



# ¡ POSGRADOS !

## MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS

RPC-SO-37-No.696-2017

OPCIÓN DE  
TITULACIÓN:

PROYECTO DE DESARROLLO

TEMA:

DESARROLLO Y PLAN ESTRATÉGICO PARA EL NUEVO  
PRODUCTO -BUCEO DE ALTURA- PARA UNA AGENCIA  
DE VIAJES OPERADORA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA

AUTOR:

ALEJANDRO DAVID CADENA CEDEÑO

DIRECTOR:

MANUEL ANÍBAL BEDÓN MARTÍNEZ

QUITO - ECUADOR  
2020

**Autor:**



***Alejandro David Cadena Cedeño***

Técnico Guía Nacional de Turismo

Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Preservación Ambiental

Candidato a Magíster en Administración de Empresas, Mención Gestión de Proyectos por la Universidad Politécnica Salesiana – Sede Quito

[acadenac@est.ups.edu.ec](mailto:acadenac@est.ups.edu.ec)

**Dirigido por:**



***Manuel Aníbal Bedón Martínez***

Economista

Magister en Gestión Empresarial

Magister en Desarrollo Local con mención en Formulación y Evaluación de Proyectos de Desarrollo Endógeno.

[aredroban@ups.edu.ec](mailto:aredroban@ups.edu.ec)

Todos los derechos reservados

Queda prohibida, salvo excepción prevista en la Ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra para fines comerciales, sin contar con autorización de los titulares de propiedad intelectual. La infracción de los derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual. Se permite la libre difusión de este texto con fines académicos investigativos por cualquier medio, con la debida notificación a los autores.

**DERECHOS RESERVADOS**

©2020 Universidad Politécnica Salesiana.

QUITO – ECUADOR – SUDAMÉRICA

CADENA CEDEÑO ALEJANDRO DAVID

***DESARROLLO Y PLAN ESTRATEGICO PARA EL NUEVO PRODUCTO - BUCEO DE ALTURA- PARA UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA***

**DEDICATORIA**

*A mi hija, Alejandra Cadena quien fue la motivación principal de esta maestría. ¡Te amo!*

## TABLA DE CONTENIDO

AUTOR .....	I
DIRECTOR.....	I
DEDICATORIA .....	II
TITULO .....	V
AUTOR.....	V
RESUMEN .....	V
ABSTRACT.....	VI
1.- INTRODUCCIÓN.....	1
2.- DETERMINACIÓN DEL PROBLEMÁTICA.....	1
2.1 Formulación del Problema .....	1
2.2 Justificación teórica.....	2
2.3 Justificación Práctica.....	3
2.4 Objetivos .....	3
2.4.1 Objetivo General .....	3
2.4.2 Objetivos Específicos.....	3
3.- MARCO TEÓRICO REFERENCIAL .....	4
3.1 Marco Conceptual .....	4
3.2 Bases Teóricas.....	7
3.3 Análisis Crítico de las Metodologías Existentes Relacionadas al Problema .....	8
4. MATERIALES Y METODOLOGÍA.....	8
4.1 Unidad de Análisis .....	8
4.1.1 Población, Tamaño y Selección de la Muestra: .....	9
4.2 Métodos a Emplear.....	9
4.3 Identificación de las Necesidades de Información:.....	10
4.3.1 Fuentes Primarias: .....	10
4.3.2 Fuentes Secundarias: .....	10
4.4 Técnicas de Recolección de Datos:.....	10
4.5 Herramientas Utilizadas para el Análisis e Interpretación de la Información: .....	10
5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	11
5.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados .....	11

5.1.1 Resultados Encuestas a los Buzos que Visitan Galápagos.....	11
5.1.2 Resultados Encuestas para las Tiendas de Buceo en Guayaquil .....	21
6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN .....	26
6.1 Estudio de Mercado.....	26
6.1.1 Identificación del Producto o Servicio .....	26
6.1.2 Aplicación de la Encuesta / Entrevista .....	26
6.2 La Demanda .....	26
6.2.1 Objetivos .....	26
6.2.1.1 Objetivo General.....	26
6.2.1.2 Objetivos Específicos .....	26
6.2.2 Variables.....	27
6.2.2.1 Precio .....	27
6.2.2.2 Ingreso .....	27
6.2.2.3 Precio de Bienes Relacionados.....	27
6.2.2.4 Gustos .....	27
6.2.2.5 Expectativas.....	28
6.2.2.6 Número de Compradores.....	28
6.2.3 Área del Mercado .....	28
6.2.4 Comportamiento Histórico de la Demanda.....	28
6.2.5 Proyección de la Demanda.....	28
6.3 La Oferta .....	29
6.3.1 Listado de Proveedores .....	29
Tabla No. 4: Listado de Proveedores .....	29
6.3.2 Régimen del Mercado .....	30
6.3.2.1 Actores del Mercado.....	30
6.3.2.2 Clima de Negocios.....	30
6.3.3 Variables de la Oferta.....	30
6.3.4 Comportamiento Histórico de la Oferta .....	31
6.3.5 Proyección de la Oferta .....	31
6.3.6 Determinación de la Demanda Insatisfecha .....	31
6.3.7 Determinación del Mercado Objetivo. k.....	31

6.4 Los Precios .....	32
6.4.1 Precios Existentes en el Mercado.....	32
6.5 La Comercialización .....	32
6.5.1 Selección de los Canales de Comercialización .....	32
6.5.2 Tipo de Promoción y Publicidad.....	32
6.6 Estudio Técnico.....	33
6.6.1 Estudio del Tamaño.....	33
6.6.1.1 Capacidad del Proyecto .....	33
6.6.1.2 Factores que Condicionan el Tamaño del Proyecto .....	33
6.6.1.3 Tamaño Óptimo del Proyecto.....	34
6.6.2 Estudio de Localización .....	34
6.6.3 Ingeniería del Proyecto.....	35
6.6.3.1 Procesos de Producción - Día Completo "Buceo De Altura" .....	36
6.6.3.2 Flujogramas de los Procesos de Producción.....	36
6.6.4 Análisis Organizacional .....	36
6.6.4.1 Identidad .....	37
6.6.4.2 Objetivo General.....	37
6.6.4.3 Objetivos Específicos .....	37
6.6.4.4 Cultura Organizacional de la Empresa .....	38
6.6.4.5 Misión.....	38
6.6.4.6 Visión.....	38
6.6.4.7 Valores.....	38
6.6.4.8 Conocimiento como Valor Estratégico.....	39
6.6.4.9 Organigrama Estructural Propuesto para una Agencia de Viajes Operadora. 39	
6.6.5 Análisis Legal.....	39
6.7 Estudio Económico .....	40
6.7.1 Estudio Financiero.....	40
6.7.1.1 Flujo de Fondos del Inversionista .....	40
6.7.1.2 Costos del Proyecto .....	41
6.8 Evaluación Económica.....	41
6.8.1 Evaluación Financiera VAN, TIR, ETC. ....	41

7. CONCLUSIONES .....	41
8. RECOMENDACIONES.....	43
9. AGRADECIMIENTOS .....	44
10. REFERENCIAS (BIBLIOGRÁFICAS).....	44

## **TITULO**

“DESARROLLO Y PLAN ESTRATEGICO PARA EL NUEVO PRODUCTO -BUCEO DE ALTURA- PARA UNA AGENCIA DE VIAJES OPERADORA EN LA PROVINCIA DE IMBABURA”.

## **AUTOR**

ALEJANDRO DAVID CADENA CEDEÑO

## **RESUMEN**

La presente investigación se ha desarrollado con el fin de solventar la inquietud del interés de desarrollar y realizar un plan estratégico par aun producto nuevo que se podría tener en el ámbito turístico. El estudio tomo encuentra dentro de la industria turística, una actividad de aventura como es el buceo; pero, esta actividad se ha complementado con el Buceo de Altura el cual a nivel mundial es poco explotado y no existe una empresa nacional que haya emprendido con eta actividad en el Ecuador.

Sin duda el Ecuador es potencia turística y el turismo es una de las principales actividades que tiene, es por eso que es importante fomentar e innovar nuevos productos diferentes a los que en la actualidad ya tiene. Ese es el caso del desarrollo de este estudio, buscar la viabilidad y desarrollar un producto Buceo de Altura acorde a los gustos, preferencias y además localización que permita su fácil operación y acceso, generando interés en nuestros potenciales clientes.

Los resultados de este documento son prometedores y sin duda se encontró el interés y la forma para el desarrollo del producto, tomando en cuenta los beneficios empresariales y sobre todo el ser pioneros en esta actividad que supone un aumento de ventas para las empresas de turismo.

Parte importante, es la promoción la cual será factor fundamental para empezar a dejar un precedente y alcanzar los objetivos empresariales para este nuevo emprendimiento.

**Palabras Claves:** Buceo, altura, administración, turismo, operaciones, agencias de viaje



## **ABSTRACT**

This investigation had been made with the propose to cover a restlessness and interest to make a strategic plan for a new product for the tourism industry. This new product is related on the tourism industry. This contained different specialties, one of them is the Adventure Sports and Scuba Diving is one of it. That is why one of the complements of this activity could be “The Altitude Scuba Diving”. There is not a similar product in other parts of the world and in Ecuador either.

Tourism in Ecuador is one of the most important economic activities, it represents the fourth most important income of the country. It is important to create and foment new and different products even the ones that Ecuador already has. This is why this document was done. It finds if this new service call “Altitude Scuba Diving” could be done in Ecuador according to the preferences and pleasures. It will take care of the location which needs to be easy to develop and produce interest to the potential client.

The results of this investigation are very satisfied and clearly there is interest of develop this new product. Of course, we will think about the business benefits and we were to be the first company on that activity promoting high sales for the travel company.

Promotion is very important to promote this new service to reach the business objects.

**Keywords:** Scuba diving, altitude, management, tourism, operations, travel agencies.

## **1.- INTRODUCCIÓN**

El turismo encierra muchos giros de negocio y oportunidades para quienes quieren emprender con productos innovadores y atractivos para los potenciales clientes que exigen nuevas “experiencias” y así mismo, las empresas de turismo se ven obligadas a crear nuevos productos que puedan favorecer satisfacer las necesidades de sus clientes. En la actualidad existen apoyo de las entidades gubernamental tales para desarrollar nuevas ideas en la industria turística, algunas de estas podrían ser como un turismo de aventura especialmente en la zona andina ecuatoriana, por ejemplo, existe el trekking, highking, alta montaña, etc.; pero, no hay algún producto estrella, nuevo y que prometa alcanzar nuevos y potenciales clientes saliendo un poco de la venta de productos tradicionales y teniendo buenos resultados económicos para la empresa como pioneros de un nuevo producto pionero en el turismo de aventura.

La “Marca País” se ve apalancada por nuestro atractivo principal que son las Islas Galápagos, por eso las agencias de viajes se enfocan en un turismo tradicional y no ha podido desarrollar “nuevos productos”, los cuales promuevan que la gente desee conocer más a fondo el país. El continente ecuatoriano aún no ha sido desarrollado y explotado turísticamente y es por eso que el país está iniciando la operación turística en el continente ecuatoriano debido al desconocimiento de los diferentes productos que ya existen y a la vez se han vuelto tradicionalistas. Por eso la necesidad de la empresa de tener un nuevo producto nuevo y original tomando en cuenta la sostenibilidad y sustentabilidad del área que se propone en la cual se va desarrollar.

