



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**TEMA:**

**Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil, provincia del Guayas**

**AUTORES:**

**Camisan Navas, Cyntia Johanna  
Fuentes Chacón, Verónica Yessenia**

**Trabajo 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**

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**CERTIFICACIÓN**

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **Camisan Navas Cyntia Johanna y Fuentes Chacón Verónica Yessenia**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**.

**TUTOR**

---

**Ing. Said Diez Farhat, Mgs.**

**DIRECTORA DE LA CARRERA**

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Cyntia Johanna Camisan Navas**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil, provincia del Guayas** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

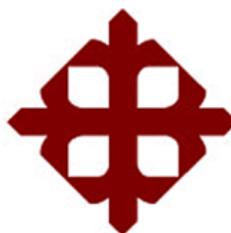
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**LA AUTORA**

---

**Cyntia Johanna Camisan Navas**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD**

**Yo, Verónica Yessenia Fuentes Chacón**

**DECLARO QUE:**

El Trabajo de Titulación **Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil, provincia del Guayas** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan en el documento, cuyas fuentes se incorporan en las referencias o bibliografías. Consecuentemente este trabajo es de mi total autoría.

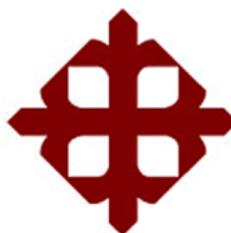
En virtud de esta declaración, me responsabilizo del contenido, veracidad y alcance científico del Trabajo de Titulación referido.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**LA AUTORA**

---

**Verónica Yessenia Fuentes Chacón**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Cyntia Johanna Camisan Navas**

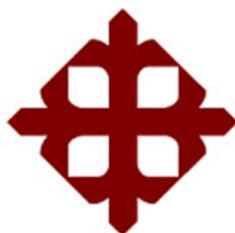
Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil, provincia del Guayas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**LA AUTORA**

---

**Cyntia Johanna Camisan Navas**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**AUTORIZACIÓN**

**Yo, Verónica Yessenia Fuentes Chacón**

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil a la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil, provincia del Guayas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

**Guayaquil, a los 31 días del mes de agosto del año 2016**

**LA AUTORA**

---

**Verónica Yessenia Fuentes Chacón**



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

### **Certificación de Antiplagio**

Certifico que después de revisar el documento final del trabajo de titulación denominado **Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil, provincia del Guayas**, presentado por las estudiantes **Camisan Navas Cyntia Johanna y Fuentes Chacón Verónica Yessenia**, fue enviado al Sistema Antiplagio URKUND, presentando un porcentaje de similitud correspondiente al 0%, por lo que se aprueba el trabajo para que continúe con el proceso de titulación.

URKUND	
Documento	<a href="#">PT Fuentes Chacon-Camisan Navas.docx</a> (D21393136)
Presentado	2016-08-13 11:07 (-05:00)
Presentado por	said.diez@cu.ucsg.edu.ec
Recibido	said.diez.ucsg@analysis.urkund.com
Mensaje	PT FUENTES CHACON - CAMISAN NAVAS <a href="#">Mostrar el mensaje completo</a>
	<b>0%</b> de esta aprox. 36 páginas de documentos largos se componen de texto presente en 0 fuentes.

---

**Ing. Said Diez Farhat, Mgs.  
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

## **Agradecimiento**

Le doy gracias al ser supremo por bendecirme en todo momento de mi vida y darme  
la oportunidad de cumplir con uno de mis sueños.

A mis padres el Sr. Domingo Camisan y la Sra. Flor Navas por brindarme su apoyo  
incondicional y poder cumplir con esta meta profesional.

A mis hermanas Ingrid y Kassandra que me ayudaron en todo este proceso  
universitario.

A mi amiga Verónica Fuentes por la ayuda incondicional y el apoyo hacia mí.

A mi tutor Ing. Said que con su ayuda se pudo lograr con éxito todo este proceso de  
titulación.

*Cyntia Camisan*

## Dedicatoria

Dedico este logro a mi madre Flor Navas que gracias a su perseverancia pude entrar a la universidad para poder cumplir con una de mis metas y convertirme en una profesional.

Durante todo este proceso universitario mi madre siempre ha sido mi apoyo incondicional que gracias a sus esfuerzos y sacrificios pude culminar con éxito esta etapa maravillosa de mi vida.

Agradezco infinitamente a Dios por darme una madre extraordinaria que siempre ha luchado por el bienestar de la familia sin importar el suyo.

Por todo lo que me ha hecho le estoy agradecida eternamente y espero poder recompensar todo ese sacrificio, toda esa dedicación y apoyo que me ha brindado desinteresadamente.

Gracias Mami por todo tu amor con nosotras.

*Cynthia Camisan*

## **Agradecimiento**

Gracias a Dios por todas sus bendiciones a lo largo de mi vida, por tenerme con salud, por hacer todo esto posible, por su infinito amor y por haberme regalado un ángel que ha velado siempre por mí. Olga Vasconez gracias a ti y a él todo esto es posible, las palabras no alcanzan para agradecerte todo lo que has hecho por mí desde siempre, te amo infinitamente.

A Ángel Sierra por su infinita paciencia, por su apoyo incondicional, por su generosidad y eterno espíritu de niño que alegra y regala sonrisas siempre a todos los que están a su alrededor.

A mi amiga y compañera de tesis Cyntia Camisan por tantas risas, por el apoyo, por ser más que una amiga, una hermana.

A mi tutor Ing. Said Diez por la eterna paciencia, por su bondad, por apoyarme siempre en los momentos más duros de la carrera impartíendome sus conocimientos con gran agrado, por brindarme su amistad incondicional.

*Verónica Fuentes*

## Dedicatoria

Este logro va dedicado a mi abuela Olga Vasconez Maridueña que ha sido una madre incondicional que me educó, ha hecho de mí la persona que soy hoy en día, la que me ha dado todo su amor sin pedir nada a cambio, me inculcó valores y la que hizo junto a Dios todo esto posible, gracias a él por permitirme tenerla aun conmigo y a ella por ser la mejor madre de este mundo y por amarme tanto, por hacer de mí una persona de bien, por sus eternas preocupaciones y por ser el ángel que Dios me mandó, te amo infinitamente.

*Verónica Fuentes*



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y  
HOTELERAS**

**TRIBUNAL DE SUSTENTACIÓN**

---

**Ing. Said Diez Farhat, Mgs.**  
TUTOR

---

**Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.**  
DIRECTORA DE LA CARRERA

---

**Eco. Shirley Segura Ronquillo, Mgs.**  
COORDINADOR DEL ÁREA O DOCENTE DE LA CARRERA

---

**Ing. Gerson Sopó Rosenberg, Mgs.**  
OPONENTE



**UNIVERSIDAD CATÓLICA  
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL  
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES  
CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS  
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

**Calificación**

<b>APELLIDOS Y NOMBRES</b>	<b>NOTA FINAL DEL TUTOR</b>
<b>Camisan Navas Cyntia Johanna</b>	
<b>Fuentes Chacón Verónica Yessenia</b>	

---

**Ing. Said Diez Farhat, Mgs.  
PROFESOR GUÍA Ó TUTOR**

## Índice General

Introducción .....	1
Antecedentes .....	2
Planteamiento del problema .....	3
Formulación del Problema .....	4
Justificación del Tema.....	4
Objetivos .....	5
Objetivo General .....	5
Objetivos Específicos .....	5
<b>Capítulo 1</b> .....	6
Marcos de la Investigación.....	6
Marco Teórico .....	6
Marco Conceptual .....	8
Marco Legal .....	9
<b>Capítulo 2</b> .....	15
Metodología de la Investigación .....	15
Método de la Investigación .....	15
Enfoque de la Investigación .....	15
Técnica de la Investigación .....	16
Diseño de la Investigación .....	16
Universo-Población .....	16
Muestra.....	17
Técnicas de recolección de datos .....	17
Presentación de resultados: tablas y gráficos .....	19
Formato de entrevista .....	30
<b>Capítulo 3</b> .....	32
Estudio de mercado .....	32

Análisis de la industria .....	32
Análisis de la situación .....	32
Fuerzas de Porter .....	32
Amenaza de nuevos competidores.....	32
Amenaza de productos o servicios sustitutivos .....	33
Poder de negociación de los proveedores .....	33
Poder de negociación de los compradores .....	33
La rivalidad entre los competidores existentes .....	34
Análisis P.E.S.T.A.....	34
Factores Políticos .....	34
Factor Económico .....	35
Factores Sociales.....	39
Factores Tecnológicos .....	41
Factores Ambientales.....	45
Oferta del mercado .....	47
Demanda del mercado .....	47
Estudio Organizacional .....	48
Razón Social .....	48
Objetivo Social .....	48
Logo .....	48
Slogan .....	48
Misión .....	48
Visión.....	49
Valores .....	49
Análisis FODA .....	49
Fortalezas: .....	49
Oportunidades:.....	49

Debilidades: .....	49
Amenazas:.....	49
Mercado Objetivo.....	50
<b>Capítulo 4</b> .....	<b>51</b>
Estudio Técnico.....	51
Localización del Proyecto .....	51
Macro Localización .....	51
Micro Localización .....	51
Distribución Física del Espacio .....	52
Horario de Funcionamiento.....	53
Infraestructura Necesaria.....	54
Productos a Ofrecer .....	55
Control de Calidad.....	56
Permisos .....	57
<b>Capítulo 5</b> .....	<b>61</b>
Plan de Marketing .....	61
Segmentación de mercado .....	61
Estrategias de Posicionamiento .....	61
Estrategias de marketing .....	62
Marketing mix .....	62
Producto .....	62
Precio .....	63
Plaza.....	63
Promoción.....	63
Presupuesto de marketing.....	64
<b>Capítulo 6</b> .....	<b>65</b>
Estudio Financiero.....	65

Conclusiones .....	84
Recomendaciones.....	85
Listado de Referencias .....	86
Apéndice .....	93

## Índice de Tablas

Tabla 1	<i>Género de personas encuestadas</i> .....	19
Tabla 2	<i>Edades de personas encuestadas</i> .....	20
Tabla 3	<i>Preferencia para visitar el cantón General Villamil</i> .....	21
Tabla 4	<i>Generalmente viaja</i> .....	22
Tabla 5	<i>Actividad deportiva</i> .....	23
Tabla 6	<i>Tipo de deportes acuáticos</i> .....	24
Tabla 7	<i>Conocimiento de Flyboard y Water Hoverboard</i> .....	25
Tabla 8	<i>Aceptación de nuevos deportes</i> .....	26
Tabla 9	<i>Precios</i> .....	27
Tabla 10	<i>Información sobre Flyboard y Water Hoverboard</i> .....	28
Tabla 11	<i>Aspectos importantes para la práctica de estos deportes acuáticos</i> .....	29
Tabla 12	<i>Inflación anual</i> .....	36
Tabla 13	<i>Presupuesto de infraestructura de la empresa</i> .....	54
Tabla 14	<i>Segmentación de mercado</i> .....	61
Tabla 15	<i>Presupuesto de marketing</i> .....	64
Tabla 16	<i>Inversión inicial</i> .....	65
Tabla 17	<i>Balance inicial</i> .....	67
Tabla 18	<i>Rol de pago 1er año</i> .....	67
Tabla 19	<i>Rol de pago 2do año</i> .....	68
Tabla 20	<i>Proyecciones de sueldo a 5 años</i> .....	69
Tabla 21	<i>Depreciaciones tangibles</i> .....	70
Tabla 22	<i>Depreciación anual</i> .....	70
Tabla 23	<i>Depreciación intangible</i> .....	70
Tabla 24	<i>Tabla de amortización anual</i> .....	71
Tabla 25	<i>Tabla de amortización mensual</i> .....	71

Tabla 26	<i>Proyección anual de ingreso</i> .....	73
Tabla 27	<i>Costo operacional</i> .....	74
Tabla 28	<i>Presupuesto de gasto general</i> .....	75
Tabla 29	<i>Estado de pérdidas y ganancias</i> .....	76
Tabla 30	<i>Flujo de caja anual</i> .....	77
Tabla 31	<i>Balance general</i> .....	79
Tabla 32	<i>Evaluación financiera</i> .....	81
Tabla 33	<i>Análisis de rentabilidad del proyecto</i> .....	82
Tabla 34	<i>Escenarios</i> .....	82

## Índice de Figuras

<i>Figura 1.</i> Género de personas encuestadas .....	19
<i>Figura 2.</i> Edades de personas encuestadas .....	20
<i>Figura 3.</i> Preferencia para visitar el cantón General Villamil.....	21
<i>Figura 4.</i> Generalmente viaja .....	22
<i>Figura 5.</i> Actividad deportiva.....	23
<i>Figura 6.</i> Tipo de deportes acuáticos .....	24
<i>Figura 7.</i> Conocimiento de Flyboard y Water Hoverboard.....	25
<i>Figura 8.</i> Aceptación de nuevos deportes.....	26
<i>Figura 9.</i> Precios.....	27
<i>Figura 10.</i> Información sobre Flyboard y Water Hoverboard.....	28
<i>Figura 11.</i> Aspectos importantes para practicar estos deportes acuáticos.....	29
<i>Figura 12.</i> Producto Interno Bruto.....	37
<i>Figura 13.</i> Emerging Market and Developing Economies .....	37
<i>Figura 14.</i> Tasa de desempleo a nivel nacional, urbano y rural 2007-2016.....	38
<i>Figura 15.</i> Tasa de desempleo por tipo de gestión a nivel nacional, 2007-2016.....	38
<i>Figura 16.</i> Tasa de desempleo por sexo a nivel nacional, 2007-2016.....	39
<i>Figura 17.</i> Evolución de la pobreza.....	40
<i>Figura 18.</i> Tasa de analfabetismo.....	40
<i>Figura 19.</i> Equipamiento tecnológico del hogar a nivel nacional. ....	41
<i>Figura 20.</i> Hogares que tienen teléfono fijo y celular a nivel nacional.....	41
<i>Figura 21.</i> Porcentaje de personas que tienen teléfono celular activado por área. ....	42
<i>Figura 22.</i> Porcentaje de personas que tienen teléfono celular activado por edad. ...	42
<i>Figura 23.</i> Acceso al internet según área.....	43
<i>Figura 24.</i> Hogares que tienen acceso a internet a nivel nacional.....	43
<i>Figura 25.</i> Porcentaje de personas que tienen teléfonos inteligentes. ....	44
<i>Figura 26.</i> Porcentaje de población con celular y redes sociales. ....	44

<i>Figura 27.</i> Empresas que contaron con permisos ambientales 2014. ....	45
<i>Figura 28.</i> Prácticas ambientales realizadas 2014. ....	46
<i>Figura 29.</i> Logo de la empresa Villamil Xtreme S.A. ....	48
<i>Figura 30.</i> Estructura Organizacional de Villamil Xtreme S.A. ....	50
<i>Figura 31.</i> Macro Localización. ....	51
<i>Figura 32.</i> Micro Localización. ....	52
<i>Figura 33.</i> Distribución de espacio de la empresa. ....	53
<i>Figura 34.</i> Flyboard. ....	55
<i>Figura 35.</i> Water Hoverboard. ....	56
<i>Figura 36.</i> Flyboard. ....	62
<i>Figura 37.</i> Water Hoverboard. ....	63

## Resumen

La propuesta del estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil provincia del Guayas tiene como finalidad ofrecer una alternativa nueva e innovadora en deportes acuáticos para turistas nacionales y extranjeros con fines de entretenimiento.

Se escogió el cantón General Villamil para la implementación de la propuesta debido a que la investigación de mercado realizada en dicho cantón mostró que tiene gran potencial turístico y una gran aceptación por la población fomentando aún más el tránsito nacional y extranjero.

Las actividades que la empresa prevé ofertar son de gran innovación en el ámbito turístico puesto que Flyboard y Water Hoverboard no se han implementado en el país siendo de gran ventaja por ser la primera empresa que va a ofrecer estos deportes.

Es por esta razón que el servicio aportará más a la afluencia de turistas nacionales e internacionales saliendo beneficiado tanto el cantón como la empresa y también sus habitantes generando más empleos.

**Palabras Claves:** Flyboard, Hoverboard, Innovación, Potencial Turístico, Empresa.

## **Abstract**

The proposed feasibility study for the implementation of a company that offers the practice of Flyboard and Water Hoverboard in General Villamil, Guayas province, aims to provide a new and innovative alternative in water sports for domestic and foreign tourists with entertainment purposes.

General Villamil was chosen for the implementation of the proposal because the market researches showed it has a great tourism potential and a great acceptance by the population promoting domestic and foreign traffic.

The activities that the company expects to offer are great innovating the tourism sector since the top products Flyboard and Water Hoverboard have not been implemented in the country, it has a great advantage being the first company that will offer these sports.

For this reason, the services will provide even more affluence of domestic and international tourists being benefited the county, the company and their population generating more employment.

**Key Words:** Flyboard, Hoverboard, Innovation, Tourism Potential, Company.

## **Introducción**

En la actualidad Ecuador posee innumerables zonas de gran atractivo turístico en donde resalta su diversidad y su cultura. Con esta riqueza natural y cultural el Ecuador se ha destacado por ser un destino verde, según los premios otorgados por Latinoamérica Verde, Ecuador recibió tres premios en tres categorías: Agua, Bosque y Diversidad (Premios Latinoamérica Verde, 2015).

En los World Travel Awards, el país alcanzó 15 reconocimientos donde se posicionó por tercer año consecutivo como destino verde en Latinoamérica, estos premios son considerados como los premios Oscar del turismo (Ministerio de Turismo, 2015). Con los reconocimientos antes mencionados, el Ecuador está siendo reconocido internacionalmente como un destino turístico potencial, lo cual posibilita la entrada de divisas al país, atrayendo a grandes masas mejorando así el turismo.

Con los avances turísticos se debe potenciar más las zonas turísticas con proyectos innovadores donde se busque captar la atención del turista con la finalidad de mejorar la actividad turística en el país. Debido a la necesidad de proyectos innovadores se ha pensado en la implementación de una empresa turística donde se propone efectuar la tendencia acuática de los nuevos deportes Flyboard y Water Hoverboard puesto que estos deportes están clasificados como turismo de aventura con la modalidad de tener contacto con la naturaleza que requiere de esfuerzo y riesgos.

Flyboard y Water Hoverboard son deportes náuticos que requieren de unas botas y una tabla bajo los pies con dos potentes corrientes de agua hacia abajo que permiten hacer todo tipo de piruetas sobre el agua propulsado con un corriente a presión con la ayuda de una moto acuática.

Con esta oportunidad de negocio se ha pensado en implementar la empresa turística en el cantón General Villamil por ser el principal balneario de la provincia del Guayas, se consideró en establecer un tipo de entretenimiento innovador acuático en el cual se pueda aprovechar sus extensas áreas de playa para la realización de deportes náuticos, su clima y sus aguas calmadas son apropiados para dicha actividad acuática.

Se debe destacar que en el país no existe un establecimiento turístico que oferte estos deportes acuáticos, por ello con esta propuesta innovadora se busca mejorar la actividad turística del sector proponiendo este tipo de deporte con el fin de

posicionar al cantón General Villamil como un referente en la actividad deportiva acuática y fomentar los deportes extremos teniendo en cuenta a la población donde se espera mejorar la calidad de vida mediante la actividad turística.

### **Antecedentes**

Por años los deportes acuáticos han ido ganando gran popularidad e importancia en distintas áreas del sector turístico ya que son de gran interés entre jóvenes y adultos por ser de sano esparcimiento y diversión en cualquier época del año. Las hermosas playas de General Villamil en las costas ecuatorianas son de gran afluencia de turistas de todas partes del mundo por su clima cálido, sus bellos paisajes y las diversas actividades y deportes que se pueden realizar.

Con el paso del tiempo las actividades acuáticas han generado mayor importancia e interés en los turistas puesto que el ser humano no ha poseído la facultad instintiva de nadar desde el comienzo de la historia, sino que ésta ha sido adquirida y esencialmente determinada por factores sensorio motores y perceptivo-motores muy elaborados (Da Fonseca, 1996), aunque en etapas iniciales se observen claros indicios de reflejos natatorios. (Cirigliano, 1989).

Este tipo de prácticas, que se suelen tratar como novedosas, han acompañado a la sociedad desde siempre, aunque los estudios e investigaciones sobre los mismos sean recientes. (Moreno & Medrano, 1995).

Ecuador cuenta con diversidad de deportes acuáticos en sus diferentes playas sin ser aún implementado Flyboard y Water Hoverboard, estos deportes cuentan con gran popularidad en el extranjero y son de gran atracción tanto en niños como en adultos realizándose numerosas exhibiciones y campeonatos internacionales con el fin de hacer conocer el deporte y brindar una divertida alternativa tanto a las personas amantes de la adrenalina, la playa y los deportes acuáticos como a las que no lo son, hasta el momento cuenta con gran aceptación y novedad internacional.

Teniendo en consideración todos los atractivos naturales que General Villamil posee se considera un destino ideal para la práctica de Flyboard y Water Hoverboard ya que se estima genere una mayor afluencia de turistas tanto nacionales como extranjeros brindándoles un servicio novedoso y nuevo aportando mayores ingresos al cantón y destacándolo como pionero en el país en ofrecer este tipo de deporte acuático.

La demanda que generan los turistas provoca impactos en el resto de las actividades económicas, es decir, que el gasto que realizan los turistas tiene implicaciones en muchos sectores productivos, puesto que el turismo no es un sector diferenciado sino una demanda que afecta a diferentes sectores (Pedreño, 1996, p. 22).

Flyboard fue creado en el 2011 y Water Hoverboard en el 2014 por el francés Franky Zapata, cabe recalcar que debido a que los deportes fueron creados recientemente no poseen mucha trayectoria, historia e información (Zapata Racing, 2015).

### **Planteamiento del problema**

En la actualidad Ecuador posee un gran territorio costero, sus playas están distribuidas en diferentes zonas predilectas las cuales son visitadas por turistas nacionales y extranjeros.

A 93 km. de Guayaquil se encuentra la cabecera cantonal de General Villamil Playas. Está asentada a 3 m.s.n.m., temperatura promedio de 24°C y su precipitación promedio anual es de 250 mm. El terreno es plano, al norte se levantan cerros de poca altura como Colorado, Verde, Picón y Cantera. Las costas son extensas, al sur se han localizado los más importantes balnearios del cantón. Los principales ríos son el Río de Arena, Moñones, y Tambiche. Entre su principal fuente de riqueza económica está el turismo (Prefectura del Guayas, 2014).

Pero uno de los principales problemas con el que cuenta el cantón es que no se han desarrollado nuevas propuestas de gestión turística, por lo tanto, se está apartando de nuevas tendencias de turismo especialmente de deportes acuáticos, no existen nuevas ideas para ofrecer algo distinto y novedoso por ende los turistas suelen perder el interés, visitar otros lugares en busca de nuevas opciones e innovaciones que llenen sus expectativas y que cuenten con una mejor infraestructura turística. Por esta razón, con algunas opciones de turismo de sol y playa se ha pensado en la implementación de una empresa que ofrezca Flyboard y

Water Hoverboard en el cantón General Villamil, para así mejorar el turismo local en esa zona.

Se pretende convertir al cantón General Villamil en una potencia turística que atraiga diferentes tipos de mercado y sea visto y recordado como un buen lugar en el que se pueda encontrar una empresa que ofrezca nuevas alternativas en deportes acuáticos marcando la diferencia entre otras playas ecuatorianas puesto que sería pionera en ofrecer Flyboard y Water Hoverboard en el país para la práctica de los mismos.

### **Formulación del Problema**

¿Es factible la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil, provincia del Guayas?

### **Justificación del Tema**

La intención del estudio es fomentar el turismo receptivo atrayendo el interés de los turistas con la implementación de actividades de las nuevas tendencias acuáticas como Flyboard y Water Hoverboard, así la población del cantón General Villamil puede beneficiarse de la afluencia de turistas nacionales, extranjeros y a la vez fortalecer la actividad turística en dicho cantón al ofrecer nuevas opciones que llenen las expectativas de los turistas.

Con el tiempo después de numerosas visitas que van comprendidas de generación en generación se ha podido apreciar que aunque General Villamil cuenta con un gran atractivo natural carece de innovación, los jóvenes y adultos que asisten a sus playas no solo van con intención de tomar el sol o de meterse al mar sino de practicar algún deporte por diversión o novedad ya sea con familia o con amigos para así compartir un momento ameno con sus seres queridos. Por este motivo se pensó en este tipo de deporte ya que es de gran interés a nivel internacional aun no implementado en el país.

Según la Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2013) “Senplades” 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.

El turismo como parte de desarrollo en el país busca incrementar las visitas de los turistas beneficiando lucrativamente a la población y a los inversionistas, por lo tanto para ser un punto referente del turismo en el sector en donde se quiere incursionar se deberá de implementar establecimientos turísticos innovadores en donde los turistas quieran visitar para realizar distintas actividades con relación al turismo. Con esta iniciativa se espera una gran inversión en la infraestructura turística ya sea extranjera o nacional siendo esta investigación innovadora el inicio de un potencial turístico en el país.

## **Objetivos**

### **Objetivo General**

Determinar la factibilidad económica y financiera de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard.

### **Objetivos Específicos**

- Definir el perfil del consumidor al que se dirige el producto.
- Desarrollar un plan de marketing con la finalidad de alcanzar el posicionamiento en el mercado.
- Determinar la factibilidad económica y financiera de la propuesta.

# Capítulo 1

## Marcos de la Investigación

### Marco Teórico

De acuerdo con la propuesta el turismo juega un rol importante dentro de la investigación en la cual se lo define como “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” (OMT, 2007).

Según De la Torre (1980) el turismo “es un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos o grupos de personas que, fundamentalmente con motivo de recreación, descanso, cultura o salud, se trasladan de su lugar de residencia habitual a otro, en el que no ejercen ninguna actividad lucrativa ni remunerada, generando múltiples interrelaciones de importancia económica y cultural” (p. 19).

Según Cárdenas (2002) el turismo es “el conjunto de interacciones humanas, como transportes, hospedaje, servicios, diversiones, enseñanza, derivados de los desplazamientos transitorios, temporales o de transeúntes de fuertes núcleos de población con propósitos tan diversos como son múltiples los deseos humanos y que abarcan gamas derivadas de motivaciones” (p. 457).

Por otra parte en la economía la innovación también juega un rol importante puesto que busca mejorar el crecimiento de una empresa o negocio implementando estrategias e ideas que pueden incrementar la rentabilidad y la productividad.

En el ámbito económico el concepto de innovación fue introducido por Schumpeter (1912) en la cual lo determino como el “desarrollo de nuevas combinaciones introducción y mejora de nuevos productos y procesos, cambios organizacionales y nuevas formas de llegar al mercado” (p. 37). Por consiguiente detalló la innovación en cinco categorías: “La introducción de un nuevo bien –esto es, uno con el que no se hayan familiarizado los consumidores –o de una nueva calidad, de un bien” (Schumpeter, 1967, p. 77).

La introducción de un nuevo método de producción , esto es, de uno no probado por la experiencia en la rama de la manufactura de que se trate, que no precisa fundarse en un descubrimiento nuevo desde el punto de vista

científico, y puede consistir simplemente en una forma nueva de manejar comercialmente una mercancía (Schumpeter, 1967, p. 77).

“La apertura de un nuevo mercado, esto es, un mercado en el cual no haya entrado la rama especial de la manufactura del país de que se trate, a pesar de que existiera anteriormente dicho mercado” (Schumpeter, 1967, p. 77).

“La conquista de una nueva fuente de aprovisionamiento de materias primas o de bienes manufacturados, haya o no existido anteriormente como en los demás casos” (Schumpeter, 1967, p. 77).

“La creación de una nueva organización de cualquier industria, como la de una posición de monopolio o bien la anulación de una posición de monopolio existente con anterioridad” (Schumpeter, 1967, p. 77).

Para la realización de las combinaciones anteriores, Schumpeter destaca tres elementos fundamentales: las nuevas empresas, las innovaciones de los medios de producción y la empresa.

Por otra parte en su propuesta de desarrollo económico menciona al empresario innovador como el promotor del desarrollo económico que su función es innovar, definiéndolo como “El ideal y la voluntad de fundar un reino privado, la sensación de poder y de independencia y el gozo creador, de hacer las cosas, o simplemente de ejercitar la energía y el ingenio” (Schumpeter, 1967, p. 102).

También cabe recalcar que propuso una diferenciación entre innovación e invención estipulando que las mismas “carecen de importancia en tanto que no sean puestas en práctica” (Schumpeter, 1967, p. 98). Por consiguiente para el innovador “no es parte de su función la creación o la invención de nuevas posibilidades, pues siempre se hallan presentes, acumuladas por toda clase de pueblos” (Schumpeter, 1967, p. 97).

La innovación es la herramienta específica de los empresarios innovadores; el medio por el cual explotar el cambio como una oportunidad para un negocio diferente. Es la acción de dotar a los recursos con una nueva capacidad de producir riqueza. La innovación crea un recurso. No existe tal cosa hasta que el hombre encuentra la aplicación de algo natural y entonces lo dota de valor económico. (Drucker, 1985, p. 173).

“Innovación es la producción de un nuevo conocimiento tecnológico, diferente de la invención que es la creación de alguna idea científica teórica o concepto que pueda conducir a la innovación cuando se aplica el proceso de producción” (Elster, 1992, p. 141).

El manual de Oslo define la innovación como “la implementación de un nuevo producto mejorado significativamente (bienes o servicios) o proceso, o un nuevo método de comercialización o de un nuevo método organizativo en las prácticas comerciales, locales la organización del trabajo o las relaciones exteriores” (OCDE, European Commission, y Eurostat, 2005, p. 56).

“Innovación es el proceso de integración de la tecnología existente y los inventos para crear o mejorar un producto, un proceso o un sistema. Innovación en un sentido económico consiste en la consolidación de un nuevo producto, proceso mejorado” (Freeman, 1982, p.7).

## **Marco Conceptual**

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” (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” (OMT, 2014).

Turismo de Aventura: “Actividades turísticas que introducen un elemento de dificultad física y en ocasiones entrañan verdadero riesgo” (OMT, 1998).

Oferta Turística: “Es el conjunto de transportes, instalaciones, y servicios disponibles para que sean utilizados por los turistas para desplazarse permanecer, y realizar en el destino todo lo anhelado, de acuerdo con sus necesidades y motivaciones” (Quesada, 2010, p. 136).

Demanda Turística: “Número total de personas que viajan o desean viajar, para disfrutar de facilidades turísticas y de servicios en lugares distintos al lugar de trabajo y de residencia habitual” (Mathieson & Wall, 1982, p. 25).

Recreación: “La recreación social surge de una necesidad, de la complejidad de la vida moderna, para complementar el trabajo. El objetivo es que el individuo

pueda rendir una fructífera jornada de trabajo sin que tenga que agotarse física y moralmente” (Lopategui, 2000, p. 18).

Deporte: “Actividad física donde la persona elabora y manifiesta un conjunto de movimientos o un control voluntario de los movimientos, aprovechando sus características individuales y/o en cooperación con otros” (Castejón, 2001, p. 17).

Flyboard: “Es una placa conectada a una turbina que permite al usuario elevarse sobre el agua, conectado a una moto acuática por una manguera de 18 a 23 metros, alcanzando 12 metros de altura” (Zapata Racing, 2015).

Water Hoverboard: “Es una placa hidráulica accionada, lo que permite al usuario moverse y navegar libremente por encima del agua. Conectado a la turbina de la embarcación a través de una tubería 18 o 23 metros a una velocidad de 40 km/h” (Zapata Racing, 2015).

Empresa: “Entidad que mediante la organización de elementos humanos, materiales, técnicos y financieros proporciona bienes o servicios a cambio de un precio que le permite la reposición de los recursos empleados y la consecución de unos objetivos determinados” (García del Junco & Casanueva, 2001, p. 3).

Innovación: conjunto de acciones que conducen a la introducción con éxito transformando una idea en nuevos productos, servicios o técnicas de gestión y organización (Pavón & Goodman, 1981).

Calidad: Grado de similitud y fiabilidad ha bajo costes adecuado a la necesidad de mercado mejorando el producto o servicio (Deming, 1989).

## **Marco Legal**

### **Ley de Turismo**

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. 5.- Se consideran actividades turísticas las desarrolladas por personas naturales o jurídicas que se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual a una o más de las siguientes actividades:

- a. Alojamiento
- b. Servicio de alimentos y bebidas
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito

- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

## **Reglamento General de la Ley de Turismo**

Art. 43.- definición de las actividades turísticas, literal d establece:

La operación turística comprende las diversas formas de organización de viajes y visitas, mediante modalidades como: Turismo cultural y/o patrimonial, etnoturismo, turismo de aventura y deportivo, ecoturismo, turismo rural, turismo educativo - científico y otros tipos de operación o modalidad que sean aceptados por el Ministerio de Turismo.

Art. 45.- Quien puede ejercer actividades turísticas.- El ejercicio de actividades turísticas podrá ser realizada por cualquier persona natural o jurídica, sean comercial o comunitaria que, cumplidos los requisitos establecidos en la ley y demás normas aplicables y que no se encuentren, en las prohibiciones expresas señaladas en la ley y este reglamento, se dediquen a la prestación remunerada de modo habitual de las actividades turísticas establecidas en el Art. 5 de la Ley de Turismo.

## **Reglamento General de Actividades Turísticas**

Art. 142.- Solicitud de registro.- Las personas naturales o jurídicas para registrarse y clasificarse en el Ministerio de Turismo, deberán presentar la correspondiente solicitud, en el formulario entregado por la Corporación, acompañada de los siguientes documentos:

- a) Copia, certificada de la escritura pública de constitución de la compañía y de aumento de capital o reformas de estatutos, si los hubiere, tratándose de personas jurídicas
- b) Nombramiento del representante legal, debidamente inscrito, de la persona jurídica solicitante
- c) Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual de no encontrarse registrada la razón o denominación social o nombre comercial motivo de la solicitud
- d) Registro Único de Contribuyentes o cédula de ciudadanía o de identidad, según sea la persona natural ecuatoriana o extranjera solicitante.

## **Registro Único de Turismo**

Art. 55.- Requisito previo para la operación.- Para el inicio y ejercicio de las actividades turísticas se requiere además del registro de turismo, la licencia única

anual de funcionamiento, la misma que constituye la autorización legal a los establecimientos dedicados a la prestación de los servicios turísticos, sin la cual no podrán operar, y tendrá vigencia durante el año en que se la otorgue y los sesenta días calendario del año siguiente.

### **Reglamento de Operación Turística de Aventura**

Art. 8.- Requisitos transversales.- Son los requisitos mínimos que deben cumplir de forma obligatoria todas las agencias de viajes operadoras o duales que oferten modalidades turísticas de aventura a nivel nacional, independientemente de la o las modalidades de aventura que oferte. Su incumplimiento no le permitirá a la agencia de viajes operadora o dual registrarse o continuar funcionando, según sea el caso y dará lugar a la aplicación de las sanciones establecidas en la ley. Son requisitos transversales:

- a) Los requisitos básicos
- b) Los requisitos para la comercialización
- c) Los requisitos para la prestación del servicio.

Además, las agencias de viajes operadoras o duales, al momento de su registro deberán declarar bajo juramento que cumplen con todo lo descrito en el presente acuerdo, lo que será sujeto de verificación por parte del Ministerio de Turismo, en cualquier momento.

Art. 9.- Requisitos básicos.- Se refieren a los requisitos mínimos con los cuales una agencia de viajes operadora o dual que desee ofertar modalidades turísticas de aventura, debe contar antes de obtener el registro de turismo y durante su funcionamiento, según corresponda. Son requisitos básicos:

- a) Un local donde se contraten los servicios y se mantenga un mínimo de facilidades que permitan la realización y tratamiento de las reservas y contratación de servicios mediante comunicaciones telefónicas, correo postal y/o electrónico.
- b) Un organigrama básico de funcionamiento y división de responsabilidades cuando el personal sea mayor o igual a tres personas.
- c) Una póliza de responsabilidad civil cuando se ofrezcan modalidades turísticas de aventura, la que deberá incluir a clientes, guía(s) y terceras personas e informar explícitamente las restricciones que imponen la póliza sobre la cobertura, tales como límites de edad, enfermedades pre existentes, equipos u otros.
- d) Plan de operaciones de cada modalidad turística de aventura que oferte.
- e) Manual de operaciones de cada modalidad turística de aventura que oferte.
- f) Plan de gestión de riesgos.

Art. 10.- Requisitos para la comercialización.- Se refieren a los requisitos mínimos que una agencia de viajes operadora o dual debe cumplir para mantener prácticas comerciales responsables y asegurar al usuario la veracidad y claridad en la

información que transmite sobre las modalidades turísticas de aventura que oferta y comercializa. Son los siguientes:

- a. Comprobantes de venta vigente con autorización del Servicio de Rentas Internas.
- b. Información de las modalidades turísticas de aventura que ofrecen, con descripción de la infraestructura, equipamiento y lugares donde se las realiza.
- c. Información clara de los componentes o actividades del producto o servicio ofertado, así como la descripción de las personas a las que este va dirigido y de los niveles de riesgo que la actividad supone.

Art. 11.- Requisitos para la prestación del servicio.- Se refieren a los requisitos mínimos que deben cumplirse para la adecuada atención al turista y para asegurar la prestación de los servicios conforme a la ley. Son los siguientes:

- a. Infraestructura (cuando aplique), equipamiento, accesorios y equipos mínimos para el desarrollo de cada modalidad de aventura, que se describen en el presente Acuerdo, sean estos propios o alquilados y deberán estar en buen estado de funcionamiento acorde a la modalidad que se realiza, ser homologados, cumplir con normas y, estándares internacionales y contar con certificaciones UL, ULC, CE o UIAA y deberán estar acordes al peso, altura y edad del turista que los utilice.
- b. Plan de mantenimiento y reposición de materiales, accesorios, equipos, equipamiento e infraestructura.
- c. Formulario de "Descargo de Responsabilidad y Asunción de Riesgos" como documento habilitante al comprobante de venta.
- d. Medios de transporte apropiados para la operación turística de aventura que cumplan con la regulación de la Agencia Nacional de Tránsito.
- e. Guías especializadas para todas las modalidades turísticas de aventura descritas en el presente Acuerdo, a excepción de la modalidad de surf y modalidades recreaciones en embarcaciones motorizadas donde deberán contar con un instructor especializado y deberán cumplir con lo estipulado a continuación:

Instructores:

- a. Certificación emitida por el Organismo Competente reconocido por el Ministerio de Turismo.
- b. Acreditar cursos de primeros auxilios en condiciones extremas y reanimación cardio-pulmonar (RCP).
- c. Acreditar cursos de capacitación y actualización periódica.

Los guías e instructores de modalidades turísticas de agua y canyoning deben además acreditar cursos de técnicas de rescate en aguas abiertas (si la modalidad se realiza en el mar o sistema lacustre) o aguas rápidas (si la modalidad se realiza en un sistema fluvial), evacuación y supervivencia.

Art. 48.- Documentación para realizar la modalidad.- Los documentos habilitantes definidos por las autoridades competentes para modalidades recreativas en embarcaciones motorizadas, siendo los más importantes pero no únicos los siguientes:

- Zarpe de la embarcación
- Permiso de tráfico.
- Matrícula de la embarcación
- Permiso para la modalidad
- Seguridad y prevención de la contaminación
- Permiso de uso del espacio de playa.

En cuanto al área del mar, la empresa deber obtener el permiso de uso de la playa, el cual está encargado por la Dirección Nacional de Espacios Acuáticos (DIRNEA) en relación con la Municipalidad del cantón General Villamil. Como parte de las instituciones cooperantes, le corresponde normar el buen uso y aprovechamiento de las playas, bahías, esteros y canales; controlando las actividades que pueden generar la contaminación de las aguas costeras y marinas, así como el cumplimiento de los acuerdos internacionales para la preservación de estos cuerpos de agua.

### **Reglamento a la actividad Marítima**

Art. 146.- (Reformado por el D.E. 1069, R.O. 278, 18-III-1998).- La concesión temporal de zonas de playa y/o bahía se concederá, previa solicitud escrita presentada por el interesado, en la que se expresará el uso y el tiempo para el que se desea la concesión.

Art. 147.- (Reformado por el D.E. 1069, R.O. 278, 18-III-1998).- En todo caso de concesión permanente de zonas de playa y/o bahía, la Dirección General de la Marina Mercante archivará por carpetas separadas los documentos correspondientes al trámite.

Asimismo se llevará un registro en el que se anotarán las autorizaciones permanentes de zonas de playa y/o bahía, las que llevarán como número permanente de matrícula, el asignado por orden cronológico de presentación. El modelo y formato del registro será diseñado por la Dirección General de la Marina Mercante.

### **Código Policía Marítima**

De la matrícula de las embarcaciones

Art. 124.- La matrícula de una embarcación es un certificado que el capitán de puerto le confiere y en el cual, mencionando el folio correspondiente, se acredita que aquella ha sido inscrita en los registros de la Marina Mercante Nacional que, para este fin, llevan las capitanías de puerto de la República.

Art. 128.- Para matricular, por primera vez a una embarcación, cualesquiera que sean su porte y clase, el dueño presentará al capitán de puerto los títulos que acrediten su propiedad (escritura de compraventa, adjudicación, donación, etc.); expresará el astillero y año de construcción y demás datos que completen el historial desde su fabricación, o desde los últimos treinta años, caso de que su antigüedad sea mayor de este lapso; si fuere recién construida, un certificado del constructor visado por el capitán de puerto o la autoridad que de conformidad con el Art. 6 haga sus veces, o por el cónsul respectivo, si la nave fuere construida en el extranjero; en este caso, además, certificado de la nacionalidad del dueño y los demás documentos que para nacionalizar una embarcación exige el Código de Comercio. En todos los casos el dueño presentará también tres copias del certificado de clasificación y tres copias del certificado de tasación expedido, según su reglamento, por la Inspección General de Máquinas y Construcciones Navales o por la entidad que legalmente haga sus veces; y si la embarcación es mayor de veinticinco toneladas, constará en el primero que la línea de carga ha sido pintada y cincelada por dicha entidad. Si el capitán de puerto encontrare que el expediente se halla ceñido al reglamento, lo elevará, por el órgano regular, a la autoridad respectiva para los efectos de la concesión de la patente, otorgada la cual, procederá el capitán de puerto a registrar a la embarcación en el libro de matrículas correspondiente, anotando el astillero y año de construcción; sus características: eslora, manga, puntal, tonelaje de registro, aparejo, número de palos y de chimeneas, aguas para las que está en capacidad de navegar; nombre, nacionalidad y residencia del dueño; nombre del capitán o patrón, y la provincia y ciudad de nacimiento o, si es nacionalizado, la fecha en que adoptó la nacionalidad ecuatoriana y el número de años de residencia en el Ecuador.

## **Capítulo 2**

### **Metodología de la Investigación**

#### **Método de la Investigación**

“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, p. 73).

En esta propuesta de negocio se efectuaran procedimientos que puedan enfatizar en la investigación para así poder determinar la viabilidad del negocio, en el cual se utilizará el método deductivo, puesto que "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, p. 76), para esto se realizará el estudio descriptivo.

#### **Enfoque de la Investigación**

Para esta propuesta se empleará un enfoque mixto puesto que es la combinación de los enfoques cuantitativo y cualitativo, en la cual se utilizara encuestas, entrevista para poder observar y evaluar las ideas.

El enfoque cuantitativo “usa la recolección de datos para probar hipótesis, con base en la medición numérica y el análisis estadístico, para establecer patrones de comportamiento y probar teorías” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 4).

Por medio de esta herramienta se puede dar a conocer datos estadísticos, porcentajes que determinan el grado de aceptación a través de encuestas que facilitan el análisis de preferencia que tiene la población.

En cuanto al enfoque cualitativo “utiliza la recolección de datos sin medición numérica para descubrir o afinar preguntas de investigación en el proceso de interpretación” (Hernández, Fernández y Baptista, 2006, p. 7).

Para esto se realizará una entrevista la cual permitirá exponer la opinión sobre el tema obteniendo datos relevantes que ayuda en el proceso de información para la propuesta que se quiere efectuar.

## **Técnica de la Investigación**

Para esta propuesta se implementara dos tipos de investigación: el de campo y el documental.

La investigación documental es “Detectar, obtener y consultar la bibliografía y otros materiales que parten de otros conocimientos y/o informaciones recogidas moderadamente de cualquier realidad, de manera selectiva, de modo que puedan ser útiles para los propósitos del estudio” (Hernández, Fernández y Baptista, 2000, p. 50).

La investigación de campo según Arias (2006) la investigación de campo reside en recoger fundamentos directamente del escenario donde ocurren los hechos sin manipular o controlar variable alguna, de esta forma se consigue información, puesto que permite entender el contorno que se está estudiando.

## **Tipo de Estudio**

Para el desarrollo de la presente investigación se considera el estudio descriptivo.

El estudio descriptivo “busca especificar las propiedades, las características y los perfiles de personas, grupos, comunidades, procesos, objetivos o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis” (Hernández, Fernández y Baptista, 2000, p.85).

Este estudio se lo aplica para conocer los gustos e inclinaciones de los posibles clientes con el fin de saber las preferencias y la aceptación del producto a ofrecer.

## **Diseño de la Investigación**

El diseño de investigación a realizar será no experimental ya que no se planea ningún tipo manipulación ni experimento que envuelva la empresa ni los servicios que va a ofrecer.

## **Universo-Población**

“Llamamos población o universo al conjunto de los elementos que van a ser observados en la realización de un experimento” (Vargas, 1995, p. 34).

El cantón General Villamil conocido como “Playas” tiene una población total de 41.935 habitantes en el área urbana y rural. En el área urbana la población es de 34.409 habitantes, de los cuales 17.356 son hombres y 17.053 son mujeres; en cuanto al área rural de la población es de 7.526 habitantes, de los cuales 3.886 son

hombres y 3.640 son mujeres (INEC, 2010), con respecto a la población nacional y extranjera el número de visitantes asciende por año aproximadamente a 100.000 visitas.

Para la investigación se considerará una población infinita por el número de habitantes y visitantes nacionales y extranjeros dando una población de 141.935.

### **Muestra**

"Es el grupo de individuos que se toma de la población, para estudiar un fenómeno estadístico" (Tamayo & Tamayo, 1997, p. 38).

Para el cálculo de la muestra se aplicará la fórmula de población infinita, por ser una población mayor a 100.000 personas.

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

**Dónde:**

**N:** Tamaño de la muestra

**Z<sup>2</sup>:** Grado de confianza

**U:** Universo

**P:** Probabilidad de éxito

**Q:** Probabilidad de fracaso (1-p)

**E<sup>2</sup>:** Error (entre el 1% y el 5%)

$$n = \frac{(1.96)^2 * 0.50 * 0.50}{(0.05)^2}$$

$$n = \frac{3.8416 * 0.25}{0.0025}$$

$$n = \frac{0.9604}{0.0025} = 384.16 \text{ personas a encuestar}$$

### **Técnicas de recolección de datos**

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, p. 81)

Mediante esta técnica de recolección de datos, se realiza un análisis situacional en el cual se puede constatar las carencias y virtudes que tiene el lugar para poder realizar la investigación, ya que se enfatiza en la observación directa como indirecta.

En la observación directa se realiza un estudio de campo para constatar si el lugar donde se quiere implementar la empresa recibe afluencia de turistas para constatar el turismo local en esa zona.

En cuanto a la observación indirecta, es obtenida mediante recopilación de información ya sea por revistas, artículos, archivos, toda información necesaria para constatar lo que se observó anteriormente.

Entrevista: “Es una conversación seria y profesional que se propone un fin determinado distinto del simple placer de la conversación” (Pacheco, 1999, p. 83).

Para el respaldo de la investigación que se realiza en la propuesta, se debe incluir información acerca de estos deportes puesto que no son muy conocidos en el mercado ecuatoriano, se procederá a realizar entrevistas a personas del lugar para saber si están de acuerdo con la implementación de la empresa y conocer la opinión de los lugareños.

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, p. 88).

Se realizará preguntas estratégicas para conocer la opinión de los turistas y saber si están dispuestos a obtener servicios de la empresa que va a ofertar Flyboard y Water Hoverboard.

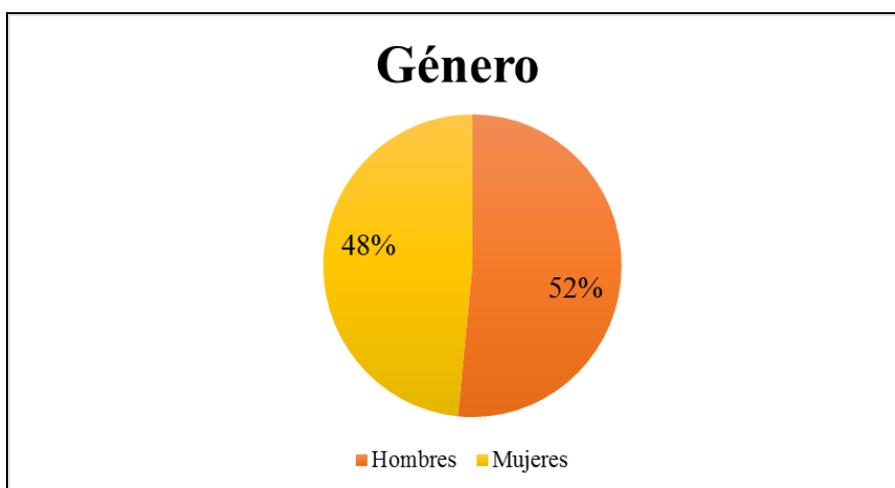
## Presentación de resultados: tablas y gráficos

A través de las encuestas se obtuvieron los siguientes resultados:

Tabla 1

*Género de personas encuestadas*

<b>Género</b>	<b>Frecuencia</b>	<b>Porcentajes</b>
Hombres	198	52%
Mujeres	186	48%
Total	384	100%



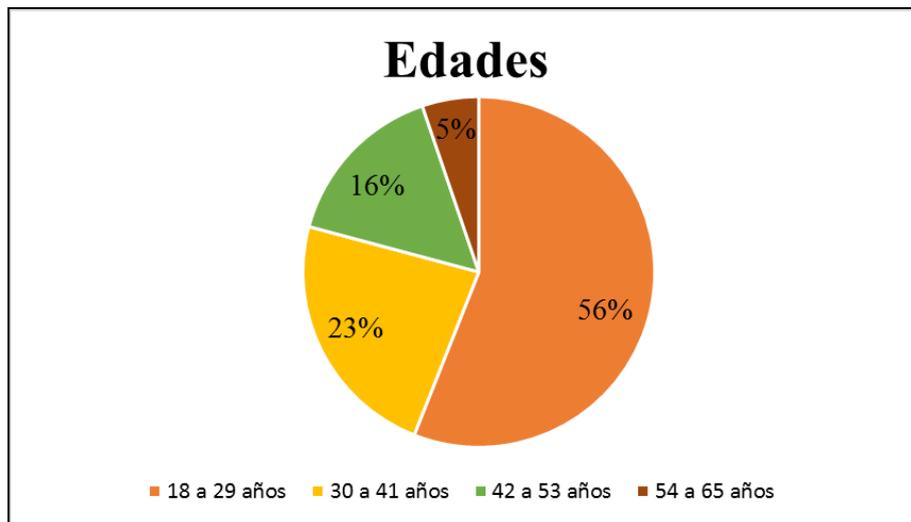
*Figura 1. Género de personas encuestadas*

Para la implementación de la propuesta se realizó 384 encuestas en el cantón General Villamil en la cual se basó en una población infinita obteniendo un resultado de hombres 52% y mujeres 48%.

Tabla 2

*Edades de personas encuestadas*

<b>Edades</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
18 a 29 años	215	56%
30 a 41 años	89	23%
42 a 53 años	60	16%
54 a 65 años	20	5%
Total	384	100%



*Figura 2. Edades de personas encuestadas*

Las encuestas están enfocadas para todo tipo de público, puesto que se quería conocer la opinión de cada segmento de mercado la cual dio como resultado un mayor porcentaje en el rango de 18 a 29 años obteniendo un 56% en el cantón General Villamil.

**Pregunta 1. ¿Con que frecuencia visita el cantón General Villamil?**

Tabla 3

*Preferencia para visitar el cantón General Villamil*

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
Fines de semana	216	56%
Una vez al mes	34	9%
Cada año	26	7%
Solo feriados	48	13%
Vacaciones	60	16%
Total	384	100%

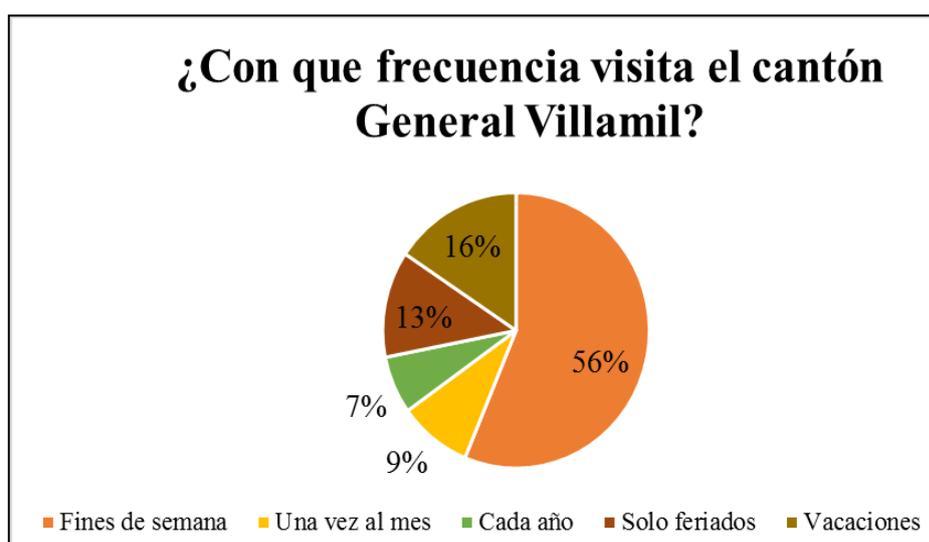


Figura 3. Preferencia para visitar el cantón General Villamil

Las personas al visitar el cantón General Villamil indicaron que preferían los fines de semana que otras ocasiones, en la cual se ubicó con el 56%.

## Pregunta 2. Cuándo visita el cantón General Villamil lo realiza

Tabla 4

*Generalmente viaja*

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
Con familia	166	43%
Con amigos	198	52%
Solo	20	5%
Total	384	100%

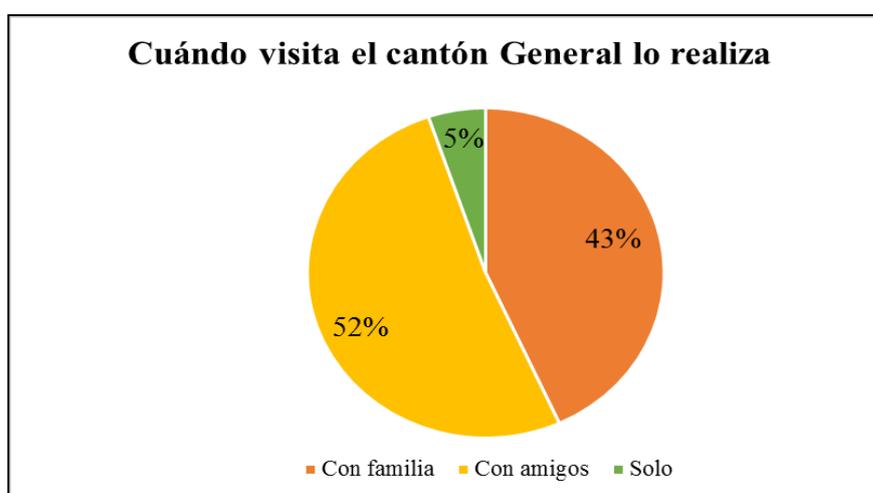


Figura 4. Generalmente viaja

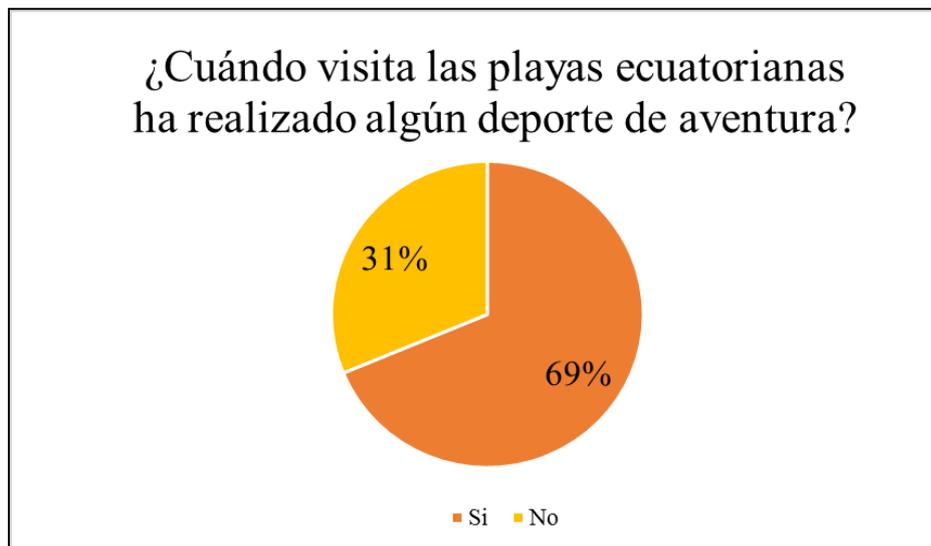
Cuando las personas visitan las playas del cantón General Villamil lo realizan con amigos obteniendo un resultado de 52%, el 43% con la familia y con un 5% solos.

**Pregunta 3. ¿Cuándo visita las playas ecuatorianas ha realizado algún deporte de aventura?**

Tabla 5

*Actividad deportiva*

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	264	69%
No	120	31%
Total	384	100%



*Figura 5. Actividad deportiva*

Las personas que han visitado las playas ecuatorianas alguna vez han practicado deportes acuáticos, el 69% aceptaron haber realizado turismo de aventura, esto quiere decir que el turismo deportivo está creciendo en las playas ecuatorianas.

#### Pregunta 4. ¿Qué tipo de deportes de aventura ha realizado?

Tabla 6

*Tipo de deportes acuáticos*

Detalle	Personas	Porcentajes
Surf	84	22%
Bodyboard	50	13%
Esquí acuático	61	16%
Tabla vela	69	18%
Ninguno	120	31%
Total	384	100%

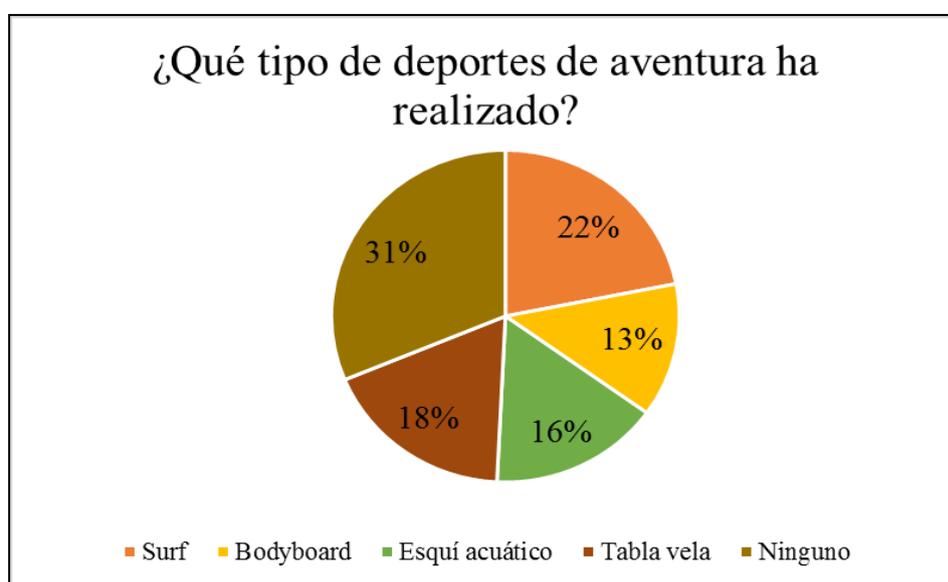


Figura 6. Tipo de deportes acuáticos

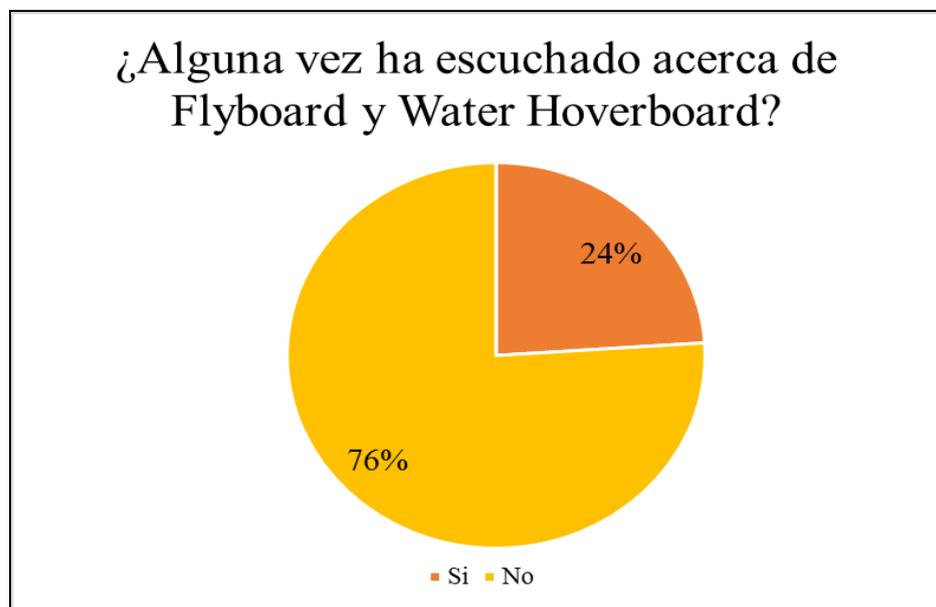
Las personas que han realizado deportes de aventura se ubican con un 69% que están repartidos con el 22% surf, 16% esquí acuático, 13% bodyboard y tabla vela con el 18%, en cuanto a las personas que no han realizado deportes acuáticos se ubican con el 31%.

**Pregunta 5. ¿Alguna vez ha escuchado acerca de Flyboard y Water Hoverboard?**

Tabla 7

*Conocimiento de Flyboard y Water Hoverboard*

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	92	24%
No	292	76%
Total	384	100%



*Figura 7. Conocimiento de Flyboard y Water Hoverboard*

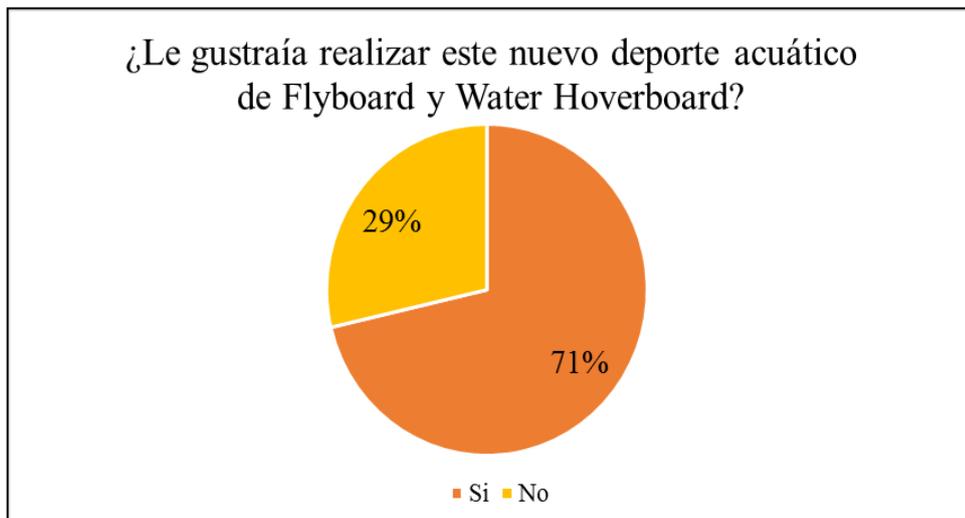
Flyboard y Water Hoverboard son deportes acuáticos nuevos en el mercado ecuatoriano, por esa razón según en las encuestas realizadas en el cantón General Villamil se observa que no conocen mucho sobre estos deportes obteniendo como resultado un 24%.

**Pregunta 6. ¿Le gustaría realizar este nuevo deporte acuático de Flyboard y Water Hoverboard?**

Tabla 8

*Aceptación de nuevos deportes*

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
Si	274	71%
No	110	29%
Total	384	100%



*Figura 8. Aceptación de nuevos deportes*

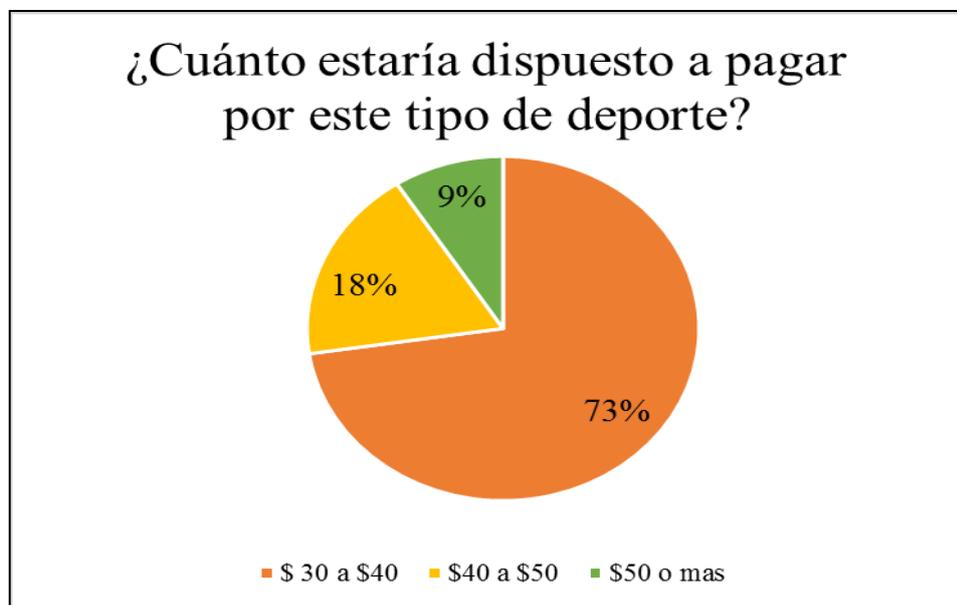
Con los resultados obtenidos se observa la aceptación del público en el cantón General Villamil, la cual obtuvo un 71%, esto quiere decir que se puede implementar la empresa en este cantón puesto que se obtuvo buenos resultados.

**Pregunta 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de deporte?**

Tabla 9

*Precios*

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
\$ 30 a \$40	279	73%
\$40 a \$50	70	18%
\$50 o mas	35	9%
Total	384	100%



*Figura 9. Precios*

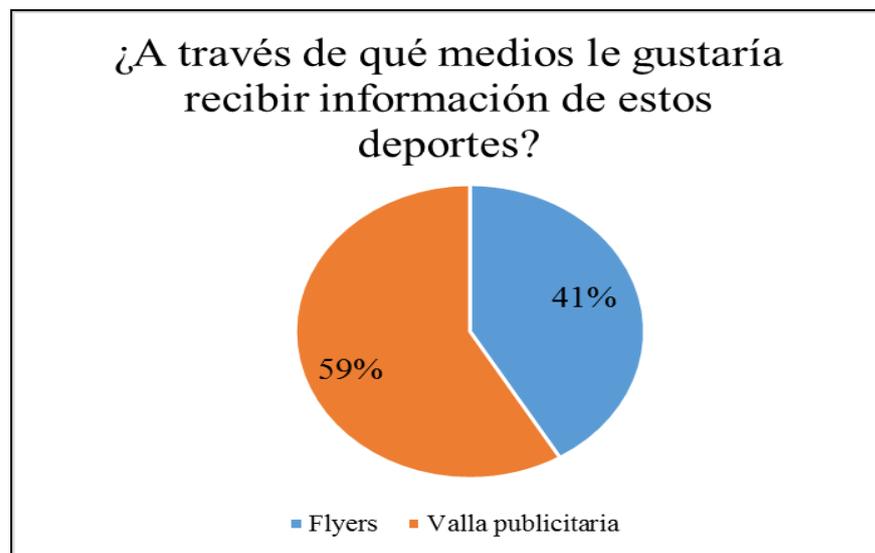
Con las encuestas realizadas en General Villamil las personas expresaron que están dispuestos a pagar en el rango de precios de \$30 a \$40 ubicándose con el 73%.

**Pregunta 8. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información de estos deportes?**

Tabla 10

*Información sobre Flyboard y Water Hoverboard*

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
Flyers	159	41%
Valla publicitaria	225	59%
Total	384	100%



*Figura 10. Información sobre Flyboard y Water Hoverboard*

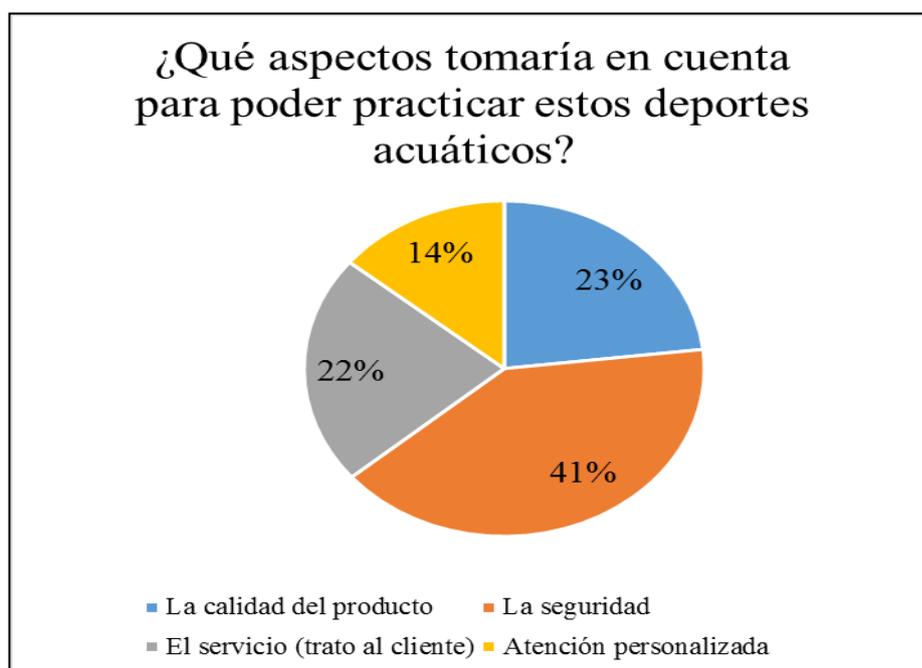
Según las encuestas realizadas las personas prefieren obtener información a través de las vallas publicitarias alcanzando un 59% seguido por un 41% flyers.

**Pregunta 9. ¿Qué aspectos tomaría en cuenta para poder practicar estos deportes acuáticos?**

Tabla 11

*Aspectos importantes para la práctica de estos deportes acuáticos*

<b>Detalle</b>	<b>Personas</b>	<b>Porcentajes</b>
La calidad del producto	89	23%
La seguridad	156	41%
El servicio (trato al cliente)	85	22%
Atención personalizada	54	14%
Total	384	100%



*Figura 11. Aspectos importantes para practicar estos deportes acuáticos*

Según las encuestas realizadas a las personas del cantón General Villamil, el 41% prefieren la seguridad de los equipos, el 23% la calidad del producto, el 22% el servicio y por último el 14% con la atención personalizada. Esto quiere decir que prefieren la seguridad como factor importante a la hora de realizar esta actividad deportiva.

## **Formato de entrevista**

**Entrevista realizada al Director de Turismo del Municipio de General Villamil,  
Ing. William Apolinario.**

**1. ¿Ha escuchado alguna vez acerca del Flyboard y Water Hoverboard?**

No, nunca.

**2. ¿Cómo considera actualmente la situación turística de General Villamil?**

Los últimos meses lo considero un tanto ausente debido al terremoto del 16 de abril y a sus múltiples réplicas, pero dejando a un lado el penoso desastre por el que pasó el país General Villamil ha crecido mucho como destino turístico, se ha renovado y su gente se esfuerza aún más por brindar servicios de calidad para la satisfacción de los turistas tanto nacionales como extranjeros.

**3. ¿Considera usted que General Villamil cuenta con variedad de opciones en deportes acuáticos para el sano esparcimiento de los turistas?**

Sinceramente no en comparación de otras playas del país, si nos enfocamos a deportes acuáticos los turistas generalmente no vienen a General Villamil para la práctica de los mismos, prefieren otras playas donde existe más variedad.

**4. ¿Cree que existan personas dispuestas a practicar esta clase de deporte que aún no se ha implementado en Ecuador?**

Si, los aventureros y por su puesto los que cuenten con las posibilidades de hacerlo ya que como es algo que no se ha implementado aquí y que muy poca gente conoce la curiosidad va a ser grande.

**5. ¿Cree que sería un producto innovador que fomente y promueva aún más la afluencia de turistas?**

Probablemente si, como mencioné anteriormente es un producto nuevo jamás implementado que captaría la atención de la gente.

## **Interpretación y Conclusión:**

En relación a las preguntas realizadas al Director de Turismo de General Villamil se llega a la conclusión de que el cantón atraviesa actualmente un momento complicado en lo que respecta a turismo debido al desastre natural que azotó al país meses atrás, pero en general dejando a un lado la tragedia se necesita más innovación en los servicios de deportes acuáticos puesto que los turistas buscan otras playas que cuentan con más variedad dejando a Villamil descartada con respecto a deportes de gran interés para nacionales y extranjeros.

La idea de los nuevos deportes le llamó mucho la atención aportando que la gente se interesaría y despertaría mucha curiosidad en ellos ya que son deportes que se practican internacionalmente y que por el simple hecho de no estar aún incrementados aquí en el país la gente sentiría atracción por vivir esa experiencia extrema.

General Villamil ha ido mejorando turísticamente con el pasar de los años pero carece de productos nuevos que ofrezcan diversión a los turistas, es por este motivo que la propuesta sería de gran potencial y atractivo para el cantón.

## **Capítulo 3**

### **Estudio de mercado**

#### **Análisis de la industria**

Según Kotler, Bloom y Hayes (2004) determinaron que el estudio de mercado “consiste en reunir, analizar, planificar y comunicar de manera sistemática los datos relevantes para la situación de mercado específica que afronta una organización” (p. 98).

Según Malhotra (1997) el estudio de mercado “describe el tamaño, el poder de compra de los consumidores, la disponibilidad de los distribuidores y perfiles del consumidor” (p. 91).

Según Randall (2003) un estudio de mercado es “la recopilación, el análisis y la presentación de información para ayudar a tomar decisiones y a controlar las acciones de marketing” (p. 120)

En relación a las referencias antes dichas, el estudio de mercado busca realizar un análisis exhaustivo sobre la información obtenida de los posibles clientes.

#### **Análisis de la situación**

##### **Fuerzas de Porter**

El modelo de las fuerzas de Porter analiza los aspectos que componen el entorno del negocio y su grado de rentabilidad, en la cual evalúa los objetivos y recursos frente a estas cinco fuerzas: la amenaza de nuevos competidores, la amenaza de productos o servicios sustitutos, el poder de negociación de los proveedores, el poder de negociación de los compradores, y la rivalidad entre los competidores existentes (Porter, 1980)

##### **Amenaza de nuevos competidores**

La amenaza de entrada en una industria son los nuevos participantes que tratan de utilizar nuevas herramientas para tener acceso a un nuevo mercado, ejerciendo presión en los precios, costos y en el índice de inversión. Esto depende de lo elevadas que sean las barreras de acceso (Porter, 1979).

Enfocando a lo antes mencionado, la amenaza de competidores es baja, porque según estudios realizados, no hay una empresa que ofrezca productos similares a Flyboard y Water hoverboard en el cantón General Villamil puesto que por ser un deporte nuevo y novedoso en el país no existe un riesgo directo, sin

embargo esto no quiere decir que a futuro no se establezcan empresas con productos semejantes, puesto que por ser algo novedoso se establecerá ciertos niveles de dificultad para los nuevos competidores.

### **Amenaza de productos o servicios sustitutivos**

Según Porter “un sustituto realiza una función idéntica o similar a la del producto de una industria, pero de distinta manera” (2009 p. 47). Para esta propuesta de negocio la amenaza de productos o servicios sustitutos es media, puesto que en el Ecuador no se ha implementado este tipo de deporte pero existen otra variedad de deportes extremos como kayak, bodyboard y esquí acuático.

### **Poder de negociación de los proveedores**

Según Porter (2009) determino que “los proveedores influyentes acaparan más valor para sí mismo al cobrar un precio elevado, limitando la calidad o los servicios al traspasar sus costes a los participantes de la industria” (p. 43).

Para esta investigación el poder de negociación de los proveedores, el riesgo es alto puesto que por ser una empresa nueva que se dedica a ofrecer productos acuáticos que solo se obtienen desde el extranjero, dependerá de cómo se maneje los contratos comerciales entre el proveedor y la empresa interesada. En este caso el proveedor para esta propuesta será un distribuidor oficial ubicado en Chile con extensión de la marca Zapata Racing creadora de los productos Flyboard y Water Hoverboard con el cual se efectuaran acuerdos comerciales sobre la mercancía, la forma de envío y entrega del producto a precios convenientes, puesto que por ser la única fuente más cercana de estos productos será más fácil adquirirlos en Latinoamérica pero aun así se correrá el riesgo de pagar un valor elevado que el precio ordinario debido a que se requerirá de sus servicios para el funcionamiento de la empresa.

### **Poder de negociación de los compradores**

Según Porter (2009) determino que “los clientes influyentes pueden acaparar más valor al forzar precios a la baja, exigiendo mejor calidad o más prestaciones (lo cual hace subir los costes) y enfrentando en general a los distintos participantes en una industria” (p. 44).

El riesgo de negociación con los clientes es bajo, puesto que por ser una empresa novedosa que requiere de importación de los productos y otros aspectos que suman como la calidad, la seguridad y el personal especializado, los futuros clientes no tendrán más opciones para adquirir este tipo de servicio que por medio de esta

empresa siendo la primera y única en ofertarlo adquiriéndolo al valor que se ha establecido.

### **La rivalidad entre los competidores existentes**

Según Porter (2009) determino que “la rivalidad entre competidores existentes adopta muchas formas conocidas, entre las cuales se incluyen los descuentos en los precios, nuevas mejoras en el producto, campañas de publicidad y mejoras en el servicio” (p. 48).

La fuerza de rivalidad entre los competidores existentes es baja, puesto que no hay empresa en el país que ofrezca este tipo de deporte novedoso y nuevo para el público que provoque todo tipo de emociones mientras se disfruta de un momento ameno en la playa en compañía de familiares y amigos.

### **Análisis P.E.S.T.A.**

Es un análisis del macro entorno que consiste en examinar el impacto de los factores externos que están fuera de control, pero pueden afectar el desarrollo futuro de la empresa y esos factores son: político, económico, social, tecnológico y ambiental (Martínez & Milla, 2012).

### **Factores Políticos**

El estado ecuatoriano está conformado por cinco poderes estatales: el Poder Ejecutivo, el Poder Legislativo, el Poder Judicial, el Poder Electoral y el Poder de Transparencia y Control Social.

El actual gobierno ecuatoriano está delegado por el Econ. Rafael Correa desde el 2007 hasta la presente fecha, siendo electo por tercera ocasión. En su mandato ha impulsado el desarrollo del buen vivir, transformando la equidad, el desempleo y la pobreza.

En el ámbito turístico el gobierno se ha preocupado por mejorar y promocionar el turismo a nivel nacional e internacional con su campaña All you need is Ecuador, la cual es liderada por el Ministerio de Turismo, esta campaña fue lanzada el 1 de abril y se activó simultáneamente en 19 ciudades del mundo, 7 de ellas de Ecuador con miras para posicionar al país como destino turístico de clase mundial (Ministerio de Turismo, 2014).

El objetivo del Ecuador es impactar como destino turístico con su campaña All You Need Is Ecuador la cual cumplió con su cometido puesto que se estima que unos 450 millones de personas recibieron el mensaje y algo más importante que

hasta el mes de diciembre arribaron al país 1'500.241 turistas extranjeros, marcando una cifra alta de visitantes en el Ecuador (Ministerio de Turismo, 2014).

Para inicios del año 2015 Ecuador registró un aumento del 6,4% en comparación con el 2014 recibiendo 416,037 visitantes en los primeros meses del presente año (Ministerio de Turismo, 2015).

Con estos resultados se puede resaltar el gran apoyo del gobierno junto con el Ministerio de Turismo que trabajan para mejorar el turismo del país, dando oportunidad a nuevas y futuras empresas.

### **Factor Económico**

A pesar de los esfuerzos que se realizaba en el Ecuador, en el 2014 empezó a caer paulatinamente el precio del petróleo siendo este la primera fuente de riqueza del país, antes de este acontecimiento el Ecuador empezó a emergerse en otros ámbitos económicos promoviendo el turismo en el país, convirtiéndolo en uno de los principales ingresos no petroleros.

El turismo en el país se ha incrementado satisfactoriamente gracias a la promoción acertada del Ministerio de Turismo con su campaña All you need is Ecuador y su actual campaña denominada Feel Again que es la segunda parte de la propuesta antes mencionada, puesto que tuvo mucha aceptación internacional atrayendo consigo visitantes de diferentes países alcanzando un 1.560,429 turistas provenientes de Colombia 23,64%, Estados Unidos 16,66% y Perú 11,27%, entre otros (Ministerio de Turismo, 2015).

Según el Ministerio de Turismo (2015) expresa que “Los ingresos económicos por turismo han pasado de 492.2 millones de dólares en 2007 a un estimado de 1.691,2 millones de dólares en 2015, lo que representaría un crecimiento promedio anual del 13%.”

Debido a la gran aceptación turística, Ecuador se ha propuesto a mejorar la calidad del servicio fortaleciendo la promoción interna y externa dando paso a nuevas inversiones turísticas, estas acciones son realizadas para promover el turismo como la primera actividad económica no petrolera que genere ingresos en el país.

Después de una lucha constante en busca de mejoras para el país se vio envuelto en grandes dificultades tales como: la deuda externa, el desempleo, la salud, la migración, la pobreza, la educación, entre otros aspectos que afectan al país.

La inflación en el Ecuador es otro acontecimiento que no permite el desarrollo de la economía provocando un desequilibrio entre la producción y la demanda, a pesar de esta problemática en el país se ha tomado medidas para detener el crecimiento paulatino de la inflación.

Tabla 12

*Inflación Anual*

<b>FECHA</b>	<b>VALOR</b>
Diciembre-31-2015	3.38 %
Noviembre-30-2015	3.40 %
Octubre-31-2015	3.48 %
Septiembre-30-2015	3.78 %
Agosto-31-2015	4.14 %
Julio-31-2015	4.36 %
Junio-30-2015	4.87 %
Mayo-31-2015	4.55 %
Abril-30-2015	4.32 %
Marzo-31-2015	3.76 %
Febrero-28-2015	4.05 %
Enero-31-2015	3.53 %

*Nota:* Tomado de “Inflación anual mayo 2016/ mayo 2015”, por Banco Central del Ecuador (BCE), 2016. Recuperado de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)

Con respecto al Producto Interno Bruto el Ecuador ha tenido diversos cambios durante los periodos anuales del crecimiento del PIB, puesto que suele crecer y a decrecer descartando una estabilidad continua.

Los años de mayor crecimiento se registraron en el 2004, 2008 y 2011 con unas tasas de crecimiento de 8,21%, 6,39% y 7,87% a comparación de los años decrecientes 2003, 2007 y 2009 con tasa de 2,72%, 2,19% y 0,57%.

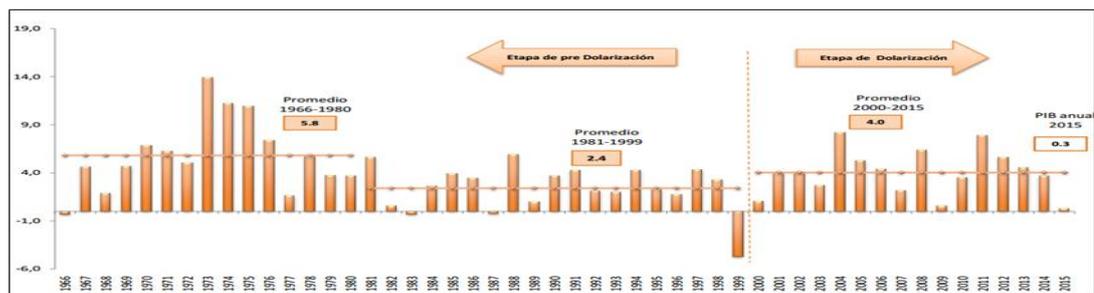


Figura 12. Producto Interno Bruto. Tasa de Variación 1966-2015. Tomado de “Estadísticas Macroeconómicas Presentación Estructural”, por Banco Central del Ecuador (BCE), 2016. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacroEstruc2016.pdf>

Según el Fondo Monetario Internacional (FMI) expreso que la economía ecuatoriana caerá el - 4,5% este 2016 y - 4,3 en el 2017, dando a entender que sufrirá una perdida competitiva (Universo, 2016).

	Average 1998-2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	Projections		
										2016	2017	2021
<b>Latin America and the Caribbean</b>	<b>3.1</b>	<b>3.9</b>	<b>-1.2</b>	<b>6.1</b>	<b>4.9</b>	<b>3.2</b>	<b>3.0</b>	<b>1.3</b>	<b>-0.1</b>	<b>-0.5</b>	<b>1.5</b>	<b>2.8</b>
Antigua and Barbuda	4.6	1.5	-10.7	-8.5	-1.9	3.6	1.5	4.2	2.2	2.0	2.4	2.7
Argentina <sup>5</sup>	2.5	3.1	0.1	9.5	8.4	0.8	2.9	0.5	1.2	-1.0	2.8	2.9
The Bahamas	2.8	-2.3	-4.2	1.5	0.6	2.2	0.0	1.0	0.5	1.5	1.5	1.5
Barbados	2.2	0.4	-4.0	0.3	0.8	0.3	0.0	0.2	0.5	2.1	2.3	2.0
Belize	5.7	3.2	0.7	3.3	2.1	3.8	1.5	3.6	1.5	2.5	2.7	2.0
Bolivia	3.3	6.1	3.4	4.1	5.2	5.1	6.8	5.5	4.8	3.8	3.5	3.5
Brazil	3.0	5.1	-0.1	7.5	3.9	1.9	3.0	0.1	-3.8	-3.8	0.0	2.0
Chile	4.0	3.2	-1.1	5.7	5.8	5.5	4.0	1.8	2.1	1.5	2.1	3.4
Colombia	3.1	3.5	1.7	4.0	6.6	4.0	4.9	4.4	3.1	2.5	3.0	4.0
Costa Rica	5.5	2.7	-1.0	5.0	4.5	5.2	1.8	3.0	3.7	4.2	4.2	4.0
Dominica	2.4	7.1	-1.2	0.7	-0.1	-1.3	0.6	3.9	-4.3	4.9	3.5	1.7
Dominican Republic	5.6	3.1	0.9	8.3	2.8	2.6	4.8	7.3	7.0	5.4	4.5	4.5
Ecuador	3.0	6.4	0.6	3.5	7.9	5.6	4.6	3.7	0.0	-4.5	-4.3	1.0

Figura 13. Emerging Market and Developing Economies : Real GDP. Tomado de “World Economic Outlook: Too Slow for Too Long”, por International Monetary Fund, 2016. Recuperado de <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/pdf/text.pdf>

Por otra parte según los datos publicados por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) registro en el mes de marzo de 2016, la tasa nacional de desempleo con un 5,7% dando un incremento de 1,9 puntos porcentuales a comparación del año anterior en el mismo periodo con un 3,8%. A nivel urbano se registra un incremento de 2,5 p.p.; a nivel rural la variación anual no significativa es de 0,5 p.p. (2016).

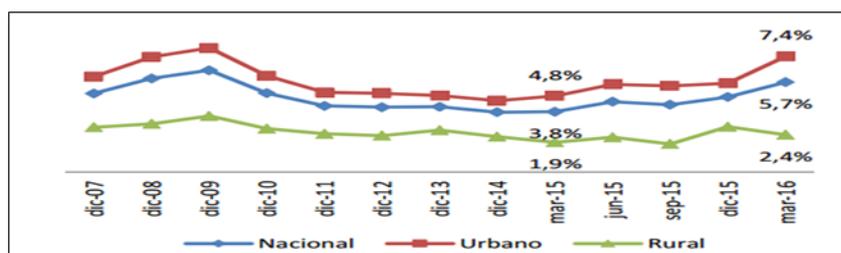


Figura 14. Tasa de desempleo a nivel nacional, urbano y rural 2007-2016. Tomado de “Reporte de Economía Laboral”, por Instituto Nacional de estadística y Censos (INEC), 2016. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Según el análisis realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) observo que el desempleo gestionado por la persona, es mayor el desempleo abierto que el oculto. En marzo de 2016, el 4,9% de la PEA a nivel nacional estaba buscando activamente un trabajo; y sólo el 0,8% estaba en condiciones de desempleo sin realizar ninguna acción de búsqueda. (2016)

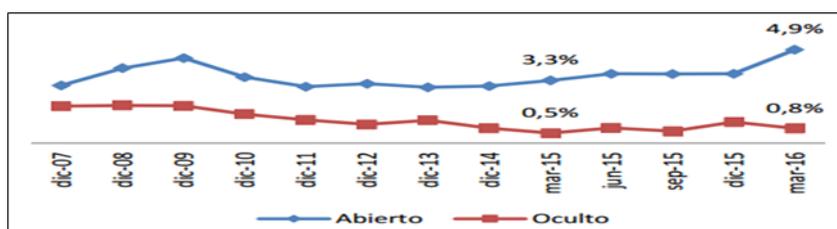


Figura 15. Tasa de desempleo por tipo de gestión a nivel nacional, 2007-2016. Tomado de “Reporte de Economía Laboral”, por Instituto Nacional de estadística y Censos (INEC), 2016. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

Según el análisis realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) observo durante el mismo periodo el desempleo por género obteniendo la tasa de desempleo para las mujeres de un 7,4% en la PEA mientras que los hombres con un 4,4% en situación de desempleo (2016).

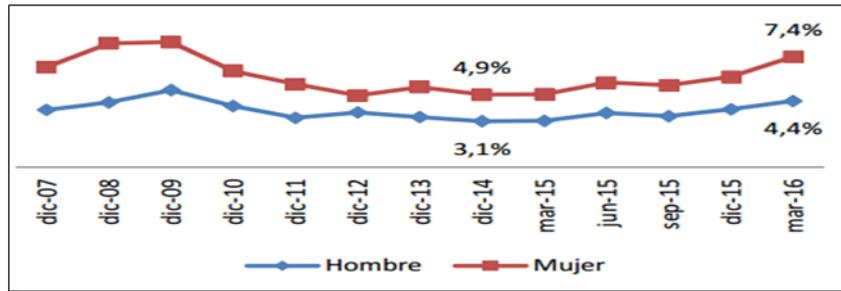


Figura 16. Tasa de desempleo por sexo a nivel nacional, 2007-2016. Tomado de “Reporte de Economía Laboral”, por Instituto Nacional de estadística y Censos (INEC), 2016. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe_economia_laboral-mar16.pdf)

### Factores Sociales

En un análisis entre 2006 y 2014, el crecimiento del PIB se hace notorio puesto que se estipula un crecimiento paulatino entre esos años obteniendo así un promedio de 4,6%, esto se debió gracias a los altos precios del petróleo y por flujos de financiamiento externo. Con la oportunidad de crecimiento el Ecuador realizó importantes inversiones a nivel social abasteciendo los sectores de servicio público tales como el de energía y el de transporte (Banco Mundial, 2006).

En ese mismo periodo el índice de pobreza a nivel nacional disminuyó de un 37,6% a un 22,5%. El coeficiente de desigualdad de Gini se redujo de un 0.54 a un 0.47, beneficiando en mayor parte a los más pobres (Banco Mundial, 2016).

A pesar de los logros efectuados en ese periodo, el Ecuador entro en grandes riesgos, puesto que con la caída del precio del petróleo, por la falta de fuentes de financiamiento y por la apreciación del dólar, el índice de pobreza aumento de un 22,5% en 2014 a un 23,3% en 2015 (Banco Mundial, 2016).

En la actualidad un estudio realizado por el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) a través de la Encuesta Nacional de Empleo, Desempleo y Subempleo (ENEMDU) registró que la pobreza a nivel nacional en el 2016 del mes de marzo se ubicó en 25,35% en comparación del año anterior en el mismo periodo con un 24,12% obteniendo una variación de 1,23 puntos porcentuales.

En ese mismo periodo, la pobreza a nivel rural cambio de 43,35% en 2015 en comparación del 2016 con un 43,96% obteniendo una variación de 0,61 puntos porcentuales. La pobreza urbana en marzo de 2016 fue de 16,63%, mientras que el año pasado se ubicó en 15,07%, una variación de 1,56 puntos porcentuales (INEC, 2016).

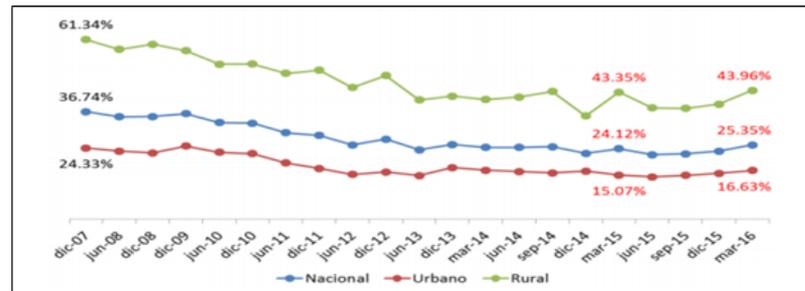


Figura 17. Evolución de la pobreza. Tomado de “Reporte de Pobreza”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2016. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Marzo\\_2016/Informe%20pobreza-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Marzo_2016/Informe%20pobreza-mar16.pdf)

En cuanto a la tasa de analfabetismo se redujo de 0,9% a 6,8% entre 2001 y 2010 (INEC, 2010)

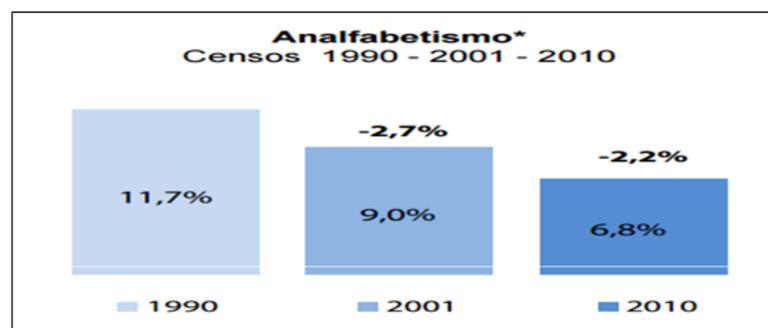


Figura 18. Tasa de analfabetismo. Tomado de “El Censo informa: Educación”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2010. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/descargas/Presentaciones/capitulo\\_educacion\\_censo\\_poblacion\\_vivienda.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wpcontent/descargas/Presentaciones/capitulo_educacion_censo_poblacion_vivienda.pdf)

## Factores Tecnológicos

Ecuador se ubicó en el puesto 81 frente a 157 países en el ranking del índice de Tecnología de Información y Comunicación (TIC) en 2012 publicado en el 2013 por la Oficina de las Naciones Unidas para las Telecomunicaciones (UIT), escalando dos puestos respecto al 2011 que ocupó el casillero 83 (Universo, 2014).

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censos (INEC) determinó que la población en sus hogares el 18,1% tiene al menos un computador portátil mientras el 27,5% tienen computador de escritorio.

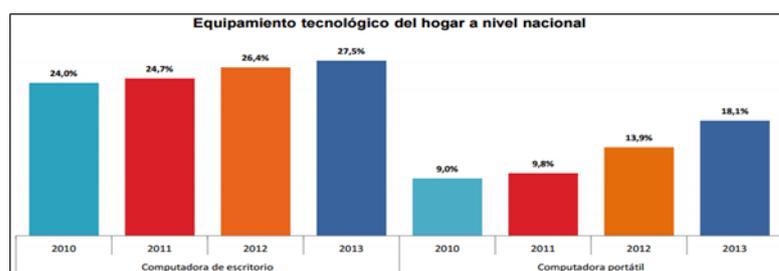


Figura 19. Equipamiento tecnológico del hogar a nivel nacional. Tomado de “Tecnologías de la Información y Comunicaciones”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2013. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)

En los hogares ecuatorianos el 86,4% tiene al menos un teléfono celular, obteniendo 36,7 puntos más que lo registrado en el 2010.

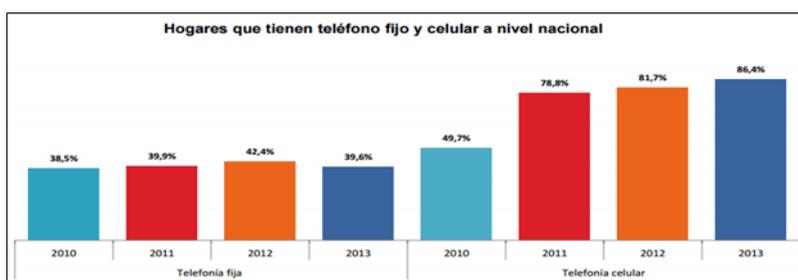
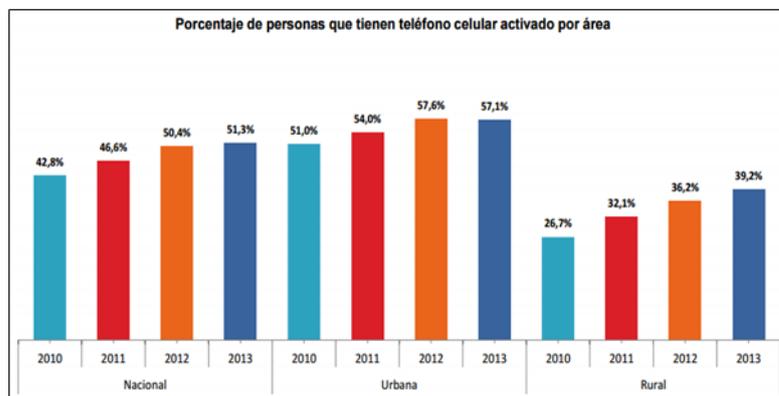


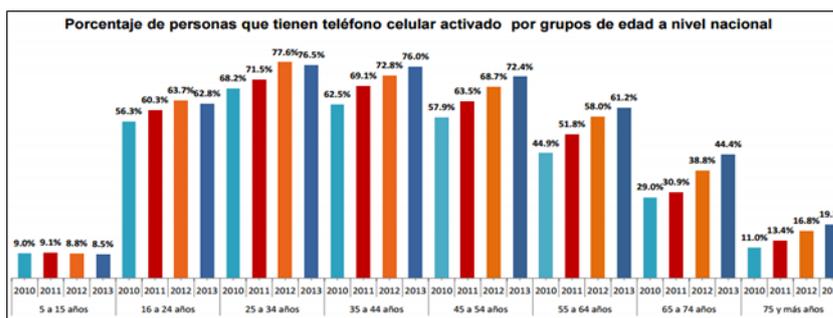
Figura 20. Hogares que tienen teléfono fijo y celular a nivel nacional. Tomado de “Tecnologías de la Información y Comunicaciones”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2013. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)

El 51,3% de la población ecuatoriana en 2013 tiene al menos un celular activado, 8,5 puntos más que lo registrado en el 2010. El área urbana 57,1% de la población tiene celular y en el área rural 39,2%.



*Figura 21.* Porcentaje de personas que tienen teléfono celular activado por área. Tomado de “Tecnologías de la Información y Comunicaciones”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2013. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)

El rango de edad con mayor uso de teléfono celular activado se encuentra entre 25 y 34 años, obteniendo el 76,5%, seguido por el otro rango de edad de 35 a 44 años con el 76,0%.



*Figura 22.* Porcentaje de personas que tienen teléfono celular activado por edad. Tomado de “Tecnologías de la Información y Comunicaciones”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2013. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)

El promedio nacional de los hogares que tienen acceso a internet es de 28,3%, obteniendo 16,5 puntos más que en el 2010. En el nivel urbano el crecimiento es de 20,3 puntos y el rural de 7,8 puntos.

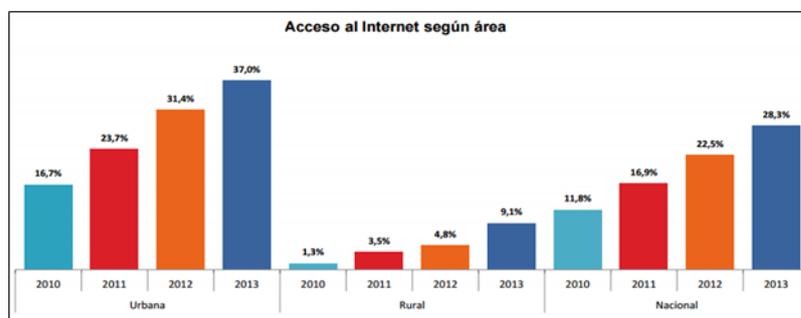


Figura 23. Acceso al internet según área. Tomado de “Tecnologías de la Información y Comunicaciones”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2013. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)

Los hogares que tienen acceso a Internet corresponden a un 28,3% y de ellos el 43,7% accede a través de modem o teléfono, 9,8 puntos menos que en 2012.

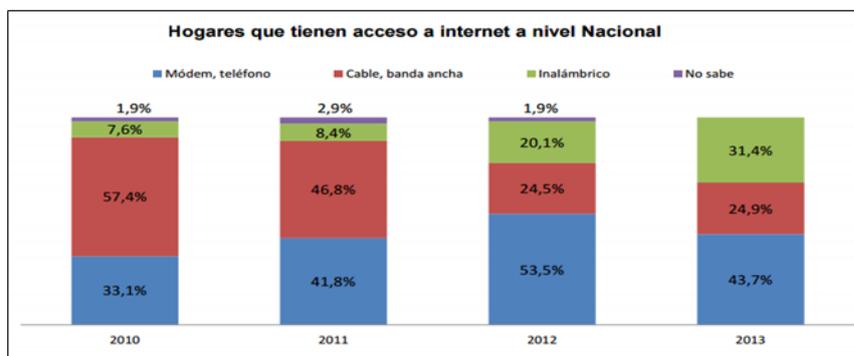


Figura 24. Hogares que tienen acceso a internet a nivel nacional. Tomado de “Tecnologías de la Información y Comunicaciones”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2013. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)

Las personas que poseen un celular inteligente (Smartphone) corresponden al 16,9%, en comparación del 8,4% en 2011.

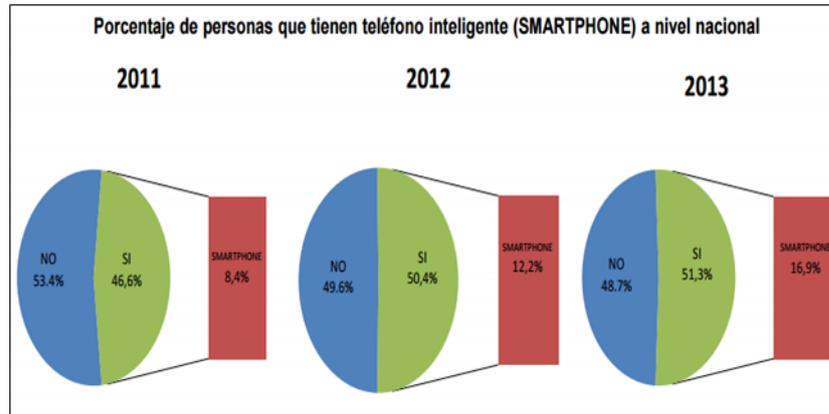


Figura 25. Porcentaje de personas que tienen teléfonos inteligentes. Tomado de “Tecnologías de la Información y Comunicaciones”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2013. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)

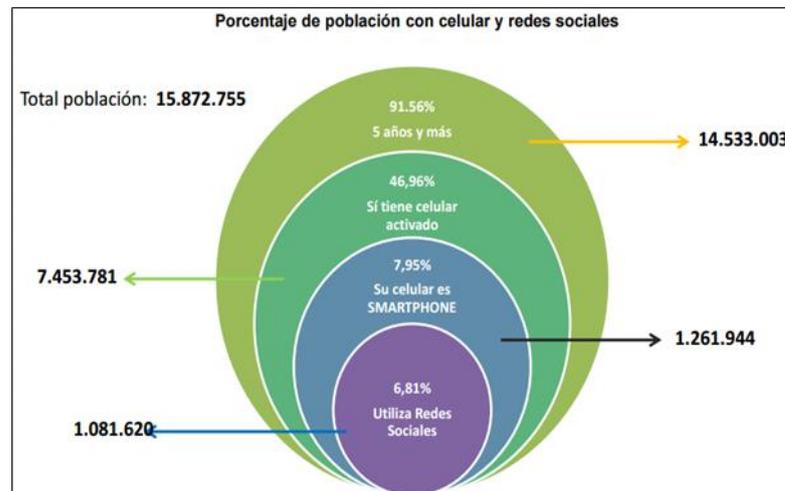


Figura 26. Porcentaje de población con celular y redes sociales. Tomado de “Tecnologías de la Información y Comunicaciones”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2013. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf)

## Factores Ambientales

Ecuador es un país mega diverso cuyos problemas ambientales se van desencadenando en la mala conserva de la naturaleza, la explotación indebida de algunos recursos naturales, la contaminación, la deforestación, entre otras. Debido al mal uso de los recursos naturales propios del país el gobierno estableció leyes para mejorar el cuidado en el medio ambiente, en lo cual lo estipula en los siguientes artículos:

**Art. 14.-** Se reconoce el derecho de la población a vivir en un ambiente sano y ecológicamente equilibrado, que garantice la sostenibilidad y el buen vivir, *sumak kawsay*. Se declara de interés público la preservación del ambiente, la conservación de los ecosistemas, la biodiversidad y la integridad del patrimonio genético del país, la prevención del daño ambiental y la recuperación de los espacios naturales degradados (Constitución del Ecuador, 2012, p. 24).

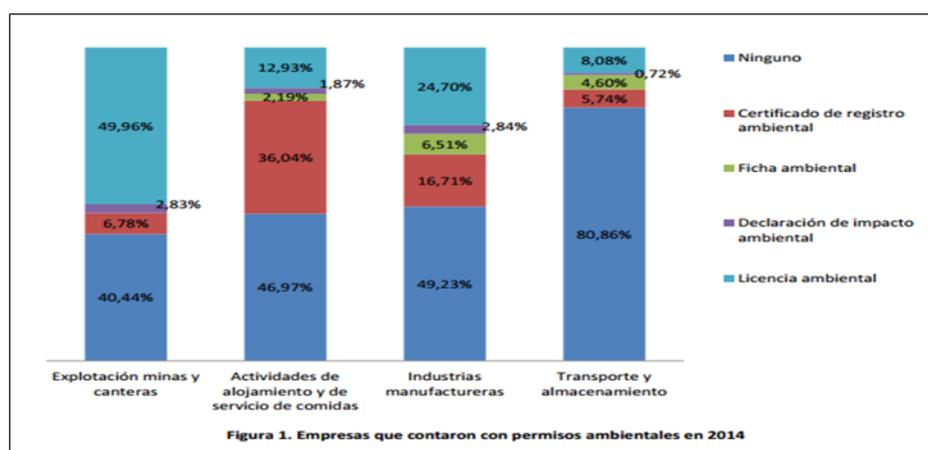


Figura 27. Empresas que contaron con permisos ambientales 2014. Tomado de “Encuesta de información ambiental económica en empresas”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2014. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/EMPRESAS/Empresas\\_2014/Documento\\_tecnico\\_de\\_EIAEE\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/EMPRESAS/Empresas_2014/Documento_tecnico_de_EIAEE_2014.pdf)

**Art. 15.-** El Estado promoverá, en el sector público y privado, el uso de tecnologías ambientalmente limpias y de energías alternativas no contaminantes y de bajo impacto. La soberanía energética no se alcanzará en detrimento de la soberanía alimentaria, ni afectará el derecho al agua. Se prohíbe el desarrollo, producción, tenencia, comercialización, importación, transporte, almacenamiento y uso de armas químicas, biológicas y nucleares, de contaminantes orgánicos persistentes altamente tóxicos, agroquímicos internacionalmente prohibidos, y las tecnologías y agentes biológicos experimentales nocivos y organismos genéticamente modificados perjudiciales para la salud humana o que atenten contra la soberanía alimentaria o los ecosistemas, así como la introducción de residuos nucleares y desechos tóxicos al territorio nacional (Constitución del Ecuador, 2012, p. 24).

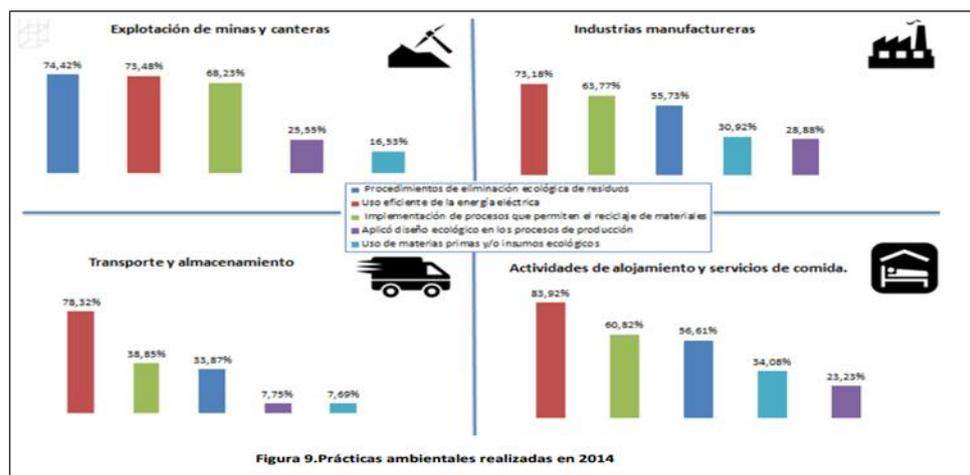


Figura 28. Prácticas ambientales realizadas 2014. Tomado de “Encuesta de información ambiental económica en empresas”, por Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), 2014. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/EMPRESAS/ Empresas\\_2014/Documento\\_tecnico\\_de\\_EIAEE\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/EMPRESAS/ Empresas_2014/Documento_tecnico_de_EIAEE_2014.pdf)

## **Oferta del mercado**

General Villamil posee una gran cantidad de atractivos no solo naturales sino también gastronómicos, culturales, de producción y hoteleros.

Sus hermosas playas son de gran afluencia turística siendo también objeto de las actividades pesqueras del cantón puesto que esta es una actividad que también genera ingresos y satisfacción a los turistas, algunos no solo degustan de las playas sino que también buscan lugares donde se fomenta el comercio de productos del mar. La gastronomía de General Villamil se destaca por sus mariscos frescos y la deliciosa sazón que los identifica, son de gran demanda sus deliciosos ceviches, el pescado frito y el arroz a base de una gran cantidad de mariscos variados.

General Villamil es de fácil acceso puesto que todas sus carreteras se encuentran en perfectas condiciones, en los alrededores del cantón se pueden encontrar a personas nativas que venden artesanías y recuerdos propios del mismo. Las festividades son en su mayoría realizadas por las personas propias del cantón al pie de la playa debido a sus creencias con excepción de la festividad por cantonización.

Analizando la oferta de mercado del cantón, existen diversos deportes acuáticos como kayak, esquí acuático y bodyboard pero no hay en ninguno de sus rincones el producto a ofrecer de esta investigación, ni similar ni con características parecidas por lo tanto se reitera que los deportes serian pioneros tanto en General Villamil como en el país.

## **Demanda del mercado**

En el cantón General Villamil no existen datos específicos de los tipos de visitantes que llegan al cantón, puesto que no se ha realizado un estudio exhaustivo en la zona.

Por consiguiente los reportes de entrada de la antes mencionada Comisión de Tránsito del Guayas que ahora fue nombrada como la Comisión de Transito del Ecuador sirvieron como referente para la identificación de los visitantes que ingresaron al cantón General Villamil, en la cual se registraron buses de cooperativa, transportes urbanos (Tours), carros particulares y otros tipos de movilización.

En el cantón General Villamil el ingreso estimado de entrada es de hasta 300 buses en feriados y 150 buses en los fines de semana. Se estima también que en el periodo de carnaval este número sobrepasa la capacidad de carga en la zona causando congestionamiento de tráfico vial, puesto que solo cuenta con 7

parqueaderos autorizados lo cual resulta insuficiente. Durante este mismo periodo en el año 2006 se registró un ingreso de 850 buses en el cantón colapsando la capacidad turística del lugar (Evaluación Ambiental Estratégica del Turismo Costero, 2006).

La demanda turística de este cantón está compuesta por su mayoría visitantes nacionales provenientes de la ciudad de Guayaquil estableciendo un 80%, según la Comisión de Tránsito del Guayas en el 2001 registró el ingreso de 636.768 personas que abordaron por las vías Guayaquil-Villamil entre los meses de enero-abril los fines de semana (Evaluación Ambiental Estratégica del Turismo Costero, 2006).

Se puede concluir que en base a los estudios realizados la demanda es mayor que la oferta en feriados y fines de semana puesto que en esos días en especial existe aglomeración de personas provocando un déficit de infraestructura y movilización turística.

### **Estudio Organizacional**

#### **Razón Social**

“Villamil Xtreme S.A.” es el nombre escogido para la empresa que ofrecerá Flyboard y Water Hoverboard.

#### **Objetivo Social**

Ofrecer productos para la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil.

#### **Logo**



Figura 29. Logo de la empresa Villamil Xtreme S.A.

#### **Slogan**

“Si lo tuyo es el mar, ven y disfruta en Villamil Xtreme”.

#### **Misión**

Ofrecer a los clientes una experiencia inolvidable, brindando un servicio de calidad posicionando a Flyboard y Water Hoverboard como productos estrella en el país.

## **Visión**

Ser una empresa confiable y líder en el mercado deportivo acuático atrayendo el turismo a la comunidad y poder beneficiarnos mutuamente.

## **Valores**

Responsabilidad

Respeto

Honestidad

Integridad

Compromiso

Perseverancia

## **Análisis FODA**

### **Fortalezas:**

- El equipo está conformado con personas capacitadas y preparadas para brindar un buen servicio al cliente.
- Los equipos de Flyboard y Water Hoverboard son de primera y cuentan con un guía personalizado para realizar el deporte acuático.
- Generar innovación en el ámbito deportivo acuático para despertar el interés del cliente.
- Implementación de nuevas tendencias acuáticas que otras empresas de turismo de aventura no ofertan.
- El servicio y los productos tienen una buena calidad.

### **Oportunidades:**

- Las carreteras hacia Villamil están en óptimas condiciones, lo cual posibilita el ingreso a los turistas para que puedan desempeñar actividades acuáticas.
- Apertura de nuevas oportunidades de mercado.
- Poca competencia en el mercado a incursionar.

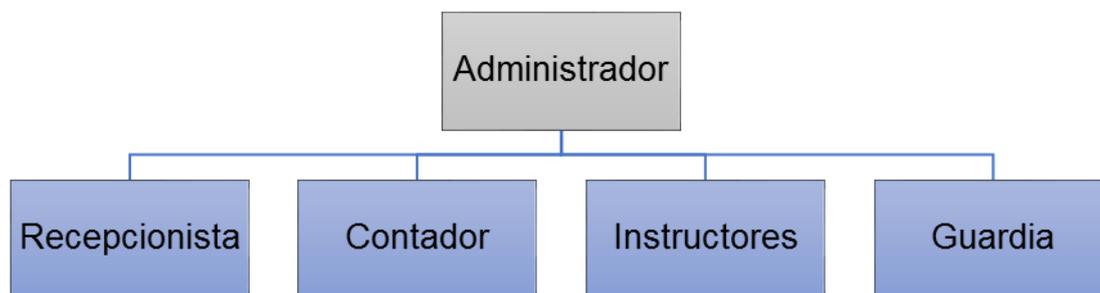
### **Debilidades:**

- El costo por la práctica del deporte es relativamente alto.
- Poca y falta de experiencia en este tipo de mercado.
- Alta inversión para la implementación de este deporte.

### **Amenazas:**

- Nuevas empresas que brinden un producto similar.
- Cambio de clima afectando las actividades de la empresa.
- Rechazo por el valor alto para la práctica del deporte.
- Retraso al traer los repuestos del exterior en caso de falla técnica de los equipos.

## Organigrama:



*Figura 30.* Estructura Organizacional de Villamil Xtreme S.A.

## Mercado Objetivo

La investigación está dirigida hacia personas de espíritu aventurero, nacionales y extranjeros, jóvenes y adultos sean hombres o mujeres que deseen pasar un momento grato con familia y amigos disfrutando de la playa mientras practican un deporte nuevo e innovador que les deje una de las mejores experiencias en General Villamil garantizando un momento único lleno de emoción y adrenalina que cuente con toda la seguridad para los turistas al momento de la práctica de los mismos.

Según el estudio de mercado realizado en el cantón General Villamil se estima que las personas están dispuestas a pagar un rango de entre 30 a 40 dólares por cada producto, debido a este análisis la empresa Villamil Xtreme S.A. se enfocará en brindar esta actividad acuática a personas de mediana economía y alta economía mayores a 18 años que gusten de los deportes acuáticos.

## Capítulo 4

### Estudio Técnico

#### Localización del Proyecto

##### Macro Localización

La implementación de la empresa de turismo de aventura estará ubicada en el cantón General Villamil Playas de la provincia del Guayas.

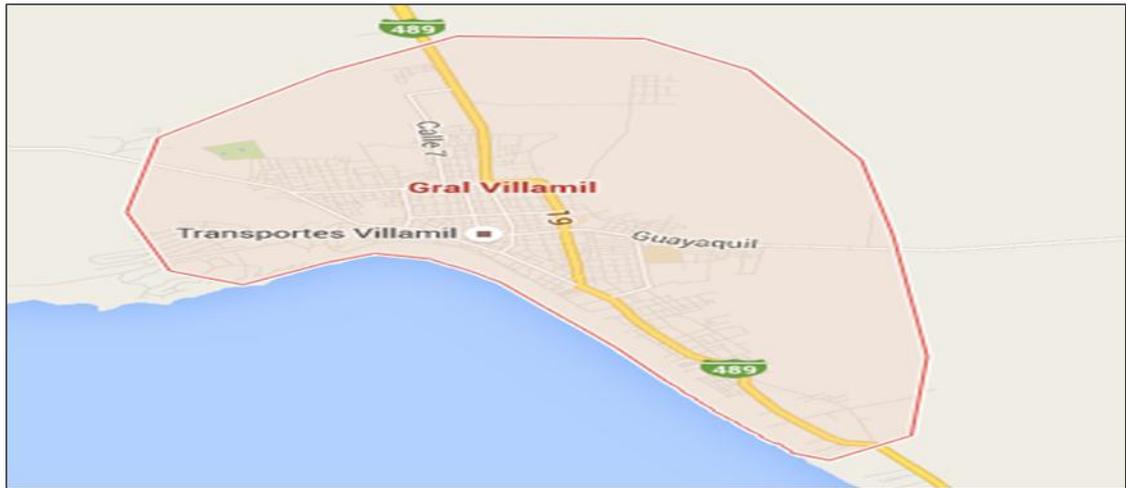


Figura 31. Macro Localización. Tomado de “Google Maps”. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/place/Gral+Villamil>

##### Micro Localización

Para este proyecto se eligió un terreno de 270 m<sup>2</sup> que estará ubicado Av. Jaime Roldós Aguilera y calle 15 a pocos metros del casco comercial.

Se escogió este lugar porque cumple con los requerimientos necesarios para la empresa, puesto que está cerca del mar y del casco comercial posibilitando el manejo de los equipos acuáticos pudiendo así poder reducir costos a la hora de trasladarse de un lugar a otro.

En cuanto al acceso a este lugar se lo puede hacer mediante carro propio, carro de alquiler o de cooperativas de buses que brindan servicios en el terminal terrestre de Guayaquil o en el lugar de origen.

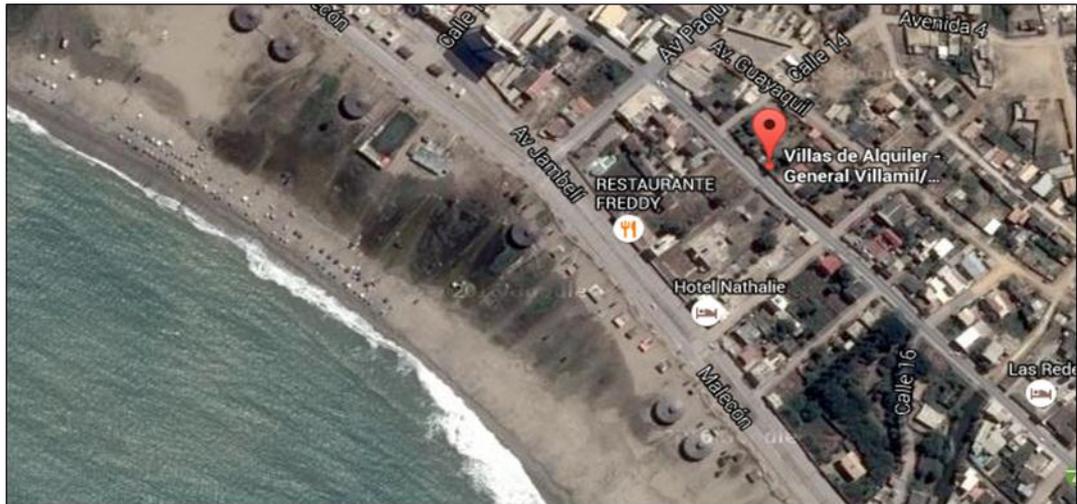


Figura 32. Micro Localización. Tomado de “Google Maps”. Recuperado de <https://www.google.com.ec/maps/place/Gral+Villamil>

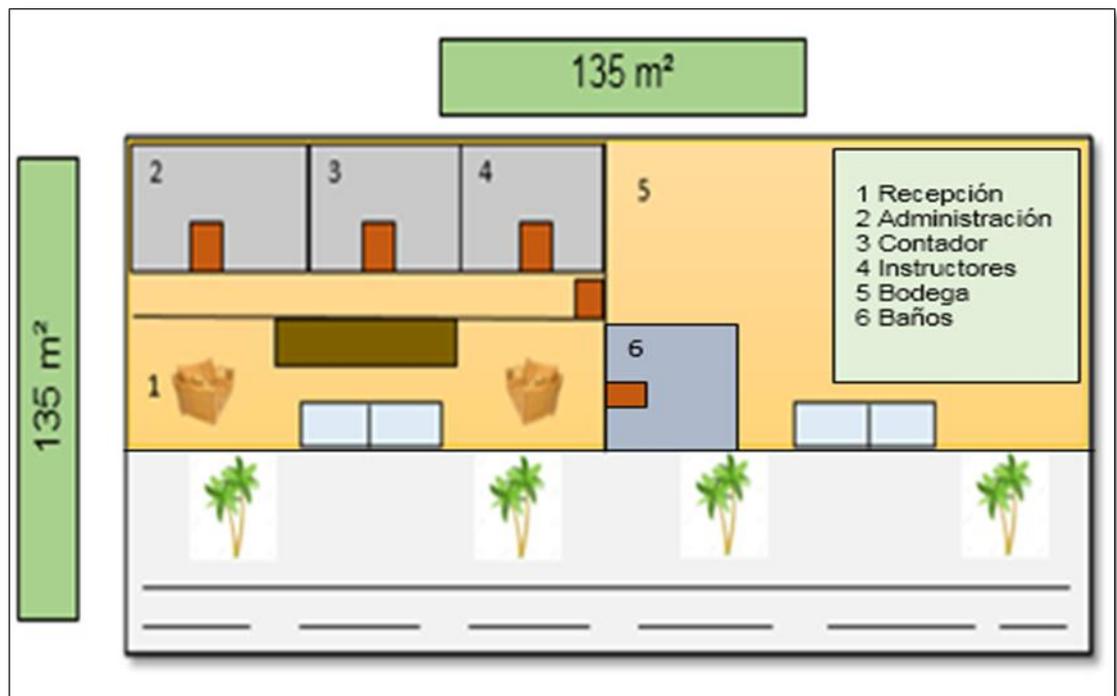
### **Distribución Física del Espacio**

La empresa de turismo de aventura contará con un terreno de 270 m<sup>2</sup>, el cual dividirá la infraestructura en dos partes, una de ellas estará ubicada el área operativa y la otra parte será la bodega la cual se utilizará para el cuidado y mantenimiento de los equipos.

La parte operativa de la empresa utilizará la mitad del espacio, en el cual se establecerán las diferentes áreas contando con un front desk en la parte frontal, en lo que respecta a la otra mitad del espacio se establecerá una bodega donde estarán ubicados todos los equipos acuáticos que oferta la empresa turística, puesto que los equipos requieren de un espacio suficiente.

Para la implementación de esta empresa turística se comenzará con un terreno y una distribución sencilla, en el cual se pueda desenvolverse turísticamente el cantón General Villamil y pueda ser el nuevo centro de atención turístico para los visitantes que van al lugar, mejorando así el turismo en dicho cantón impulsando la iniciativa deportiva acuática para los turistas.

A continuación, una representación gráfica de lo que será la empresa de turismo en el cantón General Villamil.



*Figura 33.* Distribución de espacio de la empresa

### **Horario de Funcionamiento**

Los horarios de atención para esta empresa de turismo que ofrecerá Flyboard y Water Hoverboard serán a partir de las 10h00 am hasta las 17h00 pm de lunes a sábados, los horarios de atención también varían dependiendo la temporada y feriados. Considerando que en la costa la temporada alta comienza desde diciembre hasta abril y en la sierra comienza desde junio hasta septiembre, en esos casos se atenderá de lunes a domingo de 8h00 am hasta las 17:30 h00 pm.

## Infraestructura Necesaria

Tabla 13

*Presupuesto de infraestructura de la empresa*

<b>N°</b>	<b>Rubro</b>	<b>Cantidad</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>P. Total</b>
1	Cemento (50 kg)	40	\$ 7,95	\$ 318,00
2	Clavos de cemento	50	\$ 0,05	\$ 2,50
3	Clavos de madera	50	\$ 0,10	\$ 5,00
4	Bloque liviano	500	\$ 0,27	\$ 135,00
5	Tuberías	6	\$ 38,00	\$ 228,00
6	Ventanales de vidrio	2	\$ 250,00	\$ 500,00
7	Juegos de inodoro y lavamanos	2	\$ 125,00	\$ 250,00
8	Puertas	2	\$ 150,00	\$ 300,00
9	Separadores de oficina	7	\$ 300,00	\$ 2.100,00
10	Varillas	30	\$ 0,93	\$ 27,90
11	Pintura	3	\$ 20,00	\$ 60,00
12	Desagüe sanitario	2	\$ 50,00	\$ 100,00
13	Cerámica (cajas)	30	\$ 20,00	\$ 600,00
14	Braker	1	\$ 130,00	\$ 130,00
15	Cable de luz	3	\$ 50,00	\$ 150,00
16	Focos	6	\$ 1,00	\$ 6,00
	Total			\$ 4.912,40

## Productos a Ofrecer

### Flyboard

Es un deporte náutico que se realiza a dos metros de profundidad del mar enganchado de una manguera a una moto acuática propulsando un chorro a presión provocando la elevación rápida del equipo a través de dos botas.

#### Requisitos:

- Ser mayor de 18 años
- Instrucción teórica de 10 minutos por parte del instructor
- Usar casco protector
- Usar Salvavidas

**Horarios:** Lunes a sábados 10:00 am – 17:00 am

**Horario de feriado y temporada:** Lunes a domingo 8:00 am – 17:30 pm

**Precio:** \$31 por persona por 25 minutos



*Figura 34.* Flyboard. Tomado de “Flyboard Distribuidor Oficial”, por Flyboard Chile. Recuperado de <http://www.flyboardchile.cl/flyboard/>

### Water Hoverboard

Es un deporte náutico similar a Flyboard, puesto que consiste del mismo método de funcionamiento que se realiza a dos metros de profundidad del mar enganchado de una manguera a una moto acuática propulsando un chorro a presión provocando la elevación rápido del equipo a través de una aero tabla.

#### Requisitos:

- Ser mayor de 18 años
- Instrucción teórica de 10 minutos por parte del instructor
- Usar casco protector
- Usar Salvavidas

**Horarios:** Lunes a sábados 10:00 am – 17:00 am

**Horario de feriado y temporada:** Lunes a domingo 8:00 am – 17:30 pm

**Precio:** \$34 por persona por 25 minutos



*Figura 35.* Water Hoverboard. Tomado de “Flyboard Distribuidor Oficial”, por Flyboard Chile. Recuperado de <http://www.flyboardchile.cl/hoverboard/>

## **Control de Calidad**

El control de calidad consiste en seguir normas, procesos que garanticen la forma adecuada de ofrecer un buen producto o un buen servicio, en la cual la empresa de turismo de Flyboard y Water Hoverboard se enfatizará por el montaje correcto de los equipos verificando que todas las herramientas estén en la posición correcta antes del uso.

Todas las piezas de los equipos estarán sujetas a supervisión por los instructores certificados para comprobar si las piezas son de calidad para así poder ser utilizadas.

En cuanto al servicio se realizará un manual protocolario para garantizar la seguridad del cliente antes de que se realice esta actividad con un registro del mismo, se utilizarán equipos de protección, se instruirá teóricamente acerca de la actividad a realizar y por último el instructor guiará personalmente al cliente para realizar estos deportes acuáticos.

## **Procedimientos**

A continuación se enlistarán uno de los procedimientos que aportarán en las normas de calidad en cuanto al servicio de la empresa de turismo.

Llegada del cliente.

- El recepcionista dará el saludo y la bienvenida a la empresa.

- Se dispondrá a brindar ayuda al cliente con cualquier información que requiera sobre la actividad a efectuar.
- Tomará la información del cliente para base de datos de la empresa.
- Realizará la facturación de la venta.
- Asignará a un instructor calificado que ayudara a realizar la actividad deportiva.  
Salida del cliente.
- Una vez en el área de práctica el instructor dará una breve explicación de 10 min sobre el uso y manejo del deporte a efectuar.
- Se brindará equipos de seguridad para protección del cliente.
- Se realizará la práctica del deporte en 45 minutos.
- Una vez terminada la actividad se retirarán los equipos de seguridad.
- El instructor agradecerá y despedirá a los clientes.

## **Permisos**

### **Permiso Ambiental**

Para la ejecución de proyectos, obras y actividades que correspondan un impacto al medio ambiente es necesario obtener un permiso o una licencia ambiental que otorga el Ministerio del Ambiente MAE, esta autoridad cuenta con una plataforma en línea para las regularizaciones ambientales a través de un Sistema Único de Información Ambiental SUIA.

Esta herramienta está disponible en la página web [suia.ambiente.gob.ec](http://suia.ambiente.gob.ec), en la cual se obtiene un usuario y una contraseña en donde se puede registrar el proyecto para su pronta categorización y el otorgamiento del permiso o licencia ambiental.

### **Permiso de Construcción del Gobierno Autónomo Descentralizado**

#### **Municipal del Cantón Playas**

- Tasa por servicios técnicos y administrativos.
- Copia de pago del impuesto predial al día.
- Certificado de no adeudar valores a la municipalidad.
- Llenar tasa y solicitud de registro de construcción con la firma del propietario o propietarios (todos), o de un representante legalmente autorizado mediante poder notariado.
- Copia de cédula de identidad y certificado de votación del propietario y del responsable técnico (Nombramiento de superintendencia y escritura de constitución en caso de compañías).
- Copia del carnet profesional o certificado del CONESUP, del responsable técnico.
- Copia de escritura registrada y catastrada o contrato de arrendamiento para terrenos municipales.
- 3 juegos de planos arquitectónicos, a escala 1:50 o 1:100. Si se tratase de un aumento/remodelación/reparación, detallar en los planos la construcción ya existente. Los planos deberán contar con la firma del propietario y del responsable técnico

- 2 juegos de planos estructurales, eléctricos y sanitarios con firma de responsabilidad técnica.

#### **Procedimientos:**

- Adquirir una tasa (\$ 2.00) por servicios técnicos y administrativos en la ventanilla de Rentas, planta baja.
- Acercarse a la ventanilla de la Dirección de Urbanismo, Avalúos y Registros (DUAR, primer piso alto) para confirmar la documentación y el formulario correspondiente.
- Llenar el formulario e ingresarlo junto con la documentación exigida en los requisitos, dentro de una carpeta, en la ventanilla de la DUAR, donde se le indicará la fecha en la cual deberá acercarse a retirar la contestación.
- Cuando llegue el día de retirar lo solicitado, el usuario deberá acercarse a la ventanilla de la DUAR (Primer Piso) portando la copia de su solicitud y cédula, para retirar la orden de pago y cancelar el valor calculado por aprobación de planos y permiso de uso de la vía pública en la ventanilla de rentas (Planta Baja).
- Con el recibo de pago podrá retirar el permiso de construcción en la ventanilla de la DUAR (Planta alta).
- Costo: 2 dólares por concepto de tasa administrativa
- Monto correspondiente al cálculo 2x1000 por concepto de aprobación de planos de acuerdo con el proyecto presentado, según lo estipulado en la Ley de Régimen Municipal.
- 60 dólares correspondientes al permiso de ocupación de la vía pública por construcción, según Art. 61 de la Ordenanza Vigente de Vía Pública.
- Duración: 15 días calendario.

#### **Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas**

- 2 testimonios de la Constitución o Reforma.
- Copia de cedula legible de los contratantes.
- Copia de la certificación bancaria.
- Copia del RUC.
- Copia del nombramiento inscrito del representante legal de la compañía.
- Inscripción de NOMBRAMIENTOS de (los) representante (es) de Compañía.
- 2 Originales del Nombramiento.
- Acta de la Junta de Miembros.
- Copia de cédula legible de los intervinientes.

#### **Requisitos para el RUC**

- Formulario 01A y 01B.
- Escrituras de constitución Nombramiento del Representante legal o agente de retención.
- Presentar el original y entregar una copia de la cédula del Representante Legal o Agente de Retención.
- Presentar el original del certificado de votación del último proceso electoral del Representante Legal o Agente de Retención.
- Entregar una copia de un documento que certifique la dirección del domicilio fiscal a nombre del sujeto pasivo.

## **Licencia Única Anual de Funcionamiento (LUAF)**

- Copia de cédula
- Papeleta de votación
- Copia del último recibo de pago
- 1 tasa administrativa por año
- Copia del Certificado de Registro del Ministerio de Turismo
- Copia del pago (1X1000) sellado por el Ministerio de Turismo
- Copia del certificado de salud
- Copia del certificado del cuerpo de bombero
- Cumplimiento de la Normativa ambiental aplicable a cada caso.

## **Patente Anual Municipal**

- Copia del permiso del año anterior.
- Copia de cedula y certificado de votación.
- Copia del RUC o RISE.
- Copia de la declaración del impuesto a la renta (si está obligado a llevar contabilidad).
- Tasa del 1.5xmil (si lleva contabilidad).
- Distribución de alcuotas (si lleva contabilidad y tiene más locales).
- Carta de autorización para realizar tramite del permiso (compañías).
- Copia del cuerpo de bomberos.
- Copia del certificado de salud (otorgado por el hospital de playas).
- Copia del contrato de arrendamiento notariado y copia del pago predial actual.
- Fotos del local.
- Tasa administrativa.
- Certificado de uso de suelo (locales nuevos).
- Carpeta manila.

## **Cuerpo de Bombero**

- Solicitud de inspección del local.
- Informe favorable de la inspección.
- Copia del RUC o RISE.
- Copia de la factura de compra o recarga del extintor de gas carbónico de 10lb a nombre del propietario.
- Copia de la calificación artesanal (artesanos calificados).

## **Registro de Transporte Marítimo y Fluvial**

- Copia Certificada de la escritura de Constitución de la Compañía, debidamente inscrita en el Registro Mercantil y sus reformas, en caso de haberlas.
- Copia del nombramiento del Representante Legal, debidamente inscrito en el Registro Mercantil.
- Original del Registro Único de Contribuyentes. R.U.C.
- Copia del Título de Propiedad (Matrícula) de la embarcación.
- Copia de Matrícula y permiso de zarpe otorgado por la capitanía del puerto, donde se vaya a brindar el servicio fluvial o marítimo.

- Certificado del Instituto Ecuatoriano de Propiedad Intelectual (IEPI), de no encontrarse registrada la razón social o denominación social o nombre comercial del establecimiento en las ciudades de: Quito: Av. República 396 y Diego de Almagro Edif. Fórum Guayaquil: Av. Francisco de Orellana y Justino Cornejo Edif. Gobierno del Litoral Cuenca: Av. José Peralta y Av. 12 de Abril Edif. Acrópolis
- Seguros de las embarcaciones con responsabilidad a terceros.
- Inventario valorado de la embarcación firmado bajo la responsabilidad del representante legal de la empresa, sobre los valores declarados (Nuevos usuarios).
- Declaración de activos fijos para cancelación del 1 por mil, debidamente suscrita por el representante legal o apoderado de la empresa. (Descargue aquí el formulario del Ministerio de Turismo).
- Copia del certificado de registro del Ministerio de Turismo de la Operadora de Turismo con la que trabajará la embarcación (no pueden realizar o crear paquetes turísticos).

**Procedimiento:**

Recepción de requisitos y formalidades para el registro: El propietario o representante del establecimiento turístico que vaya a gestionar el Registro ante el Ministerio de Turismo, se entrevistará con el funcionario encargado de este proceso, con quién verificarán uno a uno el cumplimiento de TODOS los requisitos y formalidades correspondientes, mismas que se encuentran detallados en la Solicitud de Registro.

Una vez receptada la documentación correspondiente, se procede a la Evaluación global de la infraestructura y servicios ofertados por el establecimiento, misma que se realiza en el domicilio señalado, en lo posible, con la presencia del propietario, el representante legal o el administrador, gestión en la que se determinará: Actividad Turística Tipo Capacidad Categoría Dirección Nombre del propietario

Luego de la inspección, se otorga la Clasificación y la categoría, la misma que debe estar de acuerdo a la Normativa vigente. En estas Normativas se establecen todos los requerimientos.

Realizada la evaluación se informará al propietario, representante legal o administrador, sobre la Actividad Turística, Tipo y Categoría en la que se registra el establecimiento y se le entregarán los números de cuentas bancarias: Si el establecimiento se encuentra funcionando en un Municipio descentralizado, se informa que el Registro se realice mediante el depósito en una cuenta del Fondo Mixto de Promoción Turística.

## Capítulo 5

### Plan de Marketing

#### Segmentación de mercado

La segmentación de mercado se realizó según los siguientes criterios:

Tabla 14

*Segmentación de mercado*

Demográfica		Geográfica	Psicográfica	
Edad	Sexo	Sector	Nivel Socioeconómico	Perfil
18-50 años	Masculino Femenino	Turistas nacionales y extranjeros	Medio y Alto	Personas que gusten de la adrenalina y los deportes acuáticos

#### Estrategias de Posicionamiento

Flyboard y Water Hoverboard son de gran reconocimiento internacional sin embargo la empresa se posicionará mediante dos aspectos:

##### Producto

El producto a ofrecer es nuevo y novedoso puesto que no existe ninguno igual ni con las mismas características en el país, no hay competencia facilitando la oferta del mismo siendo una empresa pionera y líder en ofrecer este tipo de deporte.

##### Servicio

Se prevé ofrecer un servicio personalizado y eficaz priorizando la seguridad del cliente y calidad del producto brindando atención y confianza, capacitando a las personas con agrado para el correcto uso de los equipos garantizando un momento agradable e inolvidable.

## **Estrategias de marketing**

### **Marketing mix**

#### **Producto**

La empresa ofrecerá dos deportes acuáticos para diversión y recreación en General Villamil:

##### **Flyboard**

El Flyboard comprende dos botines adheridos a una superficie que va conectada a una moto acuática de unos cien caballos de fuerza por una manguera o tubo de plástico para darle propulsión, la moto acuática va siendo manejada por un instructor y tiene un tubo de medio círculo que viene con las botas para que la moto vaya mirando a la persona que está siendo propulsada.

En lo que la manguera llega a las botas cuenta con un sistema que gira a 360 grados para que cuando la persona gire la manguera no se bloquee o se haga nudo, el tubo se divide en V haciendo que ese sistema gire a 180 grados o sea hacia adelante y hacia atrás para que cuando la persona se incline no vaya hacia el tubo totalmente ni se corte la presión.

A los lados tiene unos tubos que van hacia abajo que son los que propulsan la presión del agua que envía la moto acuática y en ciertos casos se ponen dos tubos que van hacia arriba y que sirven para agarrarse mientras se dan piruetas.



*Figura 36.* Flyboard. Tomado de “Flyboard Distribuidor Oficial”, por Flyboard Chile. Recuperado de <http://www.flyboardchile.cl/flyboard/>

## **Water Hoverboard**

Water Hoverboard tiene las mismas especificaciones, características y el mismo funcionamiento que Flyboard a diferencia que este no cuenta con botines sino con una tabla parecida a las de skate o surf, lo único que cambia es eso, la base donde la persona se pone de pie.



*Figura 37.* Water Hoverboard. Tomado de “About Hoverboard MN”, por Hoverboard MN. Recuperado de <http://hoverboardmn.com/about-hoverboard-mn/>

## **Precio**

El precio que se planteó para el Flyboard es de 31 dólares americanos y el Water Hoverboard es de 34 dólares americanos por un tiempo de 25 minutos, siendo este un valor accesible en comparación a países aledaños.

## **Plaza**

El lugar que se escogió para la investigación estará ubicado en el cantón General Villamil provincia del Guayas en el km 4 vía Data.

## **Promoción**

La promoción es un factor importante ya que a través de este se influye y relaciona el producto con el futuro cliente dándolo a conocer aún más si el servicio es nuevo para que de esta manera quede grabado en la mente del público como una experiencia única y diferente.

Se harán volantes para la promoción de los servicios a prestar por la empresa y se los repartirá a las personas tanto en General Villamil como en la ciudad de Guayaquil y finalmente se procederá a la creación de vallas publicitarias para promocionar más la empresa en ambos lugares.

## **Presupuesto de marketing**

Para la realización del presupuesto de marketing se tomó en cuenta los medios en los que se promocionará la empresa, considerando los gastos que generan dando como resultado lo siguiente:

Tabla 15

### *Presupuesto de marketing*

<b>CANTIDAD</b>	<b>DESCRIPCION</b>	<b>PRECIO</b>
2000	Volantes	\$ 300
1	Valla Publicitaria	\$ 1500
	Total	\$1800

**Capítulo 6**  
**Estudio Financiero**

Tabla 16

*Inversión Inicial*

	<b>DETALLE</b>	<b>CANT.</b>	<b>VALOR UNIT.</b>	<b>PRECIO TOTAL</b>	<b>TOTAL</b>
<b>EFFECTIVO – CAJA</b>	Sueldos	2	\$ 5.234,37	\$ 10.468,74	
	Imprevistos	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
					<b>\$ 11.468,74</b>
<b>TERRENO</b>	Terreno m <sup>2</sup>	270	\$ 240,75	\$ 65.002,50	<b>\$ 65.002,50</b>
	Construcción	1	\$ 25.000,00	\$ 25.000,00	
<b>EDIFICO</b>	Adecuaciones	1	\$ 5.500,00	\$ 5.500,00	
	Decoraciones	1	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	
<b>INFRAESTRUCTURA</b>					<b>\$ 32.000,00</b>
<b>EQUIPO ELECTRÓNICO</b>	Aire acondicionado	1	\$ 500,00	\$ 500,00	<b>\$ 500,00</b>
	Extintor	2	\$ 50,00	\$ 100,00	
	Sistema de alarma contra incendio	1	\$ 1.000,00	\$ 1.000,00	
<b>EQUIPO DE SEGURIDAD</b>	Cámara de seguridad	2	\$ 200,00	\$ 400,00	
					<b>\$ 1.500,00</b>
<b>EQUIPO DE OFICINA</b>	Escritorio	3	\$ 170,00	\$ 510,00	
	Mostrador recepción	1	\$ 150,00	\$ 150,00	
	Silla ejecutiva	4	\$ 120,00	\$ 480,00	
	sillón de espera	2	\$ 200,00	\$ 400,00	
	Archivador	2	\$ 40,00	\$ 80,00	
	Teléfono inalámbrico	2	\$ 50,00	\$ 100,00	

							\$	<b>1.720,00</b>
<b>EQUIPO DE COMPUTACIÓN</b>	Computadora portátil	3	\$	550,00	\$	1.650,00		
	Impresora	1	\$	400,00	\$	400,00		
	Regulador de Voltaje	1	\$	40,00	\$	40,00		
							\$	<b>2.090,00</b>
<b>EQUIPO DE PRODUCCIÓN</b>	Flyboard	3	\$	3.990,00	\$	11.970,00		
	Water hoverboard	3	\$	4.948,00	\$	14.844,00		
	Chaleco salvavidas	12	\$	32,00	\$	384,00		
	Casco de protección	12	\$	28,00	\$	336,00		
	Moto acuática	6	\$	12.100,00	\$	72.600,00		
							\$	<b>100.134,00</b>
<b>MUEBLES Y ENSERES</b>	Tacho de basura	3	\$	6,00	\$	18,00		
	Dispensador de jabón líquido	1	\$	12,00	\$	12,00		
	Portarrollos de papel	1	\$	30,00	\$	30,00		
							\$	<b>60,00</b>
<b>GASTOS DE CONSTITUCIÓN</b>	Planos				\$	700,00		
	Consultoría técnica				\$	500,00		
	Tasas y permisos				\$	200,00		
							\$	<b>1.400,00</b>
<b>TOTAL INVERSIÓN INICIAL</b>							\$	<b>215.875,24</b>

Para la inversión inicial se consideró todos los valores necesarios para la construcción, adecuación y decoración de la empresa para poder empezar con la operación de Flyboard y water hoverboard, esto es: terreno, edificio, muebles y enseres, equipo electrónico, equipo de seguridad, equipo de oficina, equipo de computación, equipo de producción y gastos de constitución, teniendo un total de \$ 215.875,24.

Tabla 17

*Balance Inicial*

<b>ACTIVOS</b>			<b>PASIVOS</b>	
<b>Activo corriente</b>			<b>Pasivo largo plazo</b>	
		\$ 11.468,74	Documentos por pagar	\$ 151.112,67
Caja	\$ 11.468,74			
<b>Activo fijo</b>		\$ 203.006,50	<b>TOTAL PASIVOS</b>	\$ 151.112,67
Terreno	\$ 65.002,50			
Edificación	\$ 32.000,00		<b>PATRIMONIO</b>	
Equipo Electrónico	\$ 500,00		Capital propio	\$ 64.762,57
Equipo de Seguridad	\$ 1.500,00			
Equipo de Oficina	\$ 1.720,00			
Equipo de computación	\$ 2.090,00		<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	\$ 64.762,57
Muebles y Enseres	\$ 60,00			
Equipo de producción	\$ 100.134,00		<b>TOTAL PASIVOS y PATRIMONIO</b>	\$ 215.875,24
<b>Activo diferido</b>		\$ 1.400,00		
Gastos de constitución	\$ 1.400,00			
<b>TOTAL ACTIVOS</b>		\$ 215.875,24		

En el balance inicial se muestran las cuentas de activo, pasivo y patrimonio, en la cual la empresa obtuvo un pasivo de 70% que será financiado por la CFN en un plazo de 3 años con una tasa de interés anual de 7%

Tabla 18

*Rol de pago 1er año*

CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	COSTO TOTAL ANUAL	COSTO MENSUAL
Administrador	1	\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 900,00	\$ 366,00	\$ 450,00	\$ -	\$ 1.312,20	\$ 13.828,20	\$ 1.152,35
Contador	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 366,00	\$ 350,00	\$ -	\$ 1.020,60	\$ 10.836,60	\$ 903,05
Recepcionista	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00	\$ -	\$ 583,20	\$ 6.349,20	\$ 529,10
Instructores	6	\$ 500,00	\$ 36.000,00	\$ 3.000,00	\$ 366,00	\$ 1.500,00	\$ -	\$ 4.374,00	\$ 45.240,00	\$ 3.770,00
Guardia	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ -	\$ 533,63	\$ 5.840,63	\$ 486,72
<b>Total</b>		\$ 2.866,00	\$ 64.392,00	\$ 5.366,00	\$ 1.830,00	\$ 2.683,00	\$ -	\$ 7.823,63	\$ 82.094,63	\$ 6.841,22

Tabla 19

*Rol de pago 2do año*

CARGO	CANTIDAD	SUELDO MENSUAL	SUELDO ANUAL	DÉCIMO TERCERO	DÉCIMO CUARTO	VACACIONES	FONDO DE RESERVA	APORTE PATRONAL	TOTAL ANUAL
Administrador	1	\$ 900,00	\$ 10.800,00	\$ 900,00	\$ 366,00	\$ 450,00	\$ 900,00	\$ 1.312,20	\$ 14.728,20
Contador	1	\$ 700,00	\$ 8.400,00	\$ 700,00	\$ 366,00	\$ 350,00	\$ 700,00	\$ 1.020,60	\$ 11.536,60
Recepcionista	1	\$ 400,00	\$ 4.800,00	\$ 400,00	\$ 366,00	\$ 200,00	\$ 400,00	\$ 583,20	\$ 6.749,20
Instructores	6	\$ 500,00	\$ 36.000,00	\$ 3.000,00	\$ 366,00	\$ 1.500,00	\$ 3.000,00	\$ 4.374,00	\$ 48.240,00
Guardia	1	\$ 366,00	\$ 4.392,00	\$ 366,00	\$ 366,00	\$ 183,00	\$ 366,00	\$ 533,63	\$ 6.206,63
<b>Total</b>		\$ 2.866,00	\$ 64.392,00	\$ 5.366,00	\$ 1.830,00	\$ 2.683,00	\$ 5.366,00	\$ 7.823,63	\$ 87.460,63

Tabla 20

*Proyecciones de sueldo a 5 años*

<b>CARGO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Administrador	\$ 13.828,20	\$ 14.728,20	\$ 15.228,96	\$ 15.746,74	\$ 16.282,13
Contador	\$ 10.836,60	\$ 11.536,60	\$ 11.928,84	\$ 12.334,43	\$ 12.753,80
Recepcionista	\$ 6.349,20	\$ 6.749,20	\$ 6.978,67	\$ 7.215,95	\$ 7.461,29
Instructores	\$ 45.240,00	\$ 48.240,00	\$ 49.880,16	\$ 51.576,09	\$ 53.329,67
Guardia	\$ 5.840,63	\$ 6.206,63	\$ 6.417,65	\$ 6.635,85	\$ 6.861,47
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 82.094,63</b>	<b>\$ 87.460,63</b>	<b>\$ 90.434,29</b>	<b>\$ 93.509,06</b>	<b>\$ 96.688,36</b>

En las tablas anteriores se reflejan los roles de pago de 1er y 2do año en la cual desde el 2do año se refleja el pago de los fondos de reserva para cada trabajador, también se muestran proyecciones de los siguientes 5 años considerando una tasa de 3,40% por año.

Tabla 21

*Depreciaciones Tangibles*

<b>DEPRECIACIÓN TANGIBLES</b>	<b>Valor en libros</b>	<b>Año vida útil</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación mensual</b>
Edificación	\$ 32.000,00	20	\$ 1.600,00	\$ 133,33
Equipo Electrónico	\$ 500,00	3	\$ 166,67	\$ 13,89
Equipo de Seguridad	\$ 1.500,00	3	\$ 500,00	\$ 41,67
Equipo de Oficina	\$ 1.720,00	5	\$ 344,00	\$ 28,67
Equipo de computación	\$ 2.090,00	3	\$ 696,67	\$ 58,06
Muebles y Enseres	\$ 60,00	10	\$ 6,00	\$ 0,50
Equipo de producción	\$ 100.134,00	7	\$ 14.304,86	\$ 1.192,07
<b>TOTAL DEPRECIACIÓN</b>			\$ 17.618,19	\$ 1.468,18

Tabla 22

*Depreciación Anual*

<b>Depreciación Anual</b>	
Depreciación año 1	\$ 17.618,19
Depreciación año 2	\$ 17.618,19
Depreciación año 3	\$ 17.618,19
Depreciación año 4	\$ 16.254,86
Depreciación año 5	\$ 16.254,86

Tabla 23

*Depreciación Intangible*

<b>DEPRECIACIÓN INTANGIBLES</b>	<b>Valor en libros</b>	<b>Año vida útil</b>	<b>Depreciación anual</b>	<b>Depreciación mensual</b>
Gastos Constitucionales	\$ 1.400,00	5	\$ 280,00	\$ 23,33

Tabla 24

*Tabla de amortización anual*

<b>PERÍODO</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA ANUAL</b>	<b>SALDO PRINCIPAL</b>
1	\$ 151.112,67	\$ 47.003,85	\$ 10.577,89	\$57.581,73	\$ 104.108,82
2	\$ 104.108,82	\$ 50.294,12	\$ 7.287,62	\$57.581,73	\$ 53.814,70
3	\$ 53.814,70	\$ 53.814,70	\$ 3.767,03	\$57.581,73	\$ -

Tabla 25

*Tabla de amortización mensual*

<b>PERÍODO</b>	<b>SALDO CAPITAL</b>	<b>PAGO CAPITAL</b>	<b>INTERÉS</b>	<b>CUOTA MENSUAL</b>	<b>SALDO PRINCIPAL</b>
1	\$ 151.112,67	\$ 3.784,43	\$ 881,49	\$ 4.665,92	\$ 147.328,24
2	\$ 147.328,24	\$ 3.806,51	\$ 859,41	\$ 4.665,92	\$ 143.521,73
3	\$ 143.521,73	\$ 3.828,71	\$ 837,21	\$ 4.665,92	\$ 139.693,02
4	\$ 139.693,02	\$ 3.851,04	\$ 814,88	\$ 4.665,92	\$ 135.841,98
5	\$ 135.841,98	\$ 3.873,51	\$ 792,41	\$ 4.665,92	\$ 131.968,47
6	\$ 131.968,47	\$ 3.896,10	\$ 769,82	\$ 4.665,92	\$ 128.072,36
7	\$ 128.072,36	\$ 3.918,83	\$ 747,09	\$ 4.665,92	\$ 124.153,53
8	\$ 124.153,53	\$ 3.941,69	\$ 724,23	\$ 4.665,92	\$ 120.211,84
9	\$ 120.211,84	\$ 3.964,68	\$ 701,24	\$ 4.665,92	\$ 116.247,16
10	\$ 116.247,16	\$ 3.987,81	\$ 678,11	\$ 4.665,92	\$ 112.259,34
11	\$ 112.259,34	\$ 4.011,07	\$ 654,85	\$ 4.665,92	\$ 108.248,27
12	\$ 108.248,27	\$ 4.034,47	\$ 631,45	\$ 4.665,92	\$ 104.213,80
13	\$ 104.213,80	\$ 4.058,01	\$ 607,91	\$ 4.665,92	\$ 100.155,79
14	\$ 100.155,79	\$ 4.081,68	\$ 584,24	\$ 4.665,92	\$ 96.074,11
15	\$ 96.074,11	\$ 4.105,49	\$ 560,43	\$ 4.665,92	\$ 91.968,62
16	\$ 91.968,62	\$ 4.129,44	\$ 536,48	\$ 4.665,92	\$ 87.839,19
17	\$ 87.839,19	\$ 4.153,53	\$ 512,40	\$ 4.665,92	\$ 83.685,66

18	\$	83.685,66	\$	4.177,75	\$	488,17	\$	4.665,92	\$	79.507,91
19	\$	79.507,91	\$	4.202,12	\$	463,80	\$	4.665,92	\$	75.305,78
20	\$	75.305,78	\$	4.226,64	\$	439,28	\$	4.665,92	\$	71.079,15
21	\$	71.079,15	\$	4.251,29	\$	414,63	\$	4.665,92	\$	66.827,85
22	\$	66.827,85	\$	4.276,09	\$	389,83	\$	4.665,92	\$	62.551,76
23	\$	62.551,76	\$	4.301,04	\$	364,89	\$	4.665,92	\$	58.250,73
24	\$	58.250,73	\$	4.326,12	\$	339,80	\$	4.665,92	\$	53.924,60
25	\$	53.924,60	\$	4.351,36	\$	314,56	\$	4.665,92	\$	49.573,24
26	\$	49.573,24	\$	4.376,74	\$	289,18	\$	4.665,92	\$	45.196,50
27	\$	45.196,50	\$	4.402,27	\$	263,65	\$	4.665,92	\$	40.794,23
28	\$	40.794,23	\$	4.427,95	\$	237,97	\$	4.665,92	\$	36.366,27
29	\$	36.366,27	\$	4.453,78	\$	212,14	\$	4.665,92	\$	31.912,49
30	\$	31.912,49	\$	4.479,76	\$	186,16	\$	4.665,92	\$	27.432,72
31	\$	27.432,72	\$	4.505,90	\$	160,02	\$	4.665,92	\$	22.926,83
32	\$	22.926,83	\$	4.532,18	\$	133,74	\$	4.665,92	\$	18.394,65
33	\$	18.394,65	\$	4.558,62	\$	107,30	\$	4.665,92	\$	13.836,03
34	\$	13.836,03	\$	4.585,21	\$	80,71	\$	4.665,92	\$	9.250,82
35	\$	9.250,82	\$	4.611,96	\$	53,96	\$	4.665,92	\$	4.638,86
36	\$	4.638,86	\$	4.638,86	\$	27,06	\$	4.665,92	\$	0,00

La tabla de amortización de préstamo es de \$ 151.112,67 con una tasa de interés anual de 7% obteniendo una cuota mensual de \$4.665,92 por un plazo de 3 años.

Tabla 26

*Proyección anual de ingreso*

<b>Producto</b>	<b>P. Unitario</b>	<b>Venta diaria</b>	<b>Venta mensual</b>	<b>Venta anual</b>	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Año 4</b>	<b>Año 5</b>
Flyboard	\$ 31,00	14	410,40	4.924,80	\$ 152.668,80	\$ 157.859,54	\$ 163.226,76	\$ 168.776,47	\$ 174.514,87
Water hoverboard	\$ 34,00	9	273,60	3.283,20	\$ 111.628,80	\$ 115.424,18	\$ 119.348,60	\$ 123.406,45	\$ 127.602,27
<b>Total</b>					<b>\$ 264.297,60</b>	<b>\$ 273.283,72</b>	<b>\$ 282.575,36</b>	<b>\$ 292.182,93</b>	<b>\$ 302.117,15</b>

<b>Capacidad Instalada</b>	38
<b>Capacidad Utilizada</b>	23

En la tabla de ingresos por venta se puntualiza los productos que ofrecerá la empresa considerando que a partir del 2do año de funcionamiento tendrá una tasa de inflación del 3.4% hasta el 5to año, estos cálculos se obtuvieron por medio de la capacidad instalada de 38 personas con una capacidad utilizada del 60%.

Tabla 27

*Costo Operacional*

PRODUCTO	Costo Total					
	Mensual	COSTO AÑO 1	COSTO AÑO 2	COSTO AÑO 3	COSTO AÑO 4	COSTO AÑO 5
Repuestos de Flyboard	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.136,00	\$ 4.276,62	\$ 4.422,03	\$ 4.572,38
Abrazaderas pack 4	\$ 40,00	\$ 80,00	\$ 82,72	\$ 85,53	\$ 88,44	\$ 91,45
Adaptador rápido	\$ 598,00	\$ 1.196,00	\$ 1.236,66	\$ 1.278,71	\$ 1.322,19	\$ 1.367,14
Chaleco salvavidas	\$ 32,00	\$ 64,00	\$ 66,18	\$ 68,43	\$ 70,75	\$ 73,16
Casco de protección	\$ 28,00	\$ 56,00	\$ 57,90	\$ 59,87	\$ 61,91	\$ 64,01
Kit accesorios Flyboard	\$ 216,00	\$ 432,00	\$ 446,69	\$ 461,88	\$ 477,58	\$ 493,82
Botas ZR	\$ 253,00	\$ 506,00	\$ 523,20	\$ 540,99	\$ 559,39	\$ 578,41
Manguera X-Power	\$ 713,00	\$ 1.426,00	\$ 1.474,48	\$ 1.524,62	\$ 1.576,45	\$ 1.630,05
Dual Impeller Yamaha	\$ 935,00	\$ 1.870,00	\$ 1.933,58	\$ 1.999,32	\$ 2.067,30	\$ 2.137,59
Flyboard Deck	\$ 690,00	\$ 1.380,00	\$ 1.426,92	\$ 1.475,44	\$ 1.525,60	\$ 1.577,47
Tabla de Hoverboard	\$ 1.806,00	\$ 3.612,00	\$ 3.734,81	\$ 3.861,79	\$ 3.993,09	\$ 4.128,86
Mantenimiento Moto Acuática	\$ 500,00	\$ 1.000,00	\$ 1.034,00	\$ 1.069,16	\$ 1.105,51	\$ 1.143,09
Repuestos de Water Hoverboard	\$ 2.000,00	\$ 4.000,00	\$ 4.136,00	\$ 4.276,62	\$ 4.422,03	\$ 4.572,38
<b>Mano de obra directa</b>						
Recepcionista	1	\$ 6.349,20	\$ 6.749,20	\$ 6.978,67	\$ 7.215,95	\$ 7.461,29
Instructores	6	\$ 45.240,00	\$ 48.240,00	\$ 49.880,16	\$ 51.576,09	\$ 53.329,67
<b>Total</b>		<b>\$ 71.211,20</b>	<b>\$ 75.278,35</b>	<b>\$ 77.837,81</b>	<b>\$ 80.484,30</b>	<b>\$ 83.220,76</b>

Para la proyección de costos se tomaron en cuenta los costos de la materia prima y la mano de obra y una tasa de inflación del 3.4% a partir del segundo año.

Tabla 28

*Presupuesto de gasto general*

<b>DESCRIPCIÓN</b>	<b>MES 1</b>	<b>MES 2</b>	<b>MES 3</b>	<b>MES 4</b>	<b>MES 5</b>	<b>MES 6</b>	<b>MES 7</b>	<b>MES 8</b>	<b>MES 9</b>	<b>MES 10</b>	<b>MES 11</b>	<b>MES 12</b>	<b>Año 1</b>
<b>Gastos de Administración</b>	<b>\$ 4.441,43</b>	<b>\$ 4.183,63</b>	<b>\$ 4.321,43</b>	<b>\$ 4.183,63</b>	<b>\$ .150,42</b>								
Administrador	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$ 1.152,35	\$13.828,20
Guardia	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 486,72	\$ 5.840,63
Contador	\$ 903,05	\$ 903,05	\$ 903,05	\$ 903,05	\$ 903,05	\$ 903,05	\$ 903,05	\$ 903,05	\$ 903,05	\$ 903,05	\$ 903,05	\$ 903,05	\$10.836,60
Servicios básicos	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 100,00	\$ 1.200,00
Uniformes	\$ 120,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 120,00
Internet	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 50,00	\$ 600,00
Suministros de oficina	\$ 38,30		\$ 38,30		\$ 38,30		\$ 38,30		\$ 38,30		\$ 38,30		\$ 229,80
Materiales de limpieza	\$ 99,50		\$ 99,50		\$ 99,50		\$ 99,50		\$ 99,50		\$ 99,50		\$ 597,00
Depreciación Tangible	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$ 1.468,18	\$17.618,19
Depreciación Intangible	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 23,33	\$ 280,00
<b>Gastos de Publicidad</b>	<b>\$ 1.100,00</b>	<b>-</b>	<b>\$ 1.100,00</b>										
Publicidad	\$ 1.100,00	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	\$ 1.100,00
<b>Gastos Financieros</b>	<b>\$ 881,49</b>	<b>\$ 859,41</b>	<b>\$ 837,21</b>	<b>\$ 814,88</b>	<b>\$ 792,41</b>	<b>\$ 769,82</b>	<b>\$ 747,09</b>	<b>\$ 724,23</b>	<b>\$ 701,24</b>	<b>\$ 678,11</b>	<b>\$ 654,85</b>	<b>\$ 631,45</b>	<b>\$ 9.092,18</b>
Intereses	\$ 881,49	\$ 859,41	\$ 837,21	\$ 814,88	\$ 792,41	\$ 769,82	\$ 747,09	\$ 724,23	\$ 701,24	\$ 678,11	\$ 654,85	\$ 631,45	\$ 9.092,18
<b>TOTAL</b>	<b>\$ 6.422,93</b>	<b>\$ 5.043,05</b>	<b>\$ 5.158,64</b>	<b>\$ 4.998,51</b>	<b>\$ 5.113,85</b>	<b>\$ 4.953,45</b>	<b>\$ 5.068,52</b>	<b>\$ 4.907,86</b>	<b>\$ 5.022,67</b>	<b>\$ 4.861,74</b>	<b>\$ 4.976,28</b>	<b>\$ 4.815,08</b>	<b>\$ 61.342,59</b>

En esta tabla de gastos generales se muestra los gastos administrativos, sueldos de los empleados, gastos de publicidad, depreciaciones y gastos financieros los mismos que tendrán una inflación de 3.4% a partir del segundo año.

Tabla 29

*Estado de pérdidas y ganancias*

<b>RUBRO</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
Ventas Totales	\$ 264.297,60	\$ 273.283,72	\$ 282.575,36	\$ 292.182,93	\$ 302.117,15
<b>Total Ingresos</b>	<b>\$ 264.297,60</b>	<b>\$ 273.283,72</b>	<b>\$ 282.575,36</b>	<b>\$ 292.182,93</b>	<b>\$ 302.117,15</b>
(-) Costos de Operación	\$ 71.211,20	\$ 75.278,35	\$ 77.837,81	\$ 80.484,30	\$ 83.220,76
<b>(=) Utilidad Bruta en Ventas</b>	<b>\$ 193.086,40</b>	<b>\$ 198.005,37</b>	<b>\$ 204.737,55</b>	<b>\$ 211.698,63</b>	<b>\$ 218.896,38</b>
(-) Gastos en Administración	\$ 51.150,42	\$ 53.209,81	\$ 54.410,40	\$ 54.288,49	\$ 55.572,11
(-) Gastos de Publicidad	\$ 1.100,00	\$ 1.137,40	\$ 1.176,07	\$ 1.216,06	\$ 1.257,40
<b>(=) Utilidad antes de impuestos</b>	<b>\$ 140.835,98</b>	<b>\$ 143.658,16</b>	<b>\$ 149.151,08</b>	<b>\$ 156.194,09</b>	<b>\$ 162.066,87</b>
(-) Gastos Financieros	\$ 9.092,18	\$ 5.701,85	\$ 2.066,44	\$ -	\$ -
<b>(=) Utilidad antes de participación a trabajadores</b>	<b>\$ 131.743,81</b>	<b>\$ 137.956,31</b>	<b>\$ 147.084,63</b>	<b>\$ 156.194,09</b>	<b>\$ 162.066,87</b>
(-) 15% Participación a trabajadores	\$ 19.761,57	\$ 20.693,45	\$ 22.062,70	\$ 23.429,11	\$ 24.310,03
<b>(=) Utilidad antes de impuesto a la renta</b>	<b>\$ 111.982,24</b>	<b>\$ 117.262,86</b>	<b>\$ 125.021,94</b>	<b>\$ 132.764,97</b>	<b>\$ 137.756,84</b>
(-) 22% Impuesto a la renta	\$ 24.636,09	\$ 25.797,83	\$ 27.504,83	\$ 29.208,29	\$ 30.306,50
<b>(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO</b>	<b>\$ 87.346,14</b>	<b>\$ 91.465,03</b>	<b>\$ 97.517,11</b>	<b>\$ 103.556,68</b>	<b>\$ 107.450,33</b>

En el estado de pérdida y ganancia después de analizar los costos y los ingresos se pudo observar que hay una utilidad neta positiva durante todos los años.

Tabla 30

*Flujo de caja anual*

<b>RUBROS</b>	<b>AÑO 0</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>				
<b>FLUJO OPERACIONAL</b>										
Ingresos por ventas	\$	264.297,60	\$	273.283,72	\$	282.575,36	\$	292.182,93	\$	302.117,15
(-) Egresos de efectivo	\$	105.563,43	\$	156.125,03	\$	162.017,37	\$	169.021,51	\$	176.152,83
Costos de operación	\$	71.211,20	\$	75.278,35	\$	77.837,81	\$	80.484,30	\$	83.220,76
Gastos de administración	\$	33.252,23	\$	35.311,62	\$	36.512,21	\$	37.753,63	\$	39.037,25
Gastos de publicidad	\$	1.100,00	\$	1.137,40	\$	1.176,07	\$	1.216,06	\$	1.257,40
Participación de trabajadores		0	\$	19.761,57	\$	20.693,45	\$	22.062,70	\$	23.429,11
Impuesto a la renta		0	\$	24.636,09	\$	25.797,83	\$	27.504,83	\$	29.208,29
<b>(=) FLUJO NETO OPERACIONAL</b>	<b>\$</b>	<b>158.734,17</b>	<b>\$</b>	<b>117.158,69</b>	<b>\$</b>	<b>120.557,99</b>	<b>\$</b>	<b>123.161,42</b>	<b>\$</b>	<b>125.964,32</b>
<b>FLUJO DE INVERSIÓN</b>										
<b>Ingresos de efectivo</b>										
Ventas de activos fijos	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
<b>(-) Egresos de efectivo</b>										
Compras de activos fijos	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
<b>(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>

---

**FLUJO DE FINANCIAMIENTO**

---

**Ingresos de efectivo**

PRESTAMOS RECIBIDOS	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-	\$	-
---------------------	----	---	----	---	----	---	----	---	----	---

**(-) Egresos de efectivo**

Pagos de préstamos o principal	\$	46.898,87	\$	50.289,19	\$	53.924,60	\$	-	\$	-
--------------------------------	----	-----------	----	-----------	----	-----------	----	---	----	---

Pago de intereses	\$	9.092,18	\$	5.701,85	\$	2.066,44	\$	-	\$	-
-------------------	----	----------	----	----------	----	----------	----	---	----	---

<b>(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO</b>	<b>\$</b>	<b>(215.875,24)</b>	<b>\$</b>	<b>(55.991,05)</b>	<b>\$</b>	<b>(55.991,05)</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>
---	-----------	---------------------	-----------	--------------------	-----------	--------------------	-----------	----------	-----------	----------

<b>FLUJO NETO DE CAJA</b>	<b>\$</b>	<b>(215.875,24)</b>	<b>\$</b>	<b>102.743,13</b>	<b>\$</b>	<b>61.167,64</b>	<b>\$</b>	<b>64.566,95</b>	<b>\$</b>	<b>123.161,42</b>	<b>\$</b>	<b>125.964,32</b>
---------------------------	-----------	---------------------	-----------	-------------------	-----------	------------------	-----------	------------------	-----------	-------------------	-----------	-------------------

	\$	(113.132,11)	\$	(51.964,47)	\$	(0,80)	\$	-	\$	-
--	----	--------------	----	-------------	----	--------	----	---	----	---

---

De acuerdo al flujo de caja se observaron saldos positivos desde el primer año en adelante.

Tabla 31

*Balance general*

<b>ACTIVOS</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>Activos Corrientes</b>					
Caja	\$ 114.211,87	\$ 175.379,51	\$ 239.946,45	\$ 363.107,87	\$ 489.072,19
<b>Total Activos Corrientes</b>	<b>\$ 114.211,87</b>	<b>\$ 175.379,51</b>	<b>\$ 239.946,45</b>	<b>\$ 363.107,87</b>	<b>\$ 489.072,19</b>
<b>Activos Fijos</b>					
Terreno	\$ 65.002,50	\$ 65.002,50	\$ 65.002,50	\$ 65.002,50	\$ 65.002,50
Edificio	\$ 32.000,00	\$ 32.000,00	\$ 32.000,00	\$ 32.000,00	\$ 32.000,00
Equipo de Electrónico	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00	\$ 500,00
Equipo de seguridad	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00	\$ 1.500,00
Equipo de oficina	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00	\$ 1.720,00
Equipos de Computación	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00	\$ 2.090,00
Muebles y Enseres	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00	\$ 60,00
Equipo de Producción	\$ 100.134,00	\$ 100.134,00	\$ 100.134,00	\$ 100.134,00	\$ 100.134,00
(-) Depreciación Acumulada	\$ (17.618,19)	\$ (35.236,38)	\$ (52.854,57)	\$ (69.109,43)	\$ (85.364,29)
<b>Total Activos Fijos</b>	<b>\$ 185.388,31</b>	<b>\$ 167.770,12</b>	<b>\$ 150.151,93</b>	<b>\$ 133.897,07</b>	<b>\$ 117.642,21</b>
<b>Activos Diferidos</b>					
Gastos de Constitución	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00	\$ 1.400,00
(-) Amortización Acumulada	\$ (280,00)	\$ (560,00)	\$ (840,00)	\$ (1.120,00)	\$ (1.400,00)
<b>Total Activos Diferidos</b>	<b>\$ 1.120,00</b>	<b>\$ 840,00</b>	<b>\$ 560,00</b>	<b>\$ 280,00</b>	<b>\$ -</b>
<b>TOTAL ACTIVOS</b>	<b>\$ 300.720,18</b>	<b>\$ 343.989,63</b>	<b>\$ 390.658,38</b>	<b>\$ 497.284,95</b>	<b>\$ 606.714,41</b>

<b>PASIVOS</b>										
<b>Pasivos Corrientes</b>										
Cuentas por Pagar										
Participación a Trabajadores por P.	\$	19.761,57	\$	20.693,45	\$	22.062,70	\$	23.429,11	\$	24.310,03
Impuesto a la Renta por Pagar	\$	24.636,09	\$	25.797,83	\$	27.504,83	\$	29.208,29	\$	30.306,50
<b>Total Pasivos Corrientes</b>	<b>\$</b>	<b>44.397,66</b>	<b>\$</b>	<b>46.491,28</b>	<b>\$</b>	<b>49.567,52</b>	<b>\$</b>	<b>52.637,41</b>	<b>\$</b>	<b>54.616,53</b>
<b>Pasivo de Largo Plazo</b>										
Préstamo Bancario	\$	104.213,80	\$	53.924,60	\$	0,00	\$	-	\$	-
<b>Total Pasivos de Largo Plazo</b>	<b>\$</b>	<b>104.213,80</b>	<b>\$</b>	<b>53.924,60</b>	<b>\$</b>	<b>0,00</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>	<b>\$</b>	<b>-</b>
<b>TOTAL PASIVOS</b>	<b>\$</b>	<b>148.611,46</b>	<b>\$</b>	<b>100.415,88</b>	<b>\$</b>	<b>49.567,52</b>	<b>\$</b>	<b>52.637,41</b>	<b>\$</b>	<b>54.616,53</b>

<b>PATRIMONIO</b>										
Capital Social	\$	64.762,57	\$	64.762,57	\$	64.762,57	\$	64.762,57	\$	64.762,57
Utilidad Neta del Ejercicio (cada periodo)	\$	87.346,14	\$	91.465,03	\$	97.517,11	\$	103.556,68	\$	107.450,33
Utilidades Retenidas (acum de periodos anteriores)	\$	-	\$	87.346,14	\$	178.811,18	\$	276.328,29	\$	379.884,97
<b>TOTAL PATRIMONIO</b>	<b>\$</b>	<b>152.108,72</b>	<b>\$</b>	<b>243.573,75</b>	<b>\$</b>	<b>341.090,86</b>	<b>\$</b>	<b>444.647,54</b>	<b>\$</b>	<b>552.097,87</b>
<b>TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO</b>	<b>\$</b>	<b>300.720,18</b>	<b>\$</b>	<b>343.989,63</b>	<b>\$</b>	<b>390.658,38</b>	<b>\$</b>	<b>497.284,95</b>	<b>\$</b>	<b>606.714,41</b>

En el balance general se muestran las cuentas de activos, pasivo y patrimonio lo que permite reflejar que la empresa se encuentra financieramente bien a lo largo de 5 años de funcionamiento.

Tabla 32

*Evaluación Financiera*

<b>EVALUACIÓN FINANCIERA</b>	
<b>INVERSIÓN INICIAL I.I.</b>	(215.875,24)
<b>TASA descto o tasa de costo de oportunidad</b>	12%
<b>VAN</b>	\$ 107.434,36
<b>TIR</b>	31,32%
<b>Relación Beneficio/costo (B/C)</b>	\$ 1,18
<b>PERÍODO DE RECUPERACIÓN</b>	2,80

De acuerdo a la evaluación financiera considerando una tasa de descuento del 12% dio como resultado un VAN positivo, una TIR superior a la tasa de descuento, un beneficio costo de \$1,18 y un periodo de recuperación de 2 años y 9 meses aproximadamente por lo que el proyecto es factible y rentable.

Tabla 33

*Análisis de rentabilidad del proyecto*

<b>INDICADOR</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>	<b>AÑO 4</b>	<b>AÑO 5</b>
<b>MARGEN BRUTO</b>	53,29%	52,57%	52,78%	53,46%	53,64%
<b>MARGEN NETO</b>	33,05%	33,47%	34,51%	35,44%	35,57%
<b>RETORNO SOBRE ACTIVOS</b>	\$ 0,14	\$ 0,25	\$ 0,23	\$ 0,20	\$ 0,17
<b>RETORNO SOBRE CAPITAL</b>	\$ 1,35	\$ 1,41	\$ 1,51	\$ 1,60	\$ 1,66

En los ratios financieros se muestra el análisis de los 5 años que son satisfactorios para la empresa.

Tabla 34

*Punto de Equilibrio*

<b>Costos Variables</b>	
Materia Prima	\$ 19.622,00
Servicios Básicos	\$ 1.200,00
<b>Total Costos Variables</b>	\$ 20.822,00
<b>Costo Total Operativo</b>	\$ 113.555,60
<b>Costo Fijos</b>	\$ 51.589,20
<b>Ventas Totales</b>	\$ 264.297,60
<b>PUNTO DE EQUILIBRIO EN PORCENTAJE (PE)</b>	21,19%

Tabla 35

*Escenarios*

	<b>ESCENARIO PESIMISTA</b>	<b>ESCENARIO NORMAL</b>	<b>ESCENARIO OPTIMISTA</b>
Tasa de Descuento	12%	12%	12%
Inversión inicial	\$ (215.875,24)	\$ (215.875,24)	\$ (215.875,24)
Flujo 1	\$ 80.718,33	\$ 102.743,13	\$ 124.767,93
Flujo 2	\$ 45.816,36	\$ 61.167,64	\$ 76.518,93
Flujo 3	\$ 48.693,72	\$ 64.566,95	\$ 80.440,17
Flujo 4	\$ 106.748,50	\$ 123.161,42	\$ 139.574,34
Flujo 5	\$ 108.993,36	\$ 125.964,32	\$ 142.935,28
VPN	\$ 50.950,72	\$ 107.434,36	\$ 163.918,01
TIR	21,28%	31,32%	41,21%
B/C	\$ 1,11	\$ 1,18	\$ 1,25
PRI	3,38	2,80	2,18

El escenario optimista se consideró un porcentaje de capacidad utilizada de 65% y el pesimista una capacidad utilizada de 55%.

## **Conclusiones**

La empresa “Villamil Xtreme S.A.” que ofrece la práctica deportiva de Flyboard y Water hoverboard en el cantón General Villamil nace como una propuesta innovadora buscando mejorar el turismo en esta comunidad atrayendo a grandes masas posicionando al destino como un lugar donde se pueda realizar deportes náuticos de elite.

Como resultado de la investigación de la situación actual del cantón en conjunto con la entrevista realizada en el Ministerio de Turismo del cantón General Villamil, permitió conocer el perfil de mercado la cual estará enfocada en personas de 18 años en adelante que gusten de los deportes acuáticos.

Por medio de las encuestas realizadas se determinó que el 73% de los visitantes están interesados en practicar este tipo de deporte, dispuestos a pagar entre \$30 y \$40 dólares americanos.

De acuerdo con el análisis obtenido en las encuestas se pudo determinar que las personas tienen una buena disposición para la práctica de estos deportes, la empresa se enfocará en captar la atención de los futuros clientes a través del mercadeo puesto que es un producto nuevo aun no implementado en el país teniendo gran ventaja sobre los competidores.

Para la implementación de este proyecto la inversión inicial es de 215.875,24 a un plazo de 3 años. Con un TIR de 31,32% y un VAN de \$ 107.434,36 en los cuales se demuestra que el proyecto es factible y su recuperación será de 2 años y 9 meses.

El mayor riesgo y desventaja sería que un tercero desee invertir en una propuesta similar a la empresa haciéndole competencia directa con los mismos productos.

## **Recomendaciones**

Después del análisis investigativo realizado en la propuesta se considera viable siendo ideal para una inversión prospera de acuerdo a los datos obtenidos, se propone hacer una buena promoción de los productos para conocimiento del publico atrayendo su atención como meta especifica puesto que como se ha mencionado estos deportes son nuevos en el país y las personas no conocen de esta actividad.

Por otro lado la empresa deberá contar con personal capaz, responsable y capacitado que se desenvuelva en el ámbito turístico y servicio al cliente brindando seguridad e información de calidad a las personas interesadas, deben tener conocimiento amplio acerca de los deportes y de primeros auxilios para tomar precauciones ante cualquier situación que se presente mientras se realizan los deportes.

Se deben tomar en consideración las futuras amenazas de los nuevos competidores puesto que Flyboard y Water Hoverboard son deportes innovadores y nuevos en el mercado deportivo acuático los cuales deben mejorar periódicamente en cuanto a calidad y servicio para así establecer una barrera alta para dificultad las formas de entrada de los competidores.

Para verificación de los objetivos propuestos se deberá realizar periódicamente auditorías con el fin de controlar la situación financiera comprobando si se cumplen los procedimientos efectuados.

## Listado de Referencias

- Arias, F. (2006). *El proyecto de investigación: Introducción a la Metodología Científica* (6ª ed.). Caracas, Venezuela: Episteme.
- Asamblea Constituyente (2012). “Constitución del Ecuador”. Recuperado de [http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion\\_de\\_bolsillo.pdf](http://www.asambleanacional.gov.ec/documentos/constitucion_de_bolsillo.pdf).
- Banco Central del Ecuador (2016). “Inflación anual mayo 2016/ mayo 2015”. Recuperado de [https://contenido.bce.fin.ec/resumen\\_ticker.php?ticker\\_value=inflacion](https://contenido.bce.fin.ec/resumen_ticker.php?ticker_value=inflacion)
- Banco Central del Ecuador (2016). “Estadísticas Macroeconómicas Presentación Estructural”. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/Estadisticas/SectorReal/Previsiones/IndCoyuntura/EstMacroEstruc2016.pdf>.
- Banco Central del Ecuador (2006). “Situación Macroeconómica: Ecuador”. Recuperado de <https://contenido.bce.fin.ec/documentos/PublicacionesNotas/Catalogo/Memoria/2006/03situacion%20macroeconomica.pdf>.
- Benemérito Cuerpo de Bomberos de Guayaquil (2016). “Requisitos para establecimientos”. Recuperado de <http://www.bomberosguayaquil.gob.ec/index.php/servicios/permisos/309-requisitos-minimos-para-establecimientos-en-general#R1>.
- Cárdenas, G. (2002). *Diccionario de Ciencias Económico-Administrativas*. México: Universidad de Guadalajara.
- Castejón, J. (2001). *Iniciación deportiva. Aprendizaje y enseñanza*. Madrid, España: Pila Teleña.
- Cirigliano, P. (1989). *Iniciación acuática para bebés: Fundamentos y metodología*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Código de Policía Marítima (1960). “De las Matriculas de Embarcaciones”. Recuperado de [http://oa.upm.es/14340/2/Documentacion/1\\_Memoria/CodigoPoliciaMaritima.pdf](http://oa.upm.es/14340/2/Documentacion/1_Memoria/CodigoPoliciaMaritima.pdf).
- Da Fonseca, V. (1996). *Estudio y génesis de la psicomotricidad*. Barcelona, España: Inde.

- De la torre, O. (1980). *Turismo, fenómeno social*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Deming, W. (1989). *Calidad, productividad y competitividad. La salida de la crisis*. Madrid, España: Díaz Santos.
- Drucker, P. (1985). *La Innovación y el empresario innovador*. Barcelona, España: Edhasa.
- Elster, J. (1992). *El cambio tecnológico: investigaciones sobre la racionalidad y la transformación social*. Barcelona, España: Gedisa.
- Evaluación Ambiental Estratégica del Turismo Costero (2006). “Demanda Turística”. Recuperado de <http://simce.ambiente.gob.ec/sites/default/files/documentos/belen/EAE%20PLAYAS.pdf>.
- Flyboard Chile (2016). Flyboard Distribuidor Oficial. Recuperado de <http://www.flyboardchile.cl/flyboard/>.
- Freeman, C. (1982). *The Economics of Industrial Innovation* (2ª ed.). London, Inglaterra: Frances Pinter.
- García, J. & Casanueva, C. (2001). *Prácticas de la Gestión Empresarial*. Madrid, España: Mc Graw Hill.
- Gil, A. (1999). La encuesta. En A. Gil, *Fundamentos de investigación Educativa* (p. 88). Guayaquil, Ecuador: Nueva Luz.
- Gobierno Autónomo Descentralizado Municipal del Cantón Playas (2016). “Permiso de Construcción”. Recuperado de [http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite\\_imp.php?cd=1002](http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite_imp.php?cd=1002).
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2006). *Metodología de la investigación* (4ta ed.). México: Mc Graw Hill.
- Hernández, R., Fernández, C., & Baptista, P. (2000). *Metodología de la investigación*. México: Mc Graw Hill.
- Hoverboard MN (2016). “Water Hoverboard”. Recuperado de <http://hoverboardmn.com/about-hoverboard-mn/>.
- INEC (2010). “Censo de Población y Vivienda”. Recuperado de [http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0921\\_PLAYAS\\_GUAYAS.pdf](http://app.sni.gob.ec/sni-link/sni/Portal%20SNI%202014/FICHAS%20F/0921_PLAYAS_GUAYAS.pdf)

- INEC (2010). “El Censo informa: Educación”. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/capitulo\\_educacion\\_censo\\_poblacion\\_vivien da.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/wp-content/descargas/Presentaciones/capitulo_educacion_censo_poblacion_vivien da.pdf).
- INEC (2016). “Reporte de Economía Laboral”. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe\\_economia\\_laboral-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/EMPLEO/2016/Marzo-2016/Informe_economia_laboral-mar16.pdf).
- INEC (2016). “Reporte de Pobreza. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Marzo\\_2016/Informe%20pobreza-mar16.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/POBREZA/2016/Marzo_2016/Informe%20pobreza-mar16.pdf).
- INEC (2013). “Tecnologías de la Información y Comunicaciones”. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas\\_Sociales/TIC/Resultados\\_principales\\_140515.Tic.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Estadisticas_Sociales/TIC/Resultados_principales_140515.Tic.pdf).
- INEC (2014). “Encuesta de información ambiental económica en empresas”. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/EMPRESAS/Empresas\\_2014/Documento\\_tecnico\\_de\\_EIAEE\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/EMPRESAS/Empresas_2014/Documento_tecnico_de_EIAEE_2014.pdf).
- INEC (2014). “Encuesta de información ambiental económica en empresas”. Recuperado de [http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas\\_Ambientales/EMPRESAS/Empresas\\_2014/Documento\\_tecnico\\_de\\_EIAEE\\_2014.pdf](http://www.ecuadorencifras.gob.ec/documentos/web-inec/Encuestas_Ambientales/EMPRESAS/Empresas_2014/Documento_tecnico_de_EIAEE_2014.pdf).
- International Monetary Fund (2016). “World Economic Outlook: Too Slow for Too Long”. Recuperado de <https://www.imf.org/external/pubs/ft/weo/2016/01/pdf/text.pdf>
- Kotler, P., Bloom, P. & Hayes, T. (2004). *El Marketing de servicios profesionales*. Barcelona, España: Paidós Ibérica S. A.
- La prefectura del Guayas (2014). “Información General de Playas”. Recuperado de <http://www.guayas.gob.ec/cantones/playas>.
- Ley de Turismo (2008). “Capítulo I: Generalidades”. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf>.
- Lopatequi, E. (2001). *Introducción al estudio de la recreación*. España: Paidotribo.
- Malhotra, N. (1997). *Investigación de mercado* (2ª ed.). México: Editorial Prentice Hall.

- Mathieson, A. & Wall, G. (1982). *Tourism, Economic, Physical and Social Impacts*. New York, Estados Unidos: Longman.
- Martínez, D. & Milla, A. (2012). *La elaboración del plan estratégico a través del cuadro de mando integral*. Madrid, España: Ediciones Díaz de Santos S.A.
- Ministerio del Ambiente (2016). “Registro Ambiental”. Recuperado de [http://suia.ambiente.gob.ec/noticias/-/asset\\_publisher/WJwNYdP6iA2b/blog/certificado-de-registro-ambiental-automatico](http://suia.ambiente.gob.ec/noticias/-/asset_publisher/WJwNYdP6iA2b/blog/certificado-de-registro-ambiental-automatico).
- Ministerio de Turismo (2014). “Campaña All you need is Ecuador”. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/all-you-need-is-ecuador-es-la-campana-que-estara-en-el-mundo/>.
- Ministerio de Turismo (2014). “Ecuador supera cifra de visitantes”. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-supero-la-meta-de-15-millones-de-llegadas-de-turistas-extranjeros/>.
- Ministerio de Turismo (2015). “Premios World Travel Awards. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/ecuador-triunfa-nuevamente-en-los-premios-wta-2015-latinoamerica-con-14-premios/>.
- Ministerio de Turismo (2015). “Boletín Trimestral Visitantes Extranjeros”. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/descargas/Turismo-cifras/BoletinesEstadisticos/BoletinTrimestral/Boletin-1er-trimestre-2015.pdf>
- Ministerio de Turismo (2015). “Calidad Turística en Ecuador”. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/resultados-del-2015-ano-de-la-calidad-turistica-en-ecuador/>.
- Ministerio de Turismo (2015). “Registro de transporte marítimo y fluvial”. Recuperado de <http://servicios.turismo.gob.ec/index.php/31-registro-de-actividades-turisticas/112-registro-de-transporte-maritimo-y-fluvial>.
- Moreno, J. y Medrano, M. (1995). *Actividades acuáticas recreativas*. Valencia, España: IVEF.
- Municipio de Playas (2015). “Licencia única anual de funcionamiento” (LUA). Recuperado de <http://www.tramitesciudadanos.gob.ec/tramite.php?cd=284>.
- OCDE, European Commission, & Eurostat (2005). *Manual de Oslo, La Medida de las Actividades Científicas y Tecnológicas, Guía para la recogida e interpretación de datos sobre innovación* (3ª ed.). Madrid, España: Tragsa.

- OMT (2007). "Concepto de Turismo". Recuperado de <http://media.unwto.org/es/content/entender-el-turismo-glosario-basico>.
- OMT (2014). "Definición de Turismo Sostenible". Recuperado de <http://sdt.unwto.org/es/content/definicion>.
- OMT (1998). *Introducción al Turismo Educación Turística* (1ª ed.). Madrid, España: Egraf.
- Pacheco, O. (1999). Unidad 4. Métodos y Técnicas de Investigación Educativa. En O. Pacheco, *Fundamentos de Investigación* (p. 73). Guayaquil, Ecuador: Nueva Luz.
- Pacheco, O. (1999). Método Deductivo. En O. Pacheco, *Fundamentos de Investigación* (p. 76). Guayaquil, Ecuador: Nueva Luz.
- Pacheco, O. (1999). La observación. En O. Pacheco, *Fundamentos de Investigación* (p. 81). Guayaquil, Ecuador: Nueva Luz.
- Pacheco, O. (1999). La entrevista. En O. Gil, *Fundamentos de Investigación* (p. 83). Guayaquil, Ecuador: Nueva Luz.
- Pavon, J. & Goodman R. (1981). *"Proyecto Modeltec. La planificación del desarrollo tecnológico"*. Madrid, España: CDTI-CSIC
- Pedreño, A. (1996). *Introducción a la Economía del Turismo en España*. Madrid, España: Editorial Civitas S.A.
- Porter, M. (1980). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. New York, Estados Unidos: The Free Press.
- Porter, M. (2009). *Ser Competitivo*. Barcelona, España: Deusto.
- Premios Latinoamérica Verde (2015). "Reconocimiento a Ecuador". Recuperado de <http://premioslatinoamericaverde.com/ediciones-anteriores/premios-2015/>.
- Quesada, R. (2010). *Elementos de Turismo*. San José, Costa Rica: Euned.
- Randall, G. (2003). *Principios de Marketing* (2ª ed.). España: Thomson.
- Reglamento a la actividad Marítima (2015). "De la Concesión de las Zonas de Playa y Bahía". Recuperado de <http://www.apg.gob.ec/files/reglamentoalaactividadmaritima.pdf>.
- Reglamento de Operación Turística de Aventura (2014). "De los requisitos". Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/REGLAMENTO-DE-TURISMO-DE-AVENTURA.pdf>.

- Reglamento General de Actividades Turísticas (2011). “De la obligación de registro y la obtención de licencia anual de funcionamiento”. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/2016/04/Reglamento-de-Actividades-Turisticas.pdf>.
- Reglamento General de la Ley de Turismo (2008). “De las Actividades Turísticas y su Categorización”. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>.
- Reglamento General de la Ley de Turismo (2008). “De la Licencia Única Anual de Funcionamiento”. Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/wp-content/uploads/downloads/2014/02/Reglamento-General-Ley-de-Turismo.pdf>.
- Registro Municipal de la Propiedad y Mercantil del cantón Playas (2016). “Registro de propiedad”. Recuperado de <http://www.rmpplayas.gob.ec/tramites/inscripciones/>.
- Secretaría Nacional de Planificación y Desarrollo (2013). “Plan Nacional”. Recuperado de <https://www.biess.fin.ec/files/ley-transparencia/plan-nacional-del-buen-vivir/Resumen%20PNBV%202013-2017.pdf>.
- Schumpeter, J. (1912). *Teoría del desenvolvimiento económico*. D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- Schumpeter, J. (1967). *Teoría del desenvolvimiento económico* (4ª ed.). D.F., México: Fondo de Cultura Económica.
- SRI (2016). “Requisitos de RUC”. Recuperado de <http://www.sri.gob.ec/web/guest/ins-pnatural>.
- Tamayo, T. & Tamayo, M. (1997). *El Proceso de la Investigación Científica*. México: Limusa S.A.
- Universon (2014). “Ecuador en el puesto 81 en ranking de tecnología de información y comunicación”. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2014/01/05/nota/1983216/ecuador-puesto-81>.
- Universon (2016). “Economía de Ecuador caerá 4,5% este 2016, según el FMI”. Recuperado de <http://www.eluniverso.com/noticias/2016/04/12/nota/5520138/economia-ecuador-caera-45-este-2016-segun-fmi>.

Vargas, A. (1995). *Estadística Descriptiva e Inferencial*. Murcia, España: Compobell.

Flyboard Chile (2016). “Water Hoverboard Distribuidor Oficial”. Recuperado de <http://www.flyboardchile.cl/hoverboard/>

Zapata Racing (2003). “Flyboard”. Recuperado de <http://zapata-racing.com/flyboard/>.

Zapata Racing (2003). “Water Hoverboard”. Recuperado de <http://zapata-racing.com/hoverboard-en/>.

## Apéndice

### Formato de Encuesta

La intención de estas encuestas es conocer con datos reales la viabilidad del Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil. Estos deportes acuáticos son considerados como turismo de aventura, en la cual se requiere de una tabla o botas bajo los pies con dos potentes chorros hacia abajo que permiten realizar todo tipo de piruetas sobre el agua propulsado con un chorro a presión con la ayuda de una moto acuática

### Datos generales

**Género:** Masculino  Femenino

### Edad:

18 a 29 años ( )    30 a 41 años ( )    42 a 53 años ( )    54 a 65 años ( )

### Información

**1. ¿Con que frecuencia visita el cantón General Villamil?**

- a) Fines de semana
- b) Una vez al mes
- c) Cada año
- d) Solo feriados
- e) Vacaciones

**2. Cuándo visita el cantón General Villamil lo realiza**

- a) Con familia
- b) Con amigos
- c) Solo

**3. ¿Cuándo visita las playas ecuatorianas ha realizado algún deporte de aventura?**

- a) Si
- b) No

**4. ¿Qué tipo de deportes de aventura ha realizado?**

- a) Surf
- b) Bodyboard
- c) Esquí acuático
- d) Tabla vela
- e) Ninguno

- 5. ¿Alguna vez ha escuchado acerca de Flyboard y Water Hoverboard?**
- a) Si
  - b) No
- 6. ¿Le gustaría realizar este nuevo deporte acuático de Flyboard y Water Hoverboard?**
- a) Si
  - b) No
- 7. ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por este tipo de deporte?**
- a) \$30 a \$40
  - b) \$40 a \$50
  - c) \$50 o más
- 8. ¿A través de qué medios le gustaría recibir información de estos deportes?**
- a) Flyers
  - b) Valla publicitaria
- 9. ¿Qué aspectos tomaría en cuenta para poder practicar estos deportes acuáticos?**
- a) La calidad del producto
  - b) La seguridad
  - c) El servicio (trato al cliente)
  - d) Atención personalizada



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Camisan Navas Cyntia Johanna, con C.C: # 0950033373 autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil, provincia del Guayas** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

---

Nombre: Camisan Navas Cyntia Johanna

C.C: 0950033373



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



**SENESCYT**  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

## DECLARACIÓN Y AUTORIZACIÓN

Yo, Fuentes Chacón Verónica Yessenia, con C.C: # 0917616856 autora del trabajo de titulación: **Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil, provincia del Guayas** previo a la obtención del título de **INGENIERA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS** en la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.

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

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

Guayaquil, 31 de agosto del 2016

---

Nombre: Fuentes Chacón Verónica Yessenia

C.C: 0917616856



Presidencia  
de la República  
del Ecuador



Plan Nacional  
de Ciencia, Tecnología,  
Innovación y Saberes



SENESCYT  
Secretaría Nacional de Educación Superior,  
Ciencia, Tecnología e Innovación

<b>REPOSITORIO NACIONAL EN CIENCIA Y TECNOLOGÍA</b>		
<b>FICHA DE REGISTRO DE TESIS/TRABAJO DE TITULACIÓN</b>		
<b>TÍTULO Y SUBTÍTULO:</b>	Estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil, provincia del Guayas.	
<b>AUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Camisan Navas Cyntia Johanna Fuentes Chacón Verónica Yessenia	
<b>REVISOR(ES)/TUTOR(ES)</b> (apellidos/nombres):	Diez Farhat, Said	
<b>INSTITUCIÓN:</b>	Universidad Católica de Santiago de Guayaquil	
<b>FACULTAD:</b>	Facultad de Especialidades Empresariales	
<b>CARRERA:</b>	Escuela de Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	
<b>TÍTULO OBTENIDO:</b>	Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras	
<b>FECHA DE PUBLICACIÓN:</b>	<b>No. DE PÁGINAS:</b>	85
<b>ÁREAS TEMÁTICAS:</b>	Turismo, Administración, Innovación	
<b>PALABRAS CLAVES/ KEYWORDS:</b>	Flyboard, Hoverboard, Innovación, Potencial Turístico, Empresa.	
<b>RESUMEN/ABSTRACT (150-250 palabras):</b>		
<p>La propuesta del estudio de factibilidad para la implementación de una empresa que ofrezca la práctica deportiva de Flyboard y Water Hoverboard en el cantón General Villamil provincia del Guayas tiene como finalidad ofrecer una alternativa nueva e innovadora en deportes acuáticos para turistas nacionales y extranjeros con fines de entretenimiento.</p> <p>Se escogió el cantón General Villamil para la implementación de la propuesta debido a que la investigación de mercado realizada en dicho cantón mostró que tiene gran potencial turístico y una gran aceptación por la población fomentando aún más el tránsito nacional y extranjero.</p> <p>Las actividades que la empresa prevé ofertar son de gran innovación en el ámbito turístico ya que Flyboard y Water Hoverboard no se han implementado en el país siendo de gran ventaja por ser la primera operadora que va a ofrecer estos deportes.</p> <p>Es por esta razón que el servicio aportará más a la afluencia de turistas nacionales e internacionales saliendo beneficiado tanto el cantón como la empresa y también sus habitantes generando más empleos.</p>		
<b>ADJUNTO PDF:</b>	<input checked="" type="checkbox"/> SI	<input type="checkbox"/> NO
<b>CONTACTO CON AUTOR/ES:</b>	<b>Teléfono:</b> 0988889642 (Cyntia Camisan) 0967613178 (Verónica Fuentes)	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:camizan_navas63ogs@hotmail.com">camizan_navas63ogs@hotmail.com</a> <a href="mailto:verito_fuentes_chacon@hotmail.com">verito_fuentes_chacon@hotmail.com</a>
<b>CONTACTO CON LA INSTITUCIÓN:</b>	<b>Nombre:</b> Guzmán Barquet Eduardo Andrés	
	<b>Teléfono:</b> +593-4-2206950 ext 5027; 0997202912	
	<b>E-mail:</b> <a href="mailto:eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec">eduardo.guzman01@cu.ucsg.edu.ec</a>	