

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL



TRABAJO DE TITULACIÓN

CARRERA: MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

TEMA: “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN SURF UBICADA EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS”

AUTOR: Ing. Sandra Quiñónez Estupiñán

TUTOR: PhD Elfio Manuel Pérez Figueiras

Quito - Ecuador

Marzo 2015

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

APROBACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de Tutor del Trabajo de Graduación, nombrado por la Comisión Académica de Posgrados de la Universidad Tecnológica Israel certifico:

Que el Trabajo de Investigación “PLAN DE NEGOCIOS PARA LA CREACIÓN DE UNA OPERADORA TURÍSTICA ESPECIALIZADA EN SURF UBICADA EN LA CIUDAD DE ESMERALDAS”, presentado por la Maestrante Sandra Quiñonez Estupiñan, estudiante del programa de Maestría en Administración y Dirección de Empresas Décima Tercera Promoción MBA 13, reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del Tribunal de Grado que la Comisión Académica de Posgrados designe.

Quito, marzo 2015

TUTOR

PhD. Elfio Manuel Pérez Figueiras

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA ISRAEL

AUTORÍA DE TESIS

El abajo firmante, en calidad de estudiante de Maestría en Administración y Dirección de Empresas Décima Tercera Promoción MBA 13, declara que los contenidos de este Trabajo de Graduación, requisito previo a la obtención del Grado de Magister en Administración y Dirección de Empresas, son absolutamente originales, auténticos y de exclusiva responsabilidad legal y académica del autor.

Quito, marzo 2015

Ing. Sandra Quiñonez Estupiñan

DEDICATORIA

A DIOS Y A MI FAMILIA

Dedico el éxito y la satisfacción de esta investigación a Dios quien me regala los dones de la Sabiduría y el Entendimiento.

A mí mamá por su gran ejemplo de superación y valioso apoyo en los momentos más conflictivos de mi vida por ocupar el lugar de mi padre quien con fortaleza mantuvo esta familia con su apoyo moral y económico los factores que determinan este gran logro.

A mi esposo por ese optimismo que siempre me impulso a seguir adelante y por los días y horas que hizo el papel de madre y padre.

A mi hija por todas las veces que no pudo tener a una mamá de tiempo completo.

ÍNDICE GENERAL

APROBACIÓN DEL TUTOR	ii
AUTORÍA DE TESIS	iii
DEDICATORIA	iv
ÍNDICE GENERAL	v
ÍNDICE DE ANEXOS	ix
RESUMEN	xi
INTRODUCCIÓN	1

CAPITULO I

1.1. Marco Teórico y Conceptual

1.1.1. Plan de negocio	4
1.1.2 Estudio de factibilidad	4
1.1.3. Agencia de viajes	4
1.1.4. Operadora de turismo	5
1.1.4.1. Operador turístico	5
1.1.4.2. Ruta turística	6

1.1.4.3. Promoción turística	6
1.1.4.4. Tour operadora	6
1.1.4.5. Tour	6
1.1.4.6. Excursión	6
1.1.4.7. Paquete Turístico	7
1.1.5. El turismo	7
1.1.6. El surf en el ecuador	7
1.1.7. Ciudad de Esmeraldas	9
1.1.8. Esmeraldas como destino turístico para el Surf	10
1.1.9. MARCO LEGAL	10

CAPITULO II

2.1. Diagnostico

2.1.1. Análisis FODA	13
2.1.1.1. Fortalezas	13
2.1.1.2. Debilidades	14
2.1.1.3. Oportunidades	14
2.1.1.4. Amenazas	15
2.2. RESULTADOS	15
2.2.1. Presentación	15
2.2.2. Pregunta N° 1	16
2.2.3. Pregunta N° 2	17

2.2.4. Pregunta N° 3	18
2.2.5. Pregunta N° 4	19
2.2.6. Pregunta N° 5	20
2.2.7. Pregunta N° 6	21
2.2.8. Pregunta N° 7	22
CONCLUSION	23

CAPITULO III

3.1. PROPUESTA

3.1.1. Nombre del negocio	24
3.1.2. Logotipo	24
3.1.4. Misión	24
3.1.5. Visión	24
3.1.6. Objetivos	25
3.1.7. Políticas	25
3.1.8. Valores	25
3.1.9. Oportunidad potencial de brindar el servicio Turístico	25
3.2. Análisis del mercado meta	26
3.2.1. Oferta turística en Esmeraldas	26
3.2.1.1. Proyección de la oferta	27
3.2.2. Análisis de la demanda	28
3.2.3. Porcentaje de captación del mercado potencial	29
3.2.4. Proyección de ventas	30

3.3. Mix de mercado	30
3.3.1. Productos	30
3.3.2. Precio	31
3.3.3. Plaza	31
3.3.4. Publicidad	32
3.3.5. Promoción	32
3.4. ESTUDIO TÉCNICO	33
3.4.1 Macro localización	33
3.4.2 Micro localización	33
3.4.3. Croquis	33
3.5. ESTUDIO ORGANIZATIVO Y LEGAL	34
3.5.1. Trámite para la creación de una agencia de viajes	34
3.5.2. Forma de constitución	35
3.5.3. Capital	35
3.5.4. Obtener la patente municipal	37
3.5.5. Licencia anual de funcionamiento	37
3.5.6. Requisitos para obtener la patente de comerciante	38
3.5.7. Ley de Turismo	38
3.5.7.1. De las actividades turísticas y de quienes las ejercen	38
3.6. Organización de la Empresa	39
3.6.1. Estructura organizacional	39
3.6.1.1. Descripción de cargos y funciones	40
3.7. ESTUDIO FINANCIERO	43
3.7.1. Inversión Inicial	43

3.7.2. Detalle de la inversión inicial	44
3.7.3. Muebles y Equipos de área Administrativa	44
3.7.4. Costos y Gastos	45
3.7.4.1. Gastos Administrativos	46
3.7.5. Sueldos y salarios	48
3.7.6. Financiamiento	50
3.7.7. Depreciaciones	50
3.7.8. Balance de situación inicial	54
3.7.9. Punto de Equilibrio	56
CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	59
CONCLUSIONES	59
RECOMENDACIONES	60
BIBLIOGRAFÍA	61
ANEXOS	63

LISTA DE TABLAS

Tabla 1: Resumen de Inversión Total	43
Tabla 2: Materiales y Equipos OPERSURF	44
Tabla 3: Muebles y Enseres	44
Tabla 4: Equipos Informáticos	45
Tabla 5: Equipos de oficina	45

Tabla 6: Edificación de Instalaciones OPERSURF	45
Tabla 7: Suministros de Oficina	46
Tabla 8: Suministros de limpieza	46
Tabla 9: Gasto de constitución	47
Tabla 10: Nómina primer año	48
Tabla 11: Nómina segundo año	49
Tabla 12: Fuentes de financiamiento	50
Tabla 13: Resumen de depreciaciones	50
Tabla 14: Pronóstico de compras y ventas	51
Tabla 15: Presupuesto de gastos	52
Tabla 16: Capital de Trabajo	53
Tabla 17: Balance de situación inicial	54
Tabla 18: Indicadores financieros	55
Tabla 19: Resumen de costos fijos y variables	57

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico N° 1: Lugar de Origen	16
Gráfico N° 2: Edad	17
Gráfico N° 3: Sexo	18
Gráfico N° 4: Motivo de la visita a Esmeraldas	19
Gráfico N° 5: Rango dispuesto a pagar por alquilar un equipo de surf	20
Gráfico N° 6: Disposición de contratar un paquete turístico especializado en Surf	21
Gráfico N° 7: Disposición de los encuestados de elaborar su propia tabla de surf	22
Gráfico 8: Croquis ubicación Operadora Turística	23

LISTA DE CUADROS

Cuadro 1: Oferta histórica de plazas habitacionales en Esmeraldas	27
Cuadro 2: Proyección de la oferta	28
Cuadro 3: Número de turistas que visitaron Esmeraldas	28
Cuadro 4: Porcentaje participación del mercado	29
Cuadro 5: Pronóstico detallado de ventas anuales	30
Cuadro 6: Precios	31

LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Organigrama Organizacional OPERSURF	39
---	----

RESUMEN

En el presente proyecto se explica de manera ordenada el plan para la creación de una operadora turística especializada en surf en la ciudad de Esmeraldas (OPERSURF), que satisfaga las necesidades de los turistas potenciales que visitan sus playas con mucha expectativa en su mayoría de pasar un rato ameno entre amigos y familiares, además de practicar deportes extremos como el surf ya que se tiene uno de los mejores ambientes y olas para la práctica del mismo.

Con el estudio de mercado que se realizó para sustento del proyecto, se demuestra que si existe gran parte de los turistas visitantes de Esmeraldas que estaría dispuestos a adquirir un paquete turístico cuya especialidad sea la búsqueda y vivencias de aventuras en el surf, ubicándolos en los mejores sitios para montar una ola y dándole todas las seguridades que se requieren para pasar un rato entretenido.