## **2.- DETERMINACIÓN DEL PROBLEMÁTICA**

### **2.1 Formulación del Problema**

El producto “Buceo de Altura” no es un servicio turístico formalmente ofrecido a turistas extranjeros en el Ecuador, pues no es un producto conocido, fortalecido en como paquete o producto turístico ofertado a nivel internacional y a nivel local. Se conoce que en países como Argentina y Chile se están realizando pruebas piloto de este producto rompiendo expectativas para los creadores de esta especialidad. El Buceo de Altura en el país, se está realizando como un pasatiempo y/o nuevos deportes de entretenimiento. Además, es una forma de entrenamiento a fuerzas especiales tanto policiales como militares. El buceo es una actividad que se puede desarrollar por personas de los seis años a los noventa años sin efectos secundarios o

afectaciones a la salud; para lo que se requiere tener en cuenta las disposiciones, sugerencias y lineamientos que establecen los manuales de buceo para este tipo de especialidad de buceo, Buceo de Altura.

## **2.2 Justificación teórica**

Según el Ministerio de Turismo (MINTUR) el arribo de extranjeros al Ecuador Creció un catorce por ciento con relación al 2016, esto quiere decir que al menos llegaron un millón seiscientos diecisiete mil novecientos catorce turistas. Esto hace que el turismo en el Ecuador aporte 9,8% del Producto Interno Bruto (PIB) lo que equivale a doscientos setenta y siete millones de personas (Jaramillo & Chávez, 2017). Pichincha es una de las provincias más visitada con un 12.7% del total del año anterior.

En el 2018 por decreto ejecutivo se resolvió la política de “Cielos Abiertos” como política para fomentar el turismo en el país y eso como estrategia para aumentar el ingreso de turistas internacionales al país.

Las agencias de viajes tienen la necesidad de operar los programas turísticos tradicionales crear un nuevo producto, innovador, que no haya sido explotado en la zona continental del Ecuador, tomando en cuenta la cercanía a la ciudad de Quito donde la mayoría de extranjeros empiezan las actividades de visita al Ecuador. Tomando esta consideración y tomando en cuenta un turismo de aventura pues la tentativa mundial es descubrir y hacer actividades turísticas de aventura se va a desarrollar un producto y la estrategia para promover el buceo en una o algunas lagunas del norte del país.

El turismo de aventura en el Ecuador está considerado como un potencial turístico a tal punto que algunos representantes de Adventure Travel Trade Assotiation como Ahannon Stowell ha venido al Ecuador a compartir experiencias y ha incentivado actividades turísticas tomando en cuenta los pilares de este tipo de turismo como son: la cultura, la naturaleza y la actividad.

Entonces, por las nuevas tendencias turísticas que se presentan en el Ecuador y en la búsqueda de nuevos productos turísticos se ha propuesto una idea innovadora, no fácil de comprender pero a

su vez muy atractiva para las personas que estén interesados a hacer deportes de aventura relacionados con el tema del buceo como nuevo producto turístico y sobre todo haciendo un buen manejo ambiental con todos los parámetros aceptables también para todos quienes estén involucrados en el este proyecto de investigación.

### **2.3 Justificación Práctica**

El objetivo principal para el desarrollo de este plan es el que a mediano plazo la empresa pueda ser pionera en el ámbito Buceo en la Altura, así mismo, tener un crecimiento económico empresarial y no depender solamente del turismo tradicional como en la actualidad se ha venido desarrollando. Es por eso, para poder desarrollar este plan tenemos que tener herramientas y habilidades humanas para poder hacer de este un producto estrella y en el futuro que este sea la tarjeta de presentación de nuestra empresa. Se tendrá que realizar la búsqueda del mercado, contactar personas involucradas y/o proveedores, conocer de normativas ambientales por encontrarse en un área protegida, recursos humanos, equipos, transporte, etc. El resultado de todo esto será el desarrollo de la estrategia del producto para la toma de decisiones y ver la viabilidad para el lanzamiento del nuevo producto “Buceo de Altura”

### **2.4 Objetivos**

#### **2.4.1 Objetivo General**

Desarrollar un plan estratégico para el nuevo producto -Buceo de Altura- para una agencia de viajes operadora en la provincia de Imbabura, con un análisis de las preferencias de los posibles clientes (turistas), buscando preferencias y nuevas formas de innovación para la toma de decisión al momento de lanzar el nuevo producto.

#### **2.4.2 Objetivos Específicos**

- Analizar el entorno turístico en el Ecuador con la información existente en los diferentes entes gubernamentales y tecnológicos para el conocimiento del micro y macro ambiente que rodea a la empresa.
- Realizar un estudio de mercado para conocer la facticidad del desarrollo del presente plan buscando posibles clientes que estén interesados en nuevas formas de turismo con métodos de mercado que permitan la promoción de este nuevo producto a desarrollarse.

- Plantear un plan estratégico para el Producto Buceo de Altura, con las herramientas técnicas y teóricas, de acuerdo a los resultados obtenidos en el estudio de mercado, para la toma de decisiones para el lanzamiento del producto Buceo de Altura.
- Efectuar un análisis financiero con el fin de la investigación de formas de financiamiento para la ejecución de este plan estratégico con ayuda de la banca pública, privada u otros entes como inicio para las operaciones del nuevo producto.

### **3.- MARCO TEÓRICO REFERENCIAL**

#### **3.1 Marco Conceptual**

El vocabulario a utilizar para esta investigación es abierto, dentro de la terminología se propondrá diferentes palabras técnicas turísticas que a continuación se proponen:

- Organización Mundial del Turismo. - es el organismo de las Naciones Unidas encargado de la promoción de un turismo responsable, sostenible y accesible para todos.
- Ministerio de Turismo del Ecuador. - es la cartera de Estado encargada del turismo del Ecuador. Como ente rector, lidera la actividad turística en el Ecuador, desarrolla sostenible, consciente y competitivamente el sector, ejerciendo sus roles de regulación, planificación, gestión, promoción, difusión y control.
- Sistema Nacional de Áreas Protegidas. - Es el conjunto de áreas protegidas, actores sociales y estrategias e instrumentos de gestión que las articulan, para contribuir como un todo al cumplimiento de los objetivos de conservación del país.
- Sistema de Información de Biodiversidad. - el SIB surge como respuesta a la necesidad de contar con una herramienta que permita gestionar la información relacionada con la administración del Patrimonio Natural de Ecuador, con la perspectiva de constituirse como un nodo de información que articula procesos de generación y administración sobre la biodiversidad del país.
- Región Interandina. - también conocida como Sierra del Ecuador, es una extensión de territorio geográfico que se extiende de norte a sur por los Andes, atravesando totalmente por la mitad la nación ecuatoriana. Es popularmente conocida por presentar elevaciones

variadas, que van desde los 1500 metros sobre el nivel del mar hasta su punto más alto, a 6310 metros sobre el nivel del mar, ubicado en la cúspide del Chimborazo.

- ✓ Turismo Sustentable. - es una forma de turismo que sigue los principios de sostenibilidad. El turismo sustentable en su sentido más puro, es una industria comprometida a hacer un bajo impacto sobre el medio ambiente y cultura local, al tiempo que contribuyen a generar ingresos y empleo para la población local.
- ✓ Turismo Sostenible. - es el desarrollo que satisface las necesidades del presente, sin comprometer la capacidad para que las futuras generaciones puedan satisfacer sus propias necesidades
- ✓ Agencias de Viajes Operadoras. - estas son aquellas que organizan los viajes contratando directamente con los proveedores de los servicios.
- ✓ Turismo de Aventura. - es un tipo de turismo que implica exploraciones o viajes con una percepción y, posiblemente, existencia real de riesgos, y que potencialmente requiere de destrezas especiales o de ciertas condiciones físicas.
- ✓ Producto Turístico. - es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos y atractivos, equipamiento e infraestructuras, servicios y actividades recreativas e imágenes y valores simbólicos
- ✓ Paquete Turístico. - e le considera un conjunto de servicios debido a que en el momento en su operación cada programa involucra servicios intermedios o de base tales como: alojamiento, transporte de aproximación, gastronomía, recreación, visitas guiadas, transporte local, lugares de diversión, etc.
- ✓ Guía Turístico. - Un guía de turismo es la “cara” de un país, un embajador de la cultura que se visita, es el “portavoz” y “juglar contemporáneo” del eco histórico que resuena a través de la realidad presente: edificios, construcciones, tradiciones, canciones y cualquier otra manifestación actual que forma parte de los bienes tangibles e intangibles de una nación en un espacio determinado; en otras palabras, es el embajador cultural de un país reconocido formalmente para desempeñar dicha labor.
- ✓ Guía de Buceo de Altura. – guía de turismo especializado con un entrenamiento adicional para poder promover y realizar actividades de buceo bajo la responsabilidad de personas que deseen realizar esta actividad.

- ✓ Lagunas / Lagos. - una acumulación de agua de una profundidad menor a la de un lago. Por lo general sus aguas son dulces y dan lugar a una variada flora y fauna tanto en sus inmediaciones terrestres como desde el punto de vista acuático.
- ✓ Buceo de Altura. - se denomina buceo en altura al que se realiza en lago de montaña a altitudes mayores a trecientos metros (300 mts.) con respecto al nivel del mar
- ✓ Manejo de Grupos. – es la persona que conduce aquellos grupos que realizan tours con características muy específicas, además son desplazamientos que se realizan con la idea de conocer diversas manifestaciones culturales, naturales, sociales y el producto turístico de un país o zona en forma integral.
- ✓ Estudio de Mercado. - Estudio de mercado es el conjunto de acciones que se ejecutan para saber la respuesta del mercado, Target (demanda) y proveedores, competencia (oferta) ante un producto o servicio.
- ✓ Estudio Financiero. - es el análisis de la capacidad de una empresa para ser sustentable, viable y rentable en el tiempo. El estudio financiero es una parte fundamental de la evaluación de un proyecto de inversión. ... En las empresas, la viabilidad está íntimamente ligada con su rentabilidad
- ✓ Proyecto. - es un conjunto de actividades emprendidas por una persona o una entidad para alcanzar un objetivo específico. Dichas actividades fueron planificadas y se encuentran relacionadas entre sí y se desarrollan de manera conjunta.
- ✓ Viabilidad de un proyecto.- es el estudio que dispone el éxito o fracaso de un proyecto a partir de una serie de datos base de naturaleza empírica: medio ambiente del proyecto, rentabilidad, necesidades de mercado, factibilidad política, aceptación cultural, legislación aplicable, medio físico, flujo de caja de la operación, haciendo un énfasis en viabilidad financiera y de mercado. Es por lo tanto un estudio dirigido a realizar una proyección del éxito o fracaso de un proyecto.
- ✓ Modelo Estadístico. - es una ecuación matemática que reproduce los fenómenos que observamos de la forma más exacta posible. Para ello tiene en cuenta los datos suministrados y la influencia que el azar tiene en estas observaciones.

### 3.2 Bases Teóricas

No existen proyectos de tesis relacionados con este tipo de iniciativas como un buceo de altura, más si se encuentran estudios de demanda de cursos de buceo en las playas del Ecuador y muy poca información acerca del buceo en altura, en este caso lagunas de los Andes ecuatorianos.

- Planeación Estratégica de una Empresa. – según el libro de Pedrós cita una de los conceptos como: “Deseamos convertirnos en la primera empresa de nuestro mercado. Lo que más nos importa es una elevada satisfacción de nuestros clientes. Ofrecemos a nuestros clientes productos y servicios con una relación precio/calidad excelente. La calidad es para nosotros algo más que una palabra hueca (Pedrós & Gutiérrez, 2005).
- Buceo de Altura. – Según Alfredo Lowenstein, instructor de buceo de altura en México define al buceo de altura como: “cualquier buceo sobre el nivel del mar, sin importar la altitud. En algunos casos, se dice que el buceo en altitud empieza a partir de los 300 metros sobre el nivel del mar, esto obedece a que algunas tablas de buceo permiten bucear hasta esta altitud sin necesidad de realizar ningún ajuste en el plan de buceo. Sin embargo, aun cuando las tablas permitan esto, para tener mayor seguridad, es recomendable realizar los ajustes pertinentes en los planes; sobre todo si se pretende hacer buceos profundos o muy prolongados.” (Lowenstein, 2000).
- Investigación Científica. – Según Tania Guffante y otros el concepto que proponen es: “Es la actividad de búsqueda que se caracteriza por ser reflexiva, sistemática y metódica; tiene por finalidad obtener conocimientos y solucionar problemas científicos, filosóficos o empírico-técnicos, y se desarrolla mediante un proceso”(Guffante Naranjo, Guffante Naranjo, & Chávez Hernández, 2016).
- Turismo de aventura. - la UNID define esto como: “Los viajes que tienen con fin realizar actividades recreativas, asociadas a desafíos impuestos por la naturaleza”(Universidad Interamericana para el Desarrollo, 2014)



- Desarrollo de Productos Turísticos. – De acuerdo con Mincetur, “un producto turístico es un conjunto de componentes tangibles e intangibles que incluyen recursos o atractivos turísticos, infraestructura, actividades recreativas, imágenes y valores simbólicos para satisfacer motivaciones y expectativas, siendo percibidos como una experiencia turística , existe una relación secuencial y progresiva entre recurso turístico, atractivo turístico, producto turístico y destino turístico”(Olivares, 2014).

### **3.3 Análisis Crítico de las Metodologías Existentes Relacionadas al Problema**

Como se pudo observar para la investigación existió varias metodologías a tomar en cuenta y eso para esta se a tomado en consideración las siguientes:

- Método de inducción completa por conclusión probable: Esta se utilizó con el objeto de la investigación ya que cuenta con una población grande utilizando una unidad de estudio finita, homogénea y con un fin que es el buceo.
- Método analítico: este como se lo conoce ayuda a los elementos a distinguir un elemento o en este caso un tema de investigación y procede a revisar ordenadamente cada uno de las hipótesis por separado.
- Método Lógico inductivo (completo): este en cambio ayudó a la investigación a inferir la semejanza entre dos o más objetivos de la investigación que son ya conocidas.

## **4. MATERIALES Y METODOLOGÍA**

### **4.1 Unidad de Análisis**

El Ministerio de Turismo y la Fundación Charles Darwin en la actualidad contaron con un programa de monitoreo que refleja impactos y perfiles de los Buzos recreativos que realizaron actividades de buceo dentro del Área Marina Galápagos. Por ende, la unidad de análisis y potenciales clientes serán los Buzos que llegan a realizar actividades de buceo recreativo en la Reserva Marina de Galápagos.

#### 4.1.1 Población, Tamaño y Selección de la Muestra:

El Ministerio de Turismo y la Fundación Charles Darwin en la actualidad contaron con un programa de monitoreo que refleja impactos y perfiles de los Buzos recreativos que realizaron actividades de buceo dentro del Área Marina Galápagos. Por ende, la unidad de análisis y potenciales clientes serán los Buzos que llegan a realizar actividades de buceo recreativo en la Reserva Marina de Galápagos.

Según datos de la Fundación Charles Darwin con su programa de monitoreo DiveStat se estimó que treinta mil (30mil) buzos, es decir, el 15% de turistas llegan Galápagos para realizar esta actividad (Vilema, 2017).

Para la formula se ha tomado en cuenta El cálculo de la Muestra de una población finita ya que esta viene dada por un histórico y de actividades de buceo en Galápagos, entonces:

$$n = \frac{NZ_{\alpha}^2\sigma^2}{e^2(N-1) + Z_{\alpha}^2\sigma^2}$$

MARGEN DE ERROR MÁXIMO ADMITIDO	5,0%
TAMAÑO DE LA POBLACIÓN	30.000
Tamaño para un nivel de confianza del 95% .....	379
Tamaño para un nivel de confianza del 97% .....	464
Tamaño para un nivel de confianza del 99% .....	651

**Tabla No. 1: Cálculo de Tamaño de la muestra con población finita**

**Fuente: Realizada y modificada por el autor**

#### 4.2 Métodos a Emplear

Para esta investigación se tomó en cuenta:

- Método de inducción completa por conclusión probable. Esta se utilizó con el objeto de la investigación ya que cuenta con una población grande utilizando una unidad de estudio finita, homogénea y con un fin que es el buceo.
- Método analítico: este como se lo conoce ayuda a los elementos a distinguir un elemento o en este caso un tema de investigación y procede a revisar ordenadamente cada uno de las hipótesis por separado.

- Método Lógico inductivo (completo): este en cambio ayudó a la investigación a inferir la semejanza entre dos o más objetivos de la investigación que son ya conocidas.

### **4.3 Identificación de las Necesidades de Información:**

#### **4.3.1 Fuentes Primarias:**

- Los buzos que llegan a Galápagos a realizar un buceo recreacional.
- Las tiendas de buceo que existen en la ciudad de Guayaquil.

#### **4.3.2 Fuentes Secundarias:**

- Ministerio de Turismo del Ecuador con sus estadísticas.
- Ministerio de Ambiente con su Sistema de Información de Biodiversidad
- anuales de buceo de diferentes escuelas de buceo como (PADI, ACUC, CMAS, etc.)
- Revistas de buceo internacionales.
- Agencias de viajes operadoras que operan en Galápagos la actividad de Buceo

### **4.4 Técnicas de Recolección de Datos:**

Para la presente investigación se tomó en cuenta como herramienta fundamental la realización de encuestas, tomando en cuenta que se está enfocando a un tipo de cliente que no vive en el país, sino que viene de visita y no se cuenta con tiempo necesario para poder adquirir información de otra manera rápida, eficiente y eficaz. Cabe destacar que estas encuestas se realizaron a buzos y tiendas de buceo que llegan al Ecuador.

### **4.5 Herramientas Utilizadas para el Análisis e Interpretación de la Información:**

Para esta investigación se realizó las encuestas por medio de la plataforma de Google Drive y formas para la realización y el envío de correos masivos para que los encuestados puedan responder las preguntas de la encuesta.

Adicional se buscó una base de datos con información de las personas que llegan a Galápagos a bucear a los cuales se le propuso la encuesta electrónica. En total se realizó cuarenta (40) encuestas piloto para la realización de esta investigación.

## 5. RESULTADOS Y DISCUSIÓN

### 5.1 Análisis, Interpretación y Discusión de Resultados

Los resultados de las encuestas fueron:

#### 5.1.1 Resultados Encuestas a los Buzos que Visitan Galápagos

1. How long are you scuba diver?

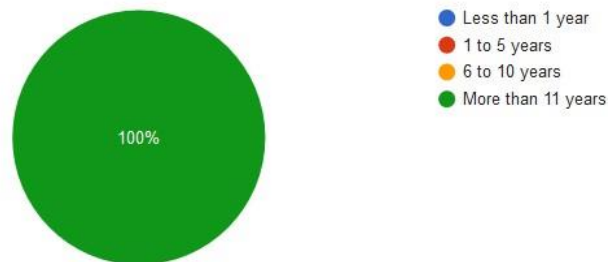


Gráfico 1: Resultados pregunta 1 buceadores

Fuente: Fuentes Primarias

Podemos apreciar en el grafico que el cien por ciento de los encuetados tiene mucha experiencia buceando, es decir, más de once años.

2. What kind of scuba diving license do you have?

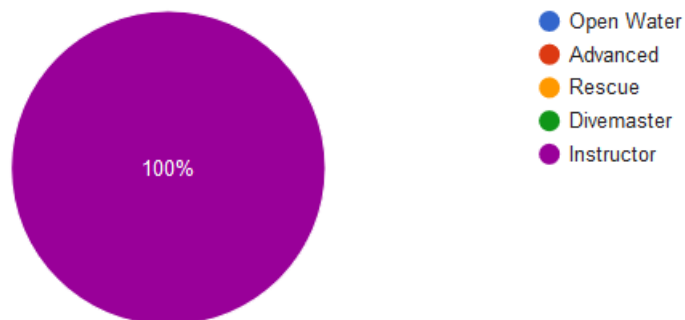
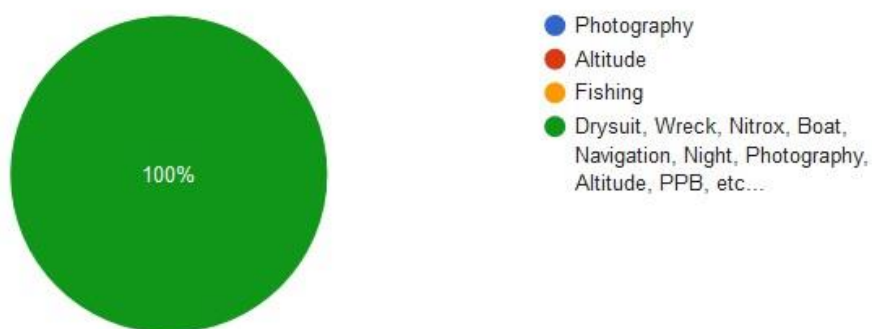


Gráfico 2: Resultados pregunta 2 buceadores

Fuente: Fuentes Primarias

La mayoría de personas que van a Galápagos tiene una licencia de instructor eso quiere decir que es gente preparada y profesional.

### 3. What kind of scuba diving specialties do you know?

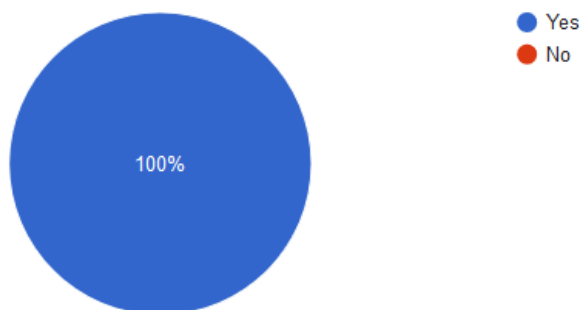


**Gráfico 3: Resultados pregunta 3 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Por ser gente muy experimentada se puede dar cuenta que algunas personas tiene y conoce de las diferentes especialidades de buceo como traje seco nocturno, nitrox, etc.

### 4. Have you heard about Altitude Suba Diving?

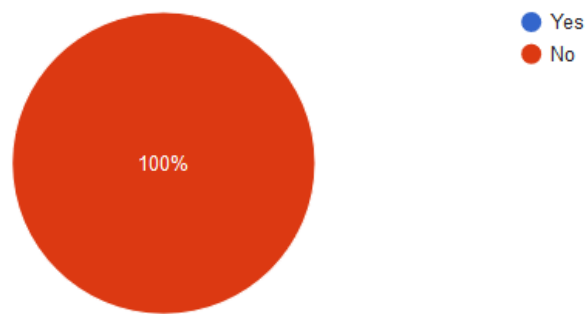


**Gráfico 4: Resultados pregunta 4 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

El buceo de Altura es una de las especialidades de buceo y por ende mucha gente conoce del mismo, pero no lo ha practicado.

### 5. Would you like practice a full day tour of Altitude Scuba Diving?

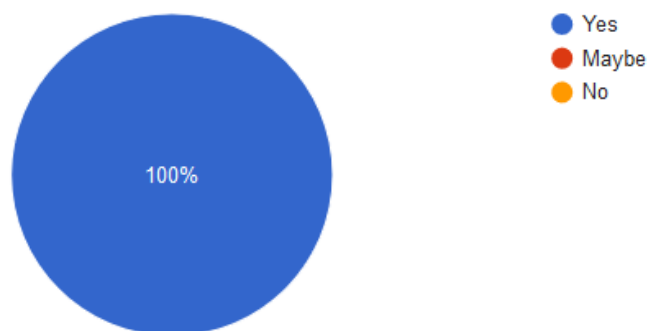


**Gráfico 5: Resultados pregunta 5 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Ninguna persona tiene interés en realizar este tipo de actividad ya que no existe información relacionada este tipo de actividad.

### 6. Have you practice Scuba Diving on volcanic origin lakes?

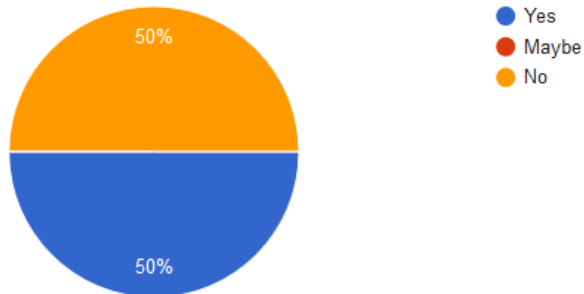


**Gráfico 6: Resultados pregunta 6 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Dentro de la práctica común de buceo y para adquirir de experiencia se necesita tener prácticas en diferentes ecosistemas y sitios por lo que todos han tenido la posibilidad de bucear en lagunas de origen volcánico.

### 7. Have you practice Altitude Scuba Diving?

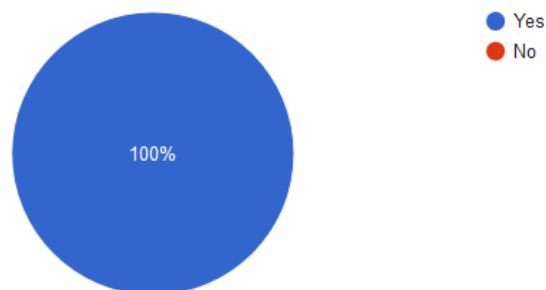


**Gráfico 7: Resultados pregunta 7 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Existe un porcentaje similar de personas, es decir, cincuenta por cincuenta que han realizado esta actividad por lo que da la idea de un posible que sea una buena actividad como nuevo producto.

### 8. Do you know that the Altitude Scuba Diving is a specialization of diving?

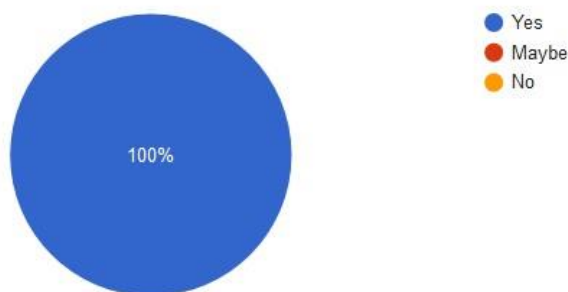


**Gráfico 8: Resultados pregunta 8 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

El cien por ciento de todos los encuestados conocen que el buceo de altura es una especialización del buceo.

9. Did you know that you can practice Altitude Scuba Diving on the Andes Of Ecuador?

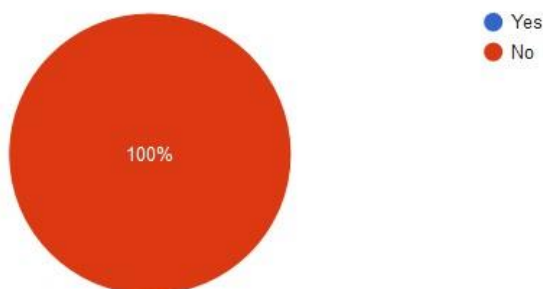


**Gráfico 9: Resultados pregunta 9 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Posiblemente en la visita a Galápagos los encuestados, el cien por ciento conoce que se está desarrollando la Actividad de Buceo en los Andes Ecuatorianos.

10. Would you travel to the Andes of Ecuador to do an Altitude Scuba Diving Experience?



**Gráfico 10: Resultados pregunta 10 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Nadie de los encuestados quisiera viajar solo por hacer un buceo de altura en el Ecuador.



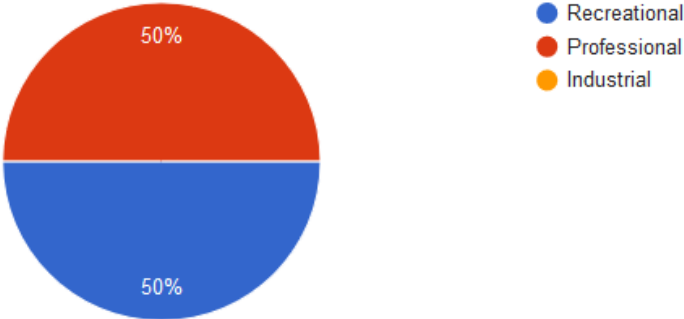
11. How do you like to receive promotion of tour packages of Altitude Scuba diving that you can get?



**Gráfico 11: Resultados pregunta 11 buceadores**  
**Fuente: Fuentes Primarias**

Todos los encuestados quieren recibir información por correo electrónico de las promociones de buceo de la especialidad altura por medio de correo electrónico.

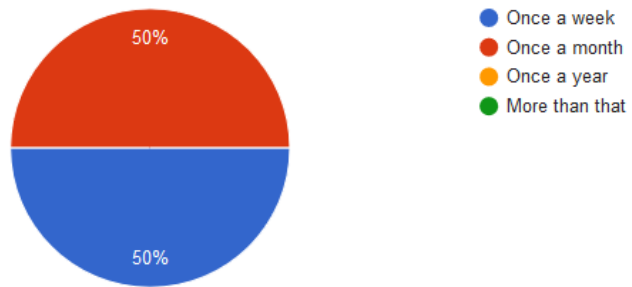
12. What type of scuba diving you do?



**Gráfico 12: Resultados pregunta 12 buceadores**  
**Fuente: Fuentes Primarias**

El cincuenta por ciento de encuestados práctica la actividad del buceo por motivos de buceo recreacional y el otro cincuenta por ciento lo hacer por motivos profesionales.

### 13. How often do you Scuba Dive?

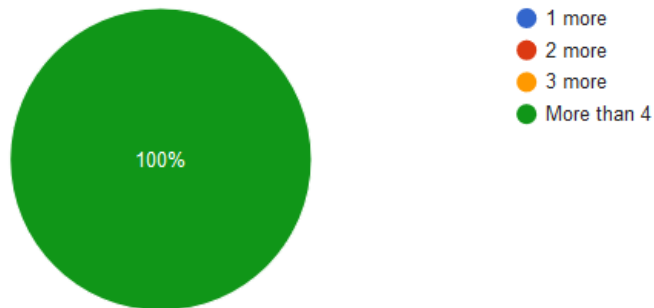


**Gráfico 13: Resultados pregunta 13 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Los encuestados permanentemente realizan buceo el cincuenta por ciento lo realiza una vez a la semana y el otro cincuenta por ciento lo practica una vez cada mes.

### 14. How many people dive close to you?

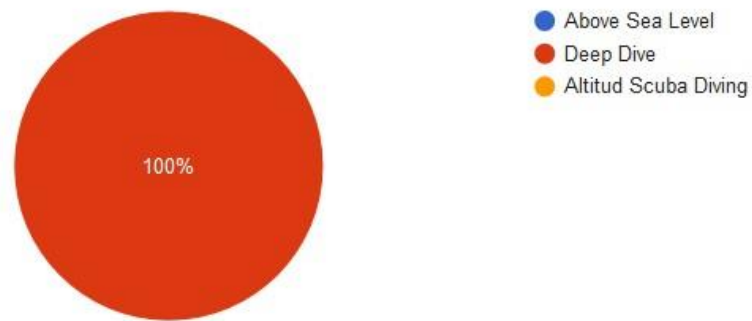


**Gráfico 14: Resultados pregunta 14 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

El completo de los encuestados realiza buceo con más de cuatro personas eso quiere decir que existen grupos que vienen a hacer buceo.

15. What type of scuba diving would you like practice?

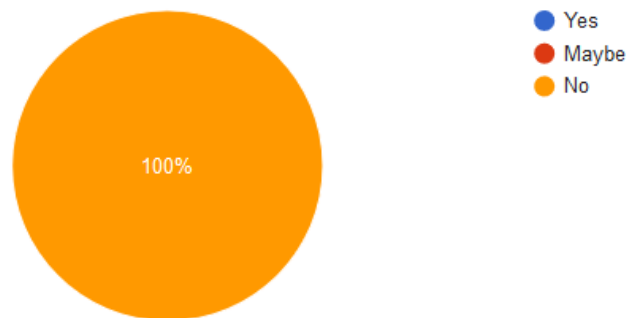


**Gráfico 15: Resultados pregunta 15 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Todos los encuestados quieren realizar buceos de profundidad esa es la preferencia de los buceadores

16. Do you consider that scuba diving is an expensive activity?



**Gráfico 16: Resultados pregunta 16 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Los encuestados piensas que el buceo no es una experiencia cara, en este caso para personas internacionales es como realizar estas actividades

17. What type of product to you require to do Altitude Scuba Diving?



Gráfico 17: Resultados pregunta 17 buceadores

Fuente: Fuentes Primarias

Dentro de las necesidades que los encuestados encontraron es que necesariamente necesitarían una computadora de buceo para realizar un buceo de altura. Esto es el cien por ciento.

18. How much should you pay (in dollars) for a full day service of Altitude Scuba Diving?

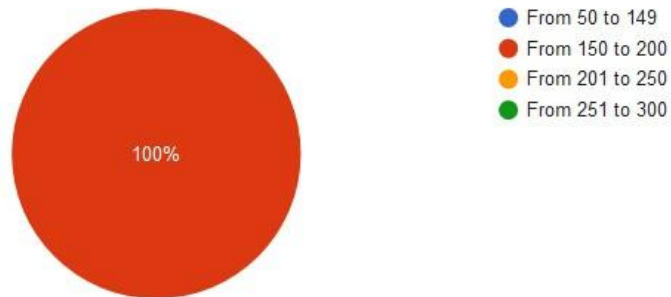
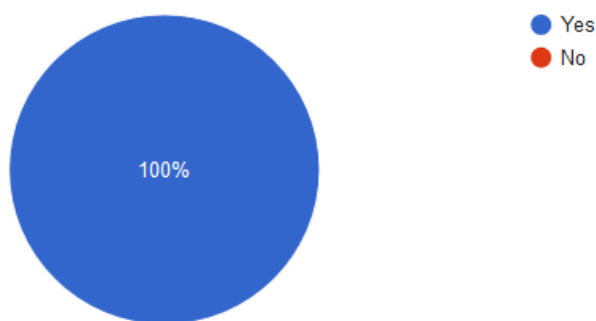


Gráfico 18: Resultados pregunta 18 buceadores

Fuente: Fuentes Primarias

Para una actividad de buceo de un día los encuestados están a favor de pagar un total de ciento cincuenta a doscientos dólares por un servicio de buceo.

### 19. Do you have your own scuba diving equipment?

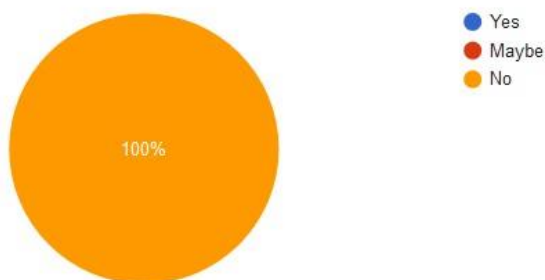


**Gráfico 19: Resultados pregunta 19 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

El total de buceadores que llegaron a Galápagos a bucear tiene su equipo completo de buceo los cuales no necesitarían rentar u otros servicios complementarios de equipo.

### 20. Do you required a Scuba diver guide with experience practicing Altitude Scuba diving?



**Gráfico 20: Resultados pregunta 20 buceadores**

**Fuente: Fuentes Primarias**

El cien por ciento de los encuestados no necesita un guía de buceo con especialidad en altura para poder realizar la actividad, de todas formas, se sugiere uno al no conocer el sitio y peligros que pueda acarrear.

### 5.1.2 Resultados Encuestas para las Tiendas de Buceo en Guayaquil

1. ¿La mayoría de sus clientes son buzos certificados?

2 responses

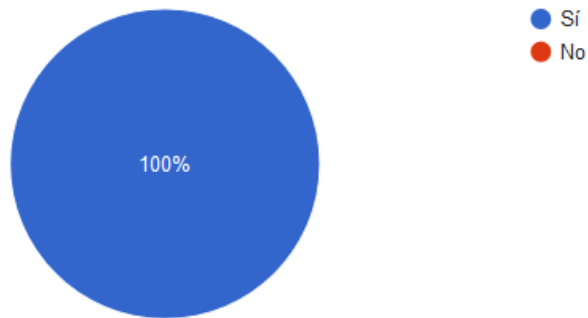


Gráfico 21: Resultados pregunta 1 - tiendas de buceo

Fuente: Fuentes Primarias

Dentro de las dos tiendas de turismo en Guayaquil se puede tener un cien por ciento de clientes los cuales son buzos certificados.

2. ¿Qué tipo de licencias cuentan en su mayoría sus clientes?

2 responses

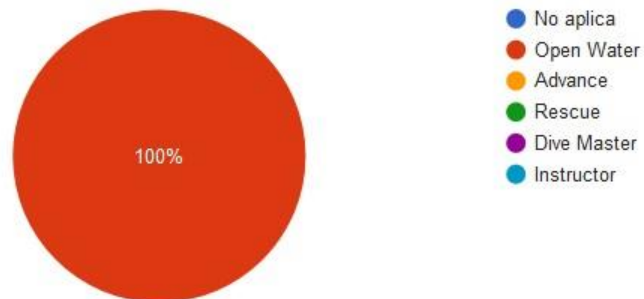


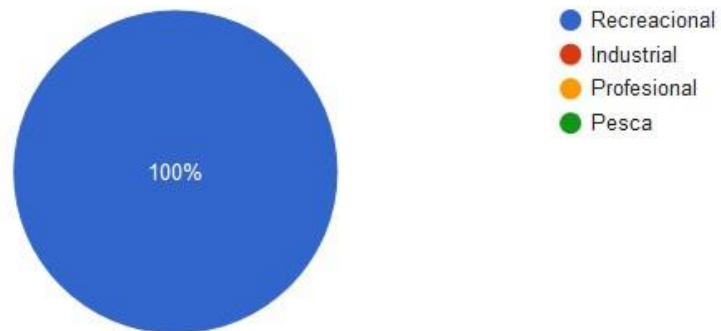
Gráfico 22: Resultados pregunta 2 - tiendas de buceo

Fuente: Fuentes Primarias

La mayoría de cliente que atienden las tiendas de buceo tiene una licencia básica de aguas profundas.

### 3. ¿Qué tiempo de buceo practican sus clientes en su mayoría?

2 responses



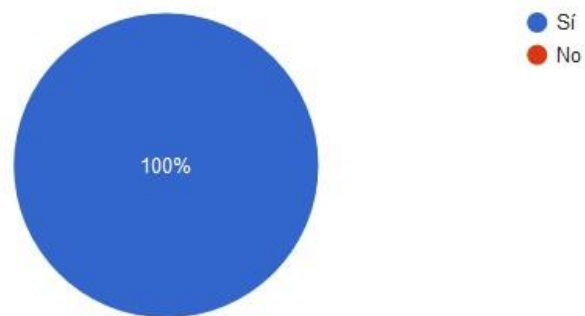
**Gráfico 23: Resultados pregunta 3 - tiendas de buceo**

**Fuente: Fuentes Primarias**

El cien por ciento de clientes practican un buceo es de forma recreacional.

### 4. ¿Conoce usted que existe una especialidad denominado "Buceo de Altura"?

2 responses



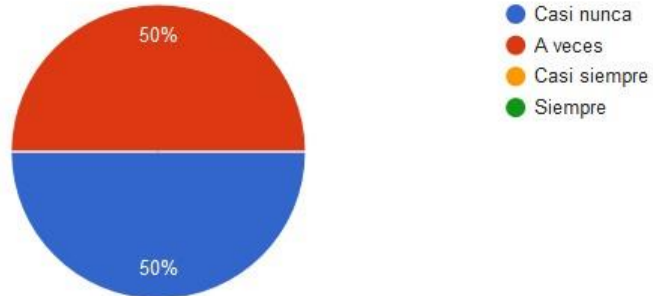
**Gráfico 24: Resultados pregunta 4 – tiendas de buceo**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Se tiene conocimiento de la Actividad de Buceo de Altura por parte de las tiendas de buceo es del cien por ciento.

5. ¿Con que frecuencia usted tiene clientes que practican esta especialidad?

2 responses



**Gráfico 25: Resultados pregunta 5 – tiendas de buceo**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Las tiendas de buceo no tienen muchos clientes que practiquen buceo de Altura, eso quiere decir que en un cincuenta por ciento los clientes casi nunca hacen buceo de altura y el otro cincuenta por ciento también.

6. ¿Comercializa artículos necesarios para este tipo de buceo?

2 responses



**Gráfico 26: Resultados pregunta 6 - tiendas de buceo**

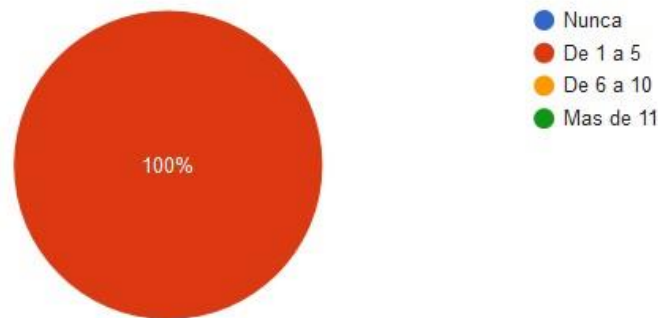
**Fuente: Fuentes Primarias**

Las tiendas de buceo tienen un stock de artículos al cien por ciento para las necesidades de buceo de altura.



7. ¿Cuántos clientes al año que atiende compran artículos para un buceo de altura?

2 responses



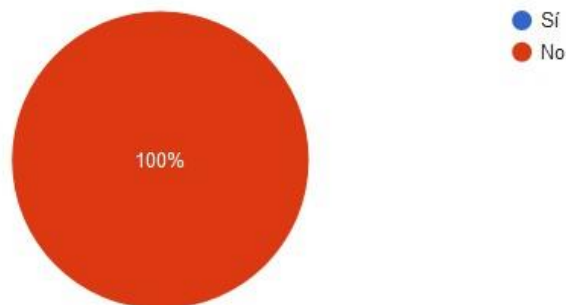
**Gráfico 27: Resultados pregunta 7 – tiendas de buceo**

**Fuente: Fuentes Primarias**

La respuesta es contundente de uno a cinco clientes al año son quienes practican buceo de altura.

8. ¿Cuentan con instructores de buceo de especialidad de Buceo de Altura?

2 responses



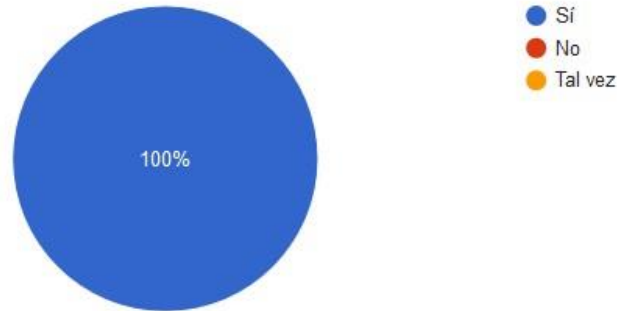
**Gráfico 28: Resultados pregunta 8 – tiendas de buceo**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Por no ser una actividad constante para la realización, las tiendas de buceo no cuentan con instructores de esta especialidad.

9. ¿Cree usted que la implementación de esta especialidad ayude a su tienda con mejores réditos económicos?

2 responses



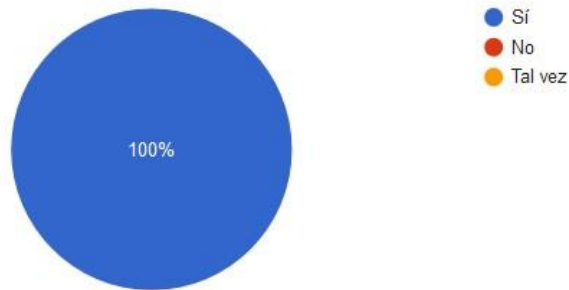
**Gráfico 29: Resultados pregunta 9 – tiendas de buceo**

**Fuente: Fuentes Primarias**

Siempre un nuevo giro de negocio sin más ingestión que la que ya tienen es un buen negocio, entonces el cien por ciento piensa que puede tener buenos réditos económicos para cada empresa.

10. ¿Estaría dispuesto a proveer accesorios para los buzos que requieran accesorios para el Buceo de Altura?

2 responses



**Gráfico 30: Resultados pregunta 10 – tiendas de buceo**

**Fuente: Fuentes Primarias**

El cien por ciento de las tiendas de buceo están abiertas a importar accesorios para la actividad de Buceo de Altura.

## **6. RESULTADOS Y DISCUSIÓN**

### **6.1 Estudio de Mercado**

#### **6.1.1 Identificación del Producto o Servicio**

EL servicio que se va a ofrecer es paquete turístico de día completo “Buceo de Altura”. Este servicio se lo realizara para extranjeros (turismo receptivo) que llega al Ecuador y busca actividades de deportes de aventura durante sus días de ocio. Para este producto, se aplicará la operación normal como otro paquete turístico el cual consta de: transporte, guianza, experto en buceo (DiveMaster o Instructor), equipo de buceo bote y todo lo necesario para la operación del servicio.

#### **6.1.2 Aplicación de la Encuesta / Entrevista**

De acuerdo a la pregunta número siete de la encuesta piloto practicada para la realización del presente proyecto se puede complementar que un cincuenta por ciento de los encuestados, turistas que llegan a Galápagos a realizar actividades de buceo tienen la predisposición de realizar dicha actividad, tomando en cuenta que algunos de estos tienen conocimientos para realizar esta actividad en la altura, es decir, sobre los Andes, y aunque no hay promoción y existe desconocimiento del servicio, existe interés en conocer más del producto nuevo a desarrollar. En tal virtud, se ve un potencial a esta iniciativa a ofrecer como complemento del turismo tradicional.

### **6.2 La Demanda**

#### **6.2.1 Objetivos**

##### **6.2.1.1 Objetivo General**

Implementar el productor turístico “Buceo de Altura” como una iniciativa pionera y complemento a las actividades de ocio de turistas extranjeros que vienen al Ecuador con expectativas de deportes de aventura y salir fuera de lo normal al turismo tradicional.

##### **6.2.1.2 Objetivos Específicos**

- Ejecutar un nuevo producto diferente para la satisfacción de clientes que realizarían actividades de aventura al momento que decidan venir al Ecuador.

- Proveer información completa a agencias de viajes nacionales e internacionales, clientes finales y público una vez desarrollado el servicio, generando conocimiento del producto nuevo para cumplir expectativas empresariales.
- Promocionar el producto nuevo por todas las vías de comunicación viables para que el producto pueda llegar a ser un producto estrella en la industria turística en el Ecuador.

## **6.2.2 Variables**

### **6.2.2.1 Precio**

La relación - servicio precio se puede evidenciar que por tratarse de un producto nuevo de un principio tendría que tener un precio razonable para el mercado, eso quiere decir, se tendría que seguir los resultados del estudio de mercado de acuerdo a lo que los encuestados respondieron sobre los precios del día completo para esta actividad. Según el tipo de mercado por la posición geográfica este sería un mercado internacional; según el tipo de cliente este podría ser un cliente consumidor y revendedor; y, por tipo de competencia establecida este mercado podría ser de competencia imperfecta oligopólica.

### **6.2.2.2 Ingreso**

El ingreso que se espera con respecto a este servicio es bastante optimista con una proyección anual acorde al estudio de mercado y además con buenos réditos para la empresa, en años posteriores al primer año.

### **6.2.2.3 Precio de Bienes Relacionados**

Los programas de día completos desde la ciudad de Quito, como son: Mercado Indígena Otavalo, Parque Nacional Cotopaxi, Mindo Bosque Nublado, Parque Nacional Antisana, Termas de Papallacta, etc; tienen un costo promedio de cien dólares americanos (USD \$100,00) por persona, lo que en el mercado podría ser un costo bastante accesible para el tipo de clientes que se pretende que son actividades de aventura. Se podría tomar como productos sustitutos los antes mencionados, pero sería el pionero en este tipo de actividad “Buceo de Altura”.

### **6.2.2.4 Gustos**

De acuerdo a los encuestados y a la preferencia de los clientes, los tours que podrían ser más atractivos son los servicios con itinerario completo y todo incluido, es decir: transporte, guía, almuerzo, equipos, etc.; en tal virtud, para que el producto sea atractivo se tendría que ofertar el producto de altura más un valor agregado acorde al costo del servicio.

### **6.2.2.5 Expectativas**

Se cuenta con altas expectativas con el implemento de este nuevo programa tener más opciones desde la ciudad de Quito, complementando los días de ocio de los turistas y por eso que si existen gran interés en el desarrollo de nuevos productos turísticos se sean enfocados a turistas nacionales y extranjeros.

### **6.2.2.6 Número de Compradores**

Los compradores futuros del “Buceo de Altura” durante el primer año para este servicio se calcula en cuarenta y dos clientes. Estos, serán los clientes que tienen experiencia en buceo y que ya hayan practicado esta actividad. Además, personas que tengan interés en tener nuevas experiencias y salir del desarrollo del buceo común y tradicional dando énfasis a que es una especialidad que no se puede hacer fácilmente en otros países en el mundo.

### **6.2.3 Área del Mercado**

El área del mercado al cual se apunta es a la industria del turismo, específicamente al turismo receptivo, turistas que vienen a realizar actividades de turismo de aventura específicamente que vengán a realizar actividades subacuáticas en cualquier parte del Ecuador.

### **6.2.4 Comportamiento Histórico de la Demanda**

Al no contar con un servicio similar en la actualidad o no se ha encontrado datos del mismo no podemos analizar el comportamiento histórico de este producto.

### **6.2.5 Proyección de la Demanda**

La proyección esperada, por tratarse de un nuevo producto es bastante optimista, al ponerse como meta que para el primer año se pueda atender a un grupo de cuatro pasajeros mensuales, con un total de veinticuatro pasajeros al año. Esto se proyecta de acuerdo a la pregunta número catorce de la encuesta practicada para los buzos que van a bucear en Galápagos en el cual dicta que los pasajeros siempre van a bucear en grupos más de cuatro personas. Dado el caso que exista más demanda del servicio se tendría la predisposición de atenderlos sin ningún problema.

## 6.3 La Oferta

### 6.3.1 Listado de Proveedores

Los proveedores vendrían a ser: los guías de turismo, transporte, dueños de los botes, restaurantes, etc. quienes estén inmersos en la operación del servicio de día completo “Buceo de Altura”. Estos de acuerdo a las necesidades de cada uno de los grupos que la empresa tenga para este servicio.

Transporte (Mini Vans, Busetas y Buces)	Emilio Carrera Turismo M.A. Turismo Transporte de la Empresa
Guía de turismo / DiveMaster / Instructor	Alejandro Muentes Verónica Terán David Cadena
Bote	Hostería Cuicocha (cuenta con tres botes para la operación)
Equipo de buceo	Sea Lyon School Ocena Reef Equipo de la Empresa
Restaurante (Box Lunch)	El español Restaurante Hostería Cuicocha Servicio de Catering de la Empresa
Seguros	Blue Card Seguros Internacionales clientes
Hospitales	Hospital Cotacachi Hospital Central de Otavalo Hospital Metropolitano Quito.

**Tabla No. 4: Listado de Proveedores**

**Fuente: Autor**

### **6.3.2 Régimen del Mercado**

Para este punto se tomaron los siguientes componentes:

#### **6.3.2.1 Actores del Mercado**

Quienes están involucrados en este proyecto son: clientes, intermediarios y la empresa. Se podría tomar en cuenta a los entes gubernamentales y proveedores. También como actores indirectos del mercado.

#### **6.3.2.2 Clima de Negocios**

El turismo es una industria rentable, inclusive una de las primeras divisas para el país. El negocio del turismo si bien es cierto ha tenido alto y bajos, pero en general es aceptable para las empresas turísticas, por eso existe una buena relación entre las entidades gubernamentales y empresas que se dedican al turismo como; agencias de viajes, hoteles, restaurantes, entre otros.

### **6.3.3 Variables de la Oferta**

Para el análisis de las variables de la oferta se han tomado los siguiente: Precio del servicio (P), precio de los demás servicios (Po), cotes de producción (C) y expectativas empresariales (E):

- En cuanto los precios, el servicio viene dado por los deseos y necesidad de los clientes encuestados que como ya se había comentado anteriormente será de ciento ochenta dólares americanos (USD\$180,00).
- El precio de los demás servicios es subjetivo ya que no existe al momento otro servicio similar con el cual se pueda comparar y sobre todo por ser un producto nuevo genera una expectativa para posibles clientes en el mercado.
- Los costos de producción se verán reflejados de acuerdo a la temporada de visita de los clientes ya que los prestadores de servicios cambiar sus precios tal cual la Ley de la Oferta.
- Las expectativas empresariales se verán reflejadas por la ganancia que este nuevo producto pueda generar, sin embargo, al primer años no se cuenta con una gran expectativa por la introducción de este nuevo servicio, la idea principal de esto sería que la inversión realizada para el inicio de este proyecto, pueda retornar a la empresa en este primer año y que se pueda cancelar a los proveedores, también que posiblemente se tenga

una ganancia pequeña para que en años posteriores se pueda mejorar el ingreso de la empresa.

#### **6.3.4 Comportamiento Histórico de la Oferta**

No se cuenta con un producto similar y es por eso que no existe un histórico para poder comparar el comportamiento histórico de lo ofertado anteriormente para este proyecto.

#### **6.3.5 Proyección de la Oferta**

Para poder proyectar la oferta tendríamos que tener un historial del comportamiento el cual se desconoce por no haber producto similar y es por eso que no se puede proyectar una oferta futura.

#### **6.3.6 Determinación de la Demanda Insatisfecha**

Como tenemos conocimiento para calcular la demanda insatisfecha se utiliza una simple operación matemática que es oferta menos demanda. Entonces, la capacidad máxima al mes de operación para este producto por temas logísticos sería de diez buzos al mes y que la proyección gracias al estudio de mercado es de cuatro buzos al mes. Con estos datos podemos determinar que:

$$DI = O - D$$

$$DI = 10bm - 4bm$$

$$DI = 6Bm \times 12m$$

$$DI = 88 \text{ buzos al año}$$

Podemos entonces definir que la demanda insatisfecha al año para este proyecto sería de ochenta y ocho buzos al año.

#### **6.3.7 Determinación del Mercado Objetivo. k**

El mercado objetivo que se ha propuesto para este proyecto son los buzos a nivel mundial, hombres y mujeres de ocho a ochenta años que tengan certificación de buceo y que deseen realizar actividades subacuáticas como el buceo y su especialidad “Buceo de Altura” como parte de sus días de ocio y/o vacaciones; y, que llegan al Ecuador en búsqueda de actividades de aventura como las subacuáticas.



## **6.4 Los Precios**

### **6.4.1 Precios Existentes en el Mercado**

Por no contar con un producto similar y aun pero no ofertarse no existen datos de precios para servicio, pero quien da la referencia para poner el precio inicial es el estudio de mercado realizado para este proyecto en la pregunta dieciocho el cual destaca que los encuestados podrían pagar un monto de ciento cincuenta dólares (USD 150,00) a doscientos dólares (USD 200,00) por un servicio de un día por persona.

## **6.5 La Comercialización**

### **6.5.1 Selección de los Canales de Comercialización**

Para la distribución del producto “Buceo de Altura” se han tomado en cuenta los siguientes principales:

- Agencias de Viajes a nivel nacional: mayoristas, minoristas, operadoras y duales; estas son si cuentan con el interés de la venta del producto después de haber proponerle e informar del nuevo producto.
- Agencias de viajes internacionales a nivel mundial: Se cuenta con empresas extranjeras las cuales son representantes a nivel internacional entonces, se les presentara este nuevo producto una vez que se lo lance al mercado.
- Clientes directos por medio de página web: se puede realizar ventas directas de los servicios por medio de nuestra página web y nuestros agentes de ventas que están disponibles para las ventas de productos de la agencia de viajes.

### **6.5.2 Tipo de Promoción y Publicidad**

Para el proyecto y llegando a la globalización de servicios se tendrá que presentar un procedimiento de acuerdo a los TIC´s y redes sociales; en la actual sociedad de la información cada vez más, los turistas son usuarios que tienen más experiencia, disponen de mayor información y mucho más poder debido a su influencia en una sociedad en la red. La tecnología de la información y la comunicación son claves en el sector turístico, tanto para la gestión, como para la comercialización, la promoción y el marketing. El resultado de esto es la administración

turística de la empresa con respecto al cliente, eso quiere decir que: el cliente es quien busca, compara, comenta, selecciona, compra y quien dispone de muchas más herramientas completas para comprar un paquete turístico y/o obtener la información. Por eso resulta esencial estar presente en la red, dominarlos y saber sacar provecho de ellos. Algunos ejemplos que se utilizan son las páginas web, tiendas en línea, aplicaciones de viajes, e-mailing con ayuda de un buen SEO. Con respecto a redes internas de información y comunicación se cuenta con herramientas tales como Skype, WhatsApp Business, etc; los cuales ayudan para una rápida y efectiva comunicación de productos y servicios. Con respecto a redes externas de tratamos de estar presentes en plataformas internacionales como: Tripadvisor, Aviator, Despegar, etc. Los cuales funcionan como una red de información hacia nuestros clientes de manera fácil y sencilla.

## **6.6 Estudio Técnico**

### **6.6.1 Estudio del Tamaño**

Para el estudio del tamaño del proyecto se han tomado las siguientes variables:

#### **6.6.1.1 Capacidad del Proyecto**

El presente proyecto tiene como duración cinco años, en lo posterior se evaluará y se podrá continuar con su ejecución de haber tenido los resultados esperados. El servicio “Buceo de Altura” se lo desarrollará en la provincia de Imbabura, específicamente en la Laguna de Cuicocha. Para esto la empresa deberá contar con los equipos y proveedores para la ejecución del servicio. Quién está a cargo de la venta del servicio es el departamento de ventas de la empresa y quien gestiona la operación y logística es el departamento de operaciones. Las evaluaciones de este producto serán constantes y estarán a cargo de la gerencia general.

#### **6.6.1.2 Factores que Condicionan el Tamaño del Proyecto**

Los factores limitantes considerar en el desarrollo del proyecto son:

- **Financiamiento:** el buceo y sus equipos son bastante elevados la compra de los mismo como invasión podría ser un limitante para la toma de decisiones para la puesta en práctica del proyecto.

- Condiciones Climáticas: se tendría que analizar los mejores días para la realización de esta actividad dependiendo de los días de lluvias y clima variante que pueda afectar la operación.
- Inestabilidad Política: como se ve internacionalmente al país afecta a la promoción e imagen del país y por ende eso hace que la gente a nivel mundial piense dos veces el momento de viajar al Ecuador, de ahí que este es un atenuante muy importante para que se pueda llegar a los objetivos de este proyecto.
- Desastres Naturales: Volcanes y temblores son muy común en la Zona Andina, tenemos referencia que cuando existe algún evento natural importante en el Ecuador, la cantidad de turistas que arriban al país baja y es por eso que también tenemos que considerar estos pese que son imprevistos para la implementación del proyecto.
- Cambio de Políticas Empresariales: este es un atenuante para que la administración pueda o no continuar con el desarrollo del proyecto dependiendo del apoyo de las autoridades y quienes toman las decisiones finales para la realización del proyecto; además, el cambio de autoridades puede también ser un atenuante negativo para el normal desempeño del proyecto.

### **6.6.1.3 Tamaño Óptimo del Proyecto**

El tamaño óptimo que se calcula para este proyecto al año es que, antes mencionado, veintiocho pasajeros que deseen realizar Buceo de Altura con un costo promedio de ciento ochenta dólares (USD\$ 180,00) incluyendo todos los servicios y con extras incluidos.

### **6.6.2 Estudio de Localización**

Para saber cuál es la mejor opción para la operación del producto turístico Buceo de Altura se ha considerado los siguientes factores de localización en la provincia de Imbabura:

- Accesibilidad. – se necesita tener buena accesibilidad ya que a parte de los turistas que se tendría que transportar también se llevara los equipos necesarios para que se pueda desarrollar la actividad y de ahí que una buena carretera de primera o segundo orden será un factor importante para la operación.

- Infraestructura. – Una vez en el sitio se necesita que existan las edificaciones, bahías y sitios para embarque y desembarque tanto de personas como de equipos; además, baños y servicios complementarios que pudieran necesitar los clientes.
- Comunicaciones. – es importante siempre tener la seguridad de tener medios de comunión con optima señal en caso de requerirlo, no solo en caso de emergencia sino en general estar comunicado en caso de cualquier caso externo a la operación.
- Servicios Médicos. – Para tranquilidad de los clientes y en caso de cualquier imprevisto o quebranto en la salud de cualquier persona durante la operación es necesario tener cerca servicios médicos como hospitales, clínicas, sitios de primeros auxilios para poder accederlos lo mas pronto posible en caso de requerirlos.
- Facilidades de Operación. – facilidades como botes, boyas, mapas y personas que conozcan de lo que se va a realizar es importante y justamente es un factor también a tomar en consideración para la localización y operación del producto.

Se ha tomado en consideración las siguientes opciones para los posibles lugares de la operación del producto Buceo de Altura en la Provincia de Imbabura; cabe destacar que para la calificación se toma en cuenta una puntualización de uno (1) siendo este el menor puntaje y de diez (10) siendo el de mayor puntaje.

Lagunas de la Provincia de Imbabura					Calificación				
Factores de Localización	Ponderación	San Pablo	Yahuarcocha	Mojanda	Cuicocha	San Pablo	Yahuarcocha	Mojanda	Cuicocha
Accesibilidad	39%	9	7	4	8	3,51	2,73	1,56	3,12
Infraestructura	28%	5	4	5	7	1,4	1,12	1,4	1,96
Comunicaciones	10%	8	8	6	7	0,8	0,8	0,6	0,7
Servicio Medico	20%	7	6	3	9	1,4	1,2	0,6	1,8
Facilidades de Operación	3%	8	4	4	7	0,24	0,12	0,12	0,21
	100%					7,35	5,97	4,28	7,79

**Tabla No. 2: Método de Calificación Factores de Localización**

**Fuente: Autor**

De acuerdo a la calificación entonces se puede tomar en consideración para la realización de este producto en la Laguna de Cuicocha la cual presta la mejor puntuación de acuerdo a los factores de localización.

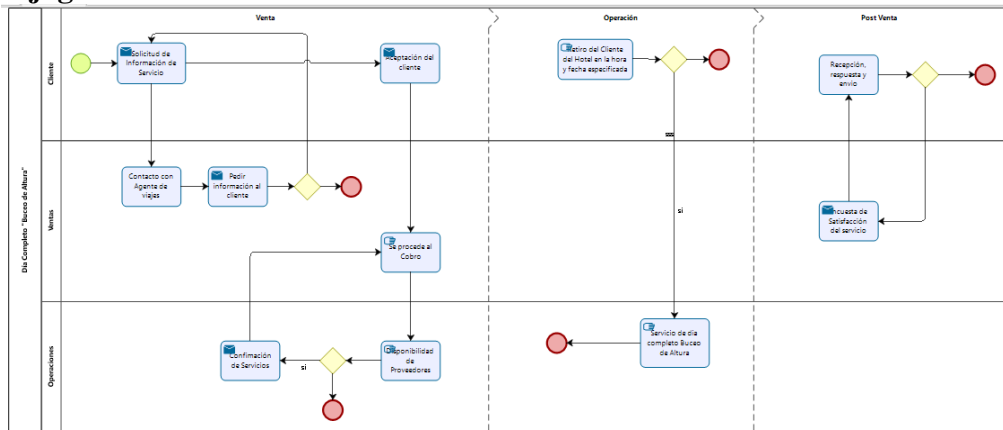
### 6.6.3 Ingeniería del Proyecto

Para a Ingeniería del proyecto se tomará en cuenta lo siguiente:

### 6.6.3.1 Procesos de Producción - Día Completo "Buceo De Altura"

- a) Inicio Simple
- b) Solicitud de Información de Servicio
- c) Contacto con Agente de viajes
- d) Pedir información al cliente
- e) Aceptación del cliente
- f) Se procede al Cobro
- g) Disponibilidad de Proveedores
- h) Confirmación de Servicios
- i) Retiro del Cliente del Hotel en la hora y fecha especificada
- j) Servicio de día completo Buceo de Altura
- k) Post Venta
- l) Encuesta de Satisfacción del servicio
- m) Recepción, respuesta y envío
- n) Fin Simple

### 6.6.3.2 Flujogramas de los Procesos de Producción



Flujograma No. 1: Modelado del Proceso Bizagi

Fuente: Autor

### 6.6.4 Análisis Organizacional

Para el análisis organización se tomará en cuenta la información de una empresa agencia de viajes operadora turística en el ecuador, esta entonces contiene:

#### **6.6.4.1 Identidad**

Toda agencia de viajes nace como un emprendimiento generalmente por un profesional Guía Nacional de Turismo o a su vez alguien relacionada con el ámbito empresarias de alojamiento y el mismo turismo, entonces la idea de mejorar su estilo de vida a través de la industria turística de quienes apuestan por ese sector.

#### **6.6.4.2 Objetivo General**

Incrementar el flujo de clientes-turistas cada año utilizando los recursos humanos y tecnológicos, que permitan el desarrollo económico de la empresa cambiando constantemente y evolucionando en sus procesos con el fin de satisfacer las necesidades de los accionistas de la empresa tomando en cuenta y preservando el medio ambiente.

#### **6.6.4.3 Objetivos Específicos**

- ✓ Creer como empresa turística año a año, con la búsqueda de nuevas cuentas internacionales y pasajeros directos que deseen visitar el Ecuador y Galápagos, personalizando cada uno de nuestros programas turísticos y buscando la satisfacción de nuestros clientes.
- ✓ Promocionar nuestra empresa de servicios turísticos desde el Ecuador al mundo como parte del beneficio que para la empresa con el fin de que personas de todo el mundo se interesen en venir al Ecuador y sobre todo puedan tomar la decisión de contratar nuestros servicios turísticos.
- ✓ Tener muy en cuenta el bienestar de nuestros clientes internos los cuales son clave importante del desarrollo de la empresa, prestando atención y ayudando a que los mismos crezcan profesional y personalmente.
- ✓ Ser una empresa diferente, amigable y flexible con la idea de que los clientes tengan la idea de que nuestra empresa en una empresa abierta y así lograr la confianza de nuestros clientes.
- ✓ Hacer uso de los recursos naturales sustentable y sosteniblemente con el fin de preservar el medio ambiente que involucra los servicios de turismo en el Ecuador ayudando a las comunidades y sobre todo generando una alta conciencia de ambiental durante la operación de nuestros servicios.

#### **6.6.4.4 Cultura Organizacional de la Empresa**

La empresa tiene el precepto de calidez y entrega por nuestros clientes siendo altamente profesionales con alegría y calidad de servir con entusiasmo y dedicación. Este es un lugar donde todos somos amigos, sin distinción de etnia y religión. El trato con nuestros compañeros es agradable y respetuoso y tratamos de ser una gran familia enfocados en satisfacer las necesidades de nuestros potenciales clientes.

#### **6.6.4.5 Misión**

Calidez en la venta de servicios satisfaciendo necesidades de ocio, viaje y relax de nuestros clientes.

#### **6.6.4.6 Visión**

Tener un margen de ventas aceptable de no menos el cincuenta por ciento de la inversión inicial en un lapso de cinco años tomando en cuenta la estrategia corporativa de la empresa con el fin de cumplir con las expectativas de la junta de accionistas y dando un mejor estilo de vida a los empleados de la empresa.

#### **6.6.4.7 Valores**

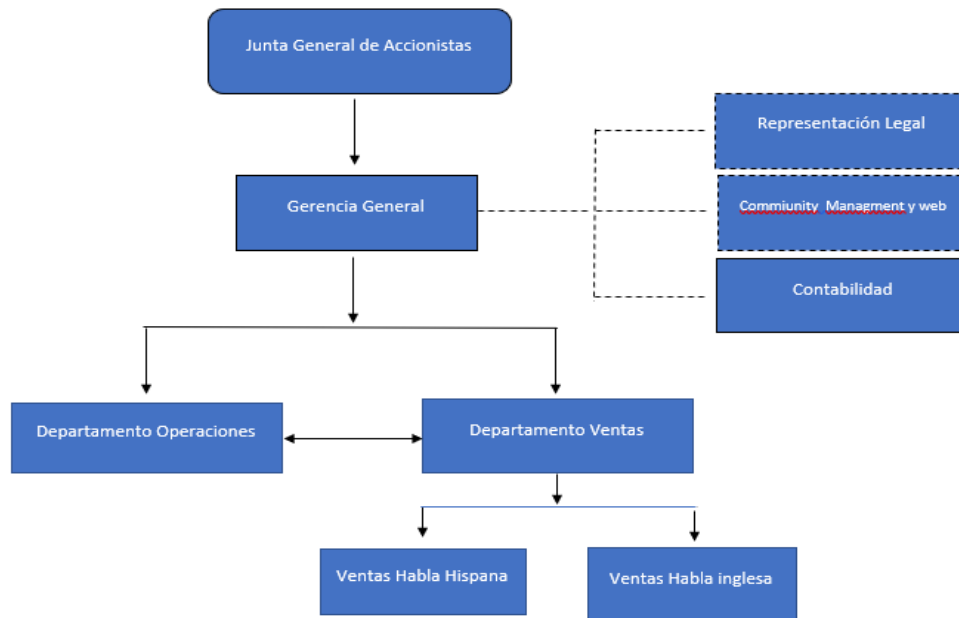
- ✓ Respeto, a nuestros clientes internos externos como base fundamental de la convivencia humana y sobre todo de la empresa, promoviendo el buen trato y las relaciones interpersonales entre quienes forman la empresa y nuestros clientes.
- ✓ Honradez, teniendo un alto sentido de pertenencia y gusto por lo que nos gusta trabajar aquí debemos considerar el aspecto importante no solo de los entre los integrantes de la empresa sino también hacia nuestros clientes.
- ✓ Agilidad, para responder a cada una de las preguntas tanto internas como externas, utilizando medios tecnológicos de manera eficiente y eficaz para lograr que nuestros clientes tengan plena satisfacción en cada uno de los contactos que tengan con nosotros.
- ✓ Personalización, todos los programas y peticiones que nuestros pasajeros tengan tendrán que ser acorde a los gustos y preferencias de nuestros clientes, dando un “plus” a nuestros clientes conociéndolos más a fondo y satisfaciendo sus necesidades.

- Tratar como nos gustaría que nos traten, valores y relaciones interpersonales al más alto nivel, con la confianza, compañerismo y profesionalismo que caracteriza a todos los integrantes de la empresa, demostrando el empoderamiento interno.

#### 6.6.4.8 Conocimiento como Valor Estratégico

En la actualidad en la empresa, por tratarse de un emprendimiento y posterior micro empresa no se tiene bien fijado los lineamientos como el Conocimiento como Valor Estratégico, sin embargo, la realización de este documento ayudara a que la toma de decisiones corporativas se pueda tomar en base al conocimiento para configurar servicios que agreguen valor y permita la innovación de la creación

#### 6.6.4.9 Organigrama Estructural Propuesto para una Agencia de Viajes Operadora



Organigrama No 1. Estructura de una agencia de Viajes Operadora

Fuente: Autor

#### 6.6.5 Análisis Legal

La Constitución de la Republica del Ecuador (Asamblea Nacional Constituyente, 2008) es la mayor expresión del cumplimiento de la norma legal del país. Desde ahí para la aplicación de este proyecto se tendrá que tomar en cuenta las regulaciones de la Ley de Turismo (Ecuador, 2014) y Ley Ambiental (AMBIENTAL, 2004).



Ecuador es un país que cuenta con muchas leyes, regulaciones, ordenanzas, etc. a todo nivel. En el ámbito de turismo también se encuentran todas las actividades bien normadas, pero existe un problema, este es que las leyes y regulaciones no son efectivas pues existe un marco teórico legal incoherente, disperso y fuera de realidad de acuerdo a la superposición de actores y funciones. Además, también falta de control por parte de los entes gubernamentales y mucha informalidad.

La idea principal del gobierno es fomentar el Turismo, posesionando este a nivel mundial al Ecuador como destino turístico. Este es un objetivo muy ambicioso, pero no existen reglas claras o lineamientos específicos de cómo lograrlo. Este marco legal debería ser el inicio para un desarrollo sostenible a largo plazo en el Ecuador.

## 6.7 Estudio Económico

### 6.7.1 Estudio Financiero

#### 6.7.1.1 Flujo de Fondos del Inversionista

	0	2020	2021	2022	2023	2024
INGRESOS		9.600,00	11.520,00	13.824,00	16.588,80	19.906,56
C PROD		6.568,00	1.642,00	1.642,00	1.642,00	1.642,00
G ADM		2.276,80	2.276,80	2.276,80	2.276,80	2.276,80
G VENTAS		1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00	1.800,00
INTERES		-	-	-	-	-
DEPRECIACION		656,80	656,80	656,80	656,80	656,80
UAPEI	-	1.701,60	5.144,40	7.448,40	10.213,20	13.530,96
15%	-	255,24	771,66	1.117,26	1.531,98	2.029,64
UAI	-	1.446,36	4.372,74	6.331,14	8.681,22	11.501,32
25%	-	361,59	1.093,19	1.582,79	2.170,31	2.875,33
<b>U NETA</b>	<b>-</b>	<b>1.084,77</b>	<b>3.279,56</b>	<b>4.748,36</b>	<b>6.510,92</b>	<b>8.625,99</b>
DEPRECIACION		656,80	656,80	656,80	656,80	656,80
UVA						
15%						
25%						
VLAV						
ACTIVO FIJO	6568,00					
CAPITAL DE TRABAJO	7000,00					
REC CAPITAL DE TRABAJO	-			-	-	7.000,00
PRESTAMO	-					
AMORTIZACION PRESTAMO						
<b>FFI</b>	<b>- 13.568,00</b>	<b>- 427,97</b>	<b>3.936,36</b>	<b>5.405,16</b>	<b>7.167,72</b>	<b>16.282,79</b>

Tabla No. 3: Flujo de Fondos del Inversionista  
Fuente: Autor

### 6.7.1.2 Costos del Proyecto

<b>BALANCE DE SITUACION INICIAL</b>			
<i>CAJA</i>	7000,00	<i>APORTE SOCIOS</i>	7000
<i>ACTIVOS FIJOS</i>	6568,00		
<b><i>TOTAL</i></b>	<b><i>13568,00</i></b>	<b><i>TOTAL</i></b>	<b><i>7000</i></b>

**Tabla No. 4: Balance de Situación Inicial**

**Fuente: Autor**

## 6.8 Evaluación Económica

### 6.8.1 Evaluación Financiera VAN, TIR, ETC.

<b>EVALUACION</b>	
TMAR	20%
VAN	1937,26
TIR	24%
R B/C	1,14

**Tabla No. 5: Evaluación**

**Fuente: Autor**

La Junta General de Accionistas requiere una utilidad anual del veinte ciento la inversión de este nuevo producto, es por eso que los resultados que reflejan los resultados en base al flujo de fondos de los inversionistas son: el valor neto anual es de USD 1937,00 con una tasa interna de retorno de veinticuatro por ciento; y, un dividendo de USD 0,14 dólares por cada dólar invertido para esta inversión a parte del porcentaje de utilidad para los accionistas anual.

## 7. CONCLUSIONES

- El perfil de los turistas que van a Galápagos por motivos de buceo es un perfil de profesionales que tiene conocimiento y tienen especialidades de buceo, cuentan con las licencias de tipo profesional para el buceo y tienen mucho tiempo realizando esta actividad tanto profesional como recreativa. Además, conocen de la especialidad de Buceo de altura que no es una especialidad común que no tiene un gran atractivo, pero tiene una connotación de intriga he interés en realizarlos en las lagunas de origen volcánico; algunos de los encuestados, el cincuenta por ciento han practicado al menos

una vez buceo de altura y el otro no lo ha hecho, esto refleja el interés que los buzos de perfil profesional tiene cuando viajan a otros países en búsqueda de nuevas experiencias.

- EL buzo conoce que en el Ecuador se puede realizar buco en la altura gracias a los Andes ecuatorianos, existe desconocimiento o falta de información y promoción de este tipo de actividades en el país, es por eso que es un producto clave que, con un buen plan estratégico sería un producto clave para incrementar el turismo en el país. Es por eso, que la mayoría de encuestados quisiera tener más información vía electrónica para conocer cómo y dónde se está desarrollando esta actividad de Buceo de Altura.
- Quienes visitaron Galápagos practican constantemente buceo una o dos veces al mes lo cual es un potencial para promover otro tipo de turismo de aventura en este caso buceo de altura; viajan grupos, no individuales y a parte de un buceo tradicional, la gente quiere practicar otros tiempos de buceo que sean únicos y difíciles como el de profundidad. La actividad del buceo no es una actividad muy cara para quienes nos visitan sin embargo localmente como todavía no se conoce esta disciplina los costos operativos son altos.
- La mayoría de buzos viaja con su traje básico, lo cual puede ser complementado con los productos que ellos necesitarían al momento d una inmersión localmente, llevando pensar que se podrían gastar un momento en dólares bastante accesible de ciento cincuenta a doscientos dólares por día lo que es un buen negocio solamente si considera como grupos y con ellos se tendría que contar con un guía experto en la actividad y que conozca el área donde se va a desarrollar el Buceo de Altura.
- En cuento a las tiendas de buceo la mayor parte de personas que va realizar compras de equipos y demás son certificados con una licencia de inicio, mayoritariamente locales, es decir, ecuatorianos que realizan un buceo recreacional.
- Ellos conocen la actividad de buceo de altura más no existe mucha gente que lo practique o adquiera equipo para tal actividad casi nunca; pese que se cuenta siempre con stock de artículos que se puedan necesitar para esta actividad. Al año tienen una compra de

artículos para la atura de uno a cinco lo cual es bajo a tal punto que tampoco cuentan con profesionales de esta rama, sin embargo, si consideran que con más promoción y conocimiento del público en general de esta actividad denominada Buceo de Altura se podrá incrementar sus ventas e inclusive podrán importar más equipos necesarios para esta disciplina.

En conclusión, el Buceo de Altura es una actividad viable en el Ecuador, específicamente en los sistemas lacustres de la provincia de Imbabura, el reto que enfrentaría es la no promoción y desconocimiento de la gente de esta actividad, a parte también de no existir operadoras de turismo que promuevan esta acción con iniciativa innovadora para incrementar la visita de extranjeros al país. Con un buen plan estratégico en un plazo determinado podría a llegar a ser un buen negocio para las empresas de turismo que deseen incursionar y promover esta disciplina y también a todos los actores que conforman la industria del turismo y del buceo.

## **8. RECOMENDACIONES**

- Se debería buscar métodos de importación de equipos de buceo con cero costos de impuestos ya que el turismo tiene apoyos para importación de equipos.
- Se debería investigar estrategias con empresas aliadas a nivel internacional para poder comercializar este tipo de buceo a nivel internacional, así, el producto se vendería de forma masiva y tener un mejor redito para la empresa.
- Se contempla la posibilidad de tener convenios con empresas aliadas en Galápagos que como complemento a su operación (buceo a nivel del mar) se pueda ofertar esta actividad como un valor agregado a sus clientes cuando decidan venir al país.
- Se buscará la mejor forma de inversión tomando en cuenta una sociedad cerrada no más de dos socios ya que al inicio sería un error hacer una inversión enorme sin tener a ciencia cierta el total en ventas de este nuevo producto.
- Durante la ejecución el proyecto se tendrá que tener a personas calificadas y tengan conocimiento de todas las áreas relacionadas como el turismo, buceo, circuitos, etc., para la mejor implementación e ingeniería del mismo.

## 9. AGRADECIMIENTOS

Mis eternos agradecimientos a mi familia:

- A mi padre, Carlos Cadena, quien desde el cielo me ha ayudado a salir adelante;
- A mi madre, Nereida Cedeño quien me ha impulsado y ayudado en todo este trayecto universitario;
- A mi hermano, Carlos Alberto Cadena por su ayuda durante el inicio de mis estudios de maestría; y,
- A mi hija, Alejandra Cadena, por ser mi inspiración para superarme.

## 10. REFERENCIAS (BIBLIOGRÁFICAS)

- AMBIENTAL, L. E. Y. D. E. G. (2004). LEY DE GESTION AMBIENTAL. Ecuador: Reformas Registro Oficial.
- Asamblea Nacional Constituyente. (2008). Constitución del Ecuador 2008, (Constitución de la República del Ecuador), 216.
- Ecuador, C. (2014). Ley de Turismo, 16.
- Guffante Naranjo, T., Guffante Naranjo, F., & Chávez Hernández, P. (2016). INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA.
- Jaramillo, R. R., & Chávez, C. R. B. (2017). Panorama económico de la deuda externa e interna del Ecuador periodo 2000-2016. Revista Publicando, 4(10 (2)), 431–447.
- Lowenstein, A. (2000). Manual de Procedimientos y Técnicas Básicas de Buceo en Altitud. Ciudad de Mexico.
- Olivares, P. (2014). Manual para la planificación de productos turísticos.
- Pedrós, D. M., & Gutiérrez, A. M. (2005). La elaboración del plan estratégico y su implantación a través del cuadro de mando integral. Ediciones Díaz de Santos.
- Universidad Interamericana para el Desarrollo, U. (2014). Turismo de Aventura, 11.
- Vilema, D. (2017). DiveStat - Getting to Know the Divers in Galapagos. Charles Darwin Foundation. Retrieved from <https://www.darwinfoundation.org/en/blog-articles/257-divestat-getting-to-know-the-divers-in-galapagos>