_utilite___13012012_1127/?4992/Protected-Areas-for-healthier-people
- Wallechinsky, D., & Wallace, I. (1975). Jean Pierre Blanchard. En D. Wallechinsky, & I. Wallace, *The People's Almanac* (págs. 140-141). The University of Virginia.

Wilson, G. (1851). Experiments on Air. En G. Wilson, *The life of the Hon. Henry Cavendish* (pág. 353).
Printed for the Cavendish Society, 1851.

Anexos