La inversión que se determina dentro del proyecto es de \$36.635,48 dólares y estará financiado en un 100% por capital propio, lo que demuestra que no existiría un apalancamiento con terceras personas ni entidades financieras.

A la vez se pudo conocer los indicadores financieros, los mismos que dan todas las pautas positivas para iniciar el presente proyecto, pues se obtuvo una TIR de 16,59%, se recuperaría la inversión en alrededor de 1 año, situación que habla muy bien del éxito del negocio.

Para proyectar las ventas se tomó como referencia los turistas visitantes promedio de Esmeraldas a cuya cantidad se le aplico un escenario muy pesimista en cuanto a la captación de clientes por parte de OPERSURF.

INTRODUCCIÓN

Antecedentes del problema

Esmeraldas es una ciudad considerada destino turístico de visitantes nacionales y extranjeros, debido a sus hermosas playas con paisajes y clima cálido. Su costa, así como sus reservas ecológicas, la hacen uno de los lugares turísticos más visitados del país, gozando de una temperatura favorable en todo el año.¹

Esta ciudad cuenta con unas maravillosas playas, con las condiciones idóneas para la práctica de uno de los deportes preferidos por habitantes y visitantes de todas partes, como lo es el Surf, los apasionados a este deporte son frecuentemente distinguidos por buscar emociones fuertes y lugares donde puedan tener un espacio para demostrar sus habilidades sobre sus tablas.

Es por esta razón, que se hace necesario en un lugar que capta tanto interés como la ciudad y provincia de Esmeraldas por sus playas, centros de información turística que brinden servicios con rutas establecidas, paquetes en los cuales se ofrezca, además de la emoción de surfear, respaldo de que el lugar donde se practica este deporte sea totalmente seguro, con los respectivos permisos de la autoridades de la zona y poseer los medios necesarios para transportar los equipos y llevarlos a las mejores olas de Esmeraldas como Mompiche, una de las playas más representativas de la provincia, que cuenta con olas triple A, perfectas para la práctica del surf. Es aquí donde nace la necesidad de crear una operadora turística especializada en Surf, con el apoyo de una pequeña escuela de este deporte, la cual en la actualidad es informal y conformada por un grupo de amigos surfistas donde se enseña y se practica este deporte, puesto que la demanda de esta actividad en la ciudad de Esmeraldas cada día va en crecimiento.

¹http://es.wikipedia.org/wiki/Esmeraldas_%28Ecuador%29

Necesidad de resolver el problema

Actualmente en la ciudad de Esmeraldas la práctica del Surf está obteniendo una demanda considerable, es por esta razón que se pretende realizar un plan de creación de una operadora turística especializada en Surf, para conocer si es viable o no su implementación además de saber el nivel de impacto turístico, económico y laboral que podría generar la constitución de este proyecto.

Formulación del problema

¿De qué manera el plan de negocio que se pretende desarrollar en la ciudad de Esmeraldas, será factible e incidirá en el desarrollo del turismo en la región?

Objetivo General

Elaborar un estudio de factibilidad que permita determinar si es viable o no establecer una operadora turística especializada en surf en la ciudad de Esmeraldas

Objetivos Específicos

- Determinar el tamaño de la demanda a satisfacer.
- Determinar el monto de inversión necesario, los costos para el desarrollo e implementación del servicio y el tiempo que tomará recuperar la inversión.
- Analizar la factibilidad y viabilidad financiera de llevar a cabo el proyecto.

Hipótesis

La creación de una operadora turística especializada en Surf en la ciudad de Esmeraldas, será factible e incidirá en el desarrollo del turismo en la región.

Referencia a la metodología

De acuerdo a las fuentes de información a la que se tiene acceso y de acuerdo al objeto de estudio, la presente investigación es de tipo analítica, descriptiva y estadística; se define como analítica debido a que todos los datos obtenidos fueron analizados para tener un criterio al respecto, y es de carácter descriptiva por que se obtuvo mucha información de campo recopilada “*in situ*”, mediante la descripción de los hechos observados directamente de la fuente, y por último es estadística por que se utilizaron los datos históricos de todos los aspectos que fueron necesarios tener en cuenta para la elaboración del presente plan de negocio.

La presente tesis está elaborada en tres capítulos, el primero corresponde al marco teórico y conceptual, el cual hace descripción de los aspectos referente al tema objeto del estudio, conteniendo definiciones que son necesarias para la comprensión del presente trabajo, en esta parte también se incluye la base legal que rigen el entorno del proyecto.

En el segundo capítulo se hace referencia al estudio de factibilidad realizado explicando de manera sistemática, estadística, numérica y gráficamente los resultados obtenidos de la investigación realizada, para con esta información de la demanda, precios, mercado, competencia y demás aspectos para llegar a conclusiones. Y el tercer capítulo donde se presenta la propuesta alternativa con los cuadros y tablas auxiliares financiero de los índices económicos que permitieron tomar la decisión de crear la operadora turística especializada en Surf en la ciudad de Esmeraldas.

CAPÍTULO I

Marco Teórico y Conceptual

En este acápite se abarcará todas las definiciones, aspectos y caracteres que se consideren necesarias para la comprensión del presente trabajo:

1.1.1. Plan de negocio

Consiste básicamente en un documento ordenado y detallado que se puede asociar con el concepto de un mapa, donde se describe la trayectoria operacional y financiera de una empresa o negocio con tres perspectivas; el pasado como una introducción, el presente como el contexto y la situación actual de la organización, y por último, el futuro como una proyección de objetivos y metas. (clubensayos, s.f.)

1.1.2 Estudio de factibilidad

El estudio de factibilidad es el análisis de una empresa para determinar, si el negocio que se propone será bueno o malo, y en cuales condiciones se debe desarrollar para que sea exitoso; y si el mismo contribuye con la conservación, protección o restauración de los recursos naturales y el ambiente. (BACA, 1995)

1.1.3. Agencia de viajes

Una agencia de viajes puede consolidarse como un único centro de operaciones o, por el contrario, como una cadena de locales repartidos por una zona determinada.

A la hora de la exclusividad de lo ofrecido, las agencias de viajes se dividen en dos grandes grupos: por un lado, están aquellas grandes agencias que, actuando casi como auténticos proveedores, ofrecen servicios y productos que, aunque condicionados por ellas mismas, son de carácter muy general y poco adaptados a las preferencias particulares; por otro lado, están las agencias de viajes de menor envergadura que, aun

teniendo un menor control sobre el servicio ofrecido, tienen la posibilidad de adaptarse mucho más a las condiciones de cada cliente. (<http://asesoriadeturismomep.blogspot.com/2012/02/agencias-de-viajes.html>, 2015)

1.1.4. Operadora de turismo

Una operadora de turismo, oficina de información turística o centro de información turística es la organización encargada de proveer información a los turistas potenciales y turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar, facilitar su estadía y disminuir el riesgo de experiencias negativas durante su viaje, influyendo positivamente en la imagen del destino turístico. La oficina de turismo suele ser de carácter público y sin fines de lucro, dependiente de organismos públicos con el fin de mantener la neutralidad y calidad de la información, sin sesgamientos comerciales (<http://www.buenastareas.com/materias/oficina-de-informacion-turistica/0>, 2015)

Los objetivos fundamentales de una Operadora Turística (OT) son:

- Prestar un servicio público
- Mejorar calidad de los Destinos Turísticos de la zona.
- Hacer más fácil la estancia a los potenciales turistas
- Aumentar la llegada de más turistas facilitando y haciendo más cómoda sus futuras reservas, estancias y recorridos en su radio de acción.

1.1.4.1. Operador turístico

La Organización Mundial del Turismo (1998) expresa: "Los operadores turísticos son aquellos agentes que participan en la Actividad Turística en calidad de intermediarios entre el consumidor final (el turista, la demanda turística) y el producto turístico (bien o servicio, destino turístico) aunque puede extender su acción intermediadora al resto de la oferta complementaria (restaurantes, hoteles, conjunto de la oferta de alojamiento...).

1.1.4.2. Ruta turística

Eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene distintos atractivos.

1.1.4.3. Promoción turística

Se puede entender como el resultado de las acciones públicas o privadas que se llevan a cabo para presentar la imagen de un destino o servicio en un país, región o localidad a fin de motivar e incrementar el flujo de visitantes e inversionistas en áreas de destino turístico. (Valencia, 1999)

1.1.4.4. Tour operadora

Expresión inglesa para designar a la empresa que crea y/o comercializa viaje todo incluido y/o presta servicios turísticos y/o subcontrata su prestación. (turísticos, 2015)

1.1.4.5. Tour

Palabra inglesa que significa: "Realizar un viaje de un punto a otro regresando al lugar de origen. Visitar lugares de recreación o negocios en viajes largos o cortos en secuencia o circuito." (Webster, 1950).

1.1.4.6. Excursión

La excursión es un recorrido turístico que se realiza en un período hasta 24 horas. Este producto incluye los servicios de guianza turística y alimentación, menos el de alojamiento.

1.1.4.7. Paquete Turístico

Conjunto de servicios turísticos que se venden al viajero por conducto de las agencias de viaje o de líneas aéreas. Por lo general, el paquete turístico comprende: transporte, alojamiento, alimentación, recreación y excursiones.

Se puede definir como un conjunto de servicios y atractivos que se venden por un tiempo y precio fijo. (turísticos, 2015)

1.1.5. El turismo

En casi todos los países del Mundo el turismo representa una parte importante de su economía. Como actividad económica, por una parte está definido por su demanda y el consumo de los visitantes. Por otra parte, el turismo se refiere a los bienes y servicios producidos para atender a dicha demanda. En sí mismo, incluye una amplia gama de actividades diferentes, por ejemplo, transporte hacia y en los destinos, alojamiento, abastecimiento, compras, servicios de agencias de viaje, operadores de turismo receptivo y emisor. El turismo internacional es una fuente fundamental de ingresos para muchos destinos (turismoluisunifranz, 2015)

1.1.6. El surf en el ecuador

Cuando se trata de surf (o surfing), Ecuador es una de los destinos preferidos, no solamente por sus hermosos paisajes, sino porque en sus costas hay oleajes para todo nivel de experiencia en este deporte extremo.

Además del surfing en Ecuador, se están extendiendo y popularizando prácticas similares a este deporte como el windsurf, wakeboarding y kitesurfing.

Ecuador es un país ideal para los amantes del surf debido a que tiene playas únicas con poca afluencia de visitantes, incluso cuenta con playas escondidas y vírgenes. Otra ventaja para el surfista son los precios bajos que implica la estancia y la práctica de éste deporte en el país. (quitoadventure, 2015)

Debido a la confluencia de las diversas corrientes marítimas que llegan a la costa ecuatoriana, las corrientes de Humboldt y la del Niño principalmente, sus aguas van de

templadas a cálidas, i.e. de temperatura agradable (21° C promedio). Además en la mayor parte de su costa, todo lo que es sur y centro, a lo largo del año posee puntos derechos principalmente. En cambio al norte, específicamente la provincia de Esmeraldas, posee puntos izquierdos y solamente frecuentes entre diciembre y abril. Las olas suelen tener altitudes de hasta 2 metros.

Los puntos más famosos para practicar surf en Ecuador son: en la provincia de Esmeraldas, la costa sur desde la ciudad del mismo nombre hasta Same, y Mompiche. En la provincia de Manabí está la famosa Canoa al norte, y desde San Mateo al norte hasta la provincia de Santa Elena, en Punta Carnero al sur, todo un tramo que incluye los famosos destinos surfistas de Montañita y Salinas, y donde podrá encontrar “reefbrakes y rompientes de playas” además de puntos izquierdos y derechos. Finalmente, hacia el sur, en la provincia de Guayas, está el sector de Playas/Gral. Villamil, que incluye lo que es Engabao y SharkBay.

La mejor época para surfear en Ecuador es entre Enero y Mayo, el clima es cálido al igual que los oleajes. En cambio, de Junio a Diciembre el clima se enfría, y el agua no es tan cálida, aunque los oleajes del sur se muestran con toda su fuerza. Sobre el surfing en las Islas Galápagos, aunque no es muy popular debido a sus aguas frías y a que la única zona donde se puede practicar este deporte es en el Puerto Baquerizo Moreno, incluyendo el famoso destino de Tortuga Bay, le recomendamos visitarlo por todas las demás atracciones que implica este destino.

El portal especializado en surf surfersvillage.com destacó a Ecuador como un excelente destino para la práctica del deporte que cada día gana más adeptos alrededor del mundo.

El medio habla sobre los inicios del surf en el país, allá por los años sesenta, pero resalta el hecho de que a partir del comienzo de la Federación Ecuatoriana de Surf (FES), Ecuador se ha convertido en un referente internacional para la práctica de esta disciplina, teniendo en cuenta que ha sido sede de varias importantes competiciones, incluyendo la más reciente World ISA Master 2013 y la World ISA Junior 2014.

Surfersvillage.com manifiesta que las más de 50 playas del Ecuador han sido testigos de olas de todo tipo, cálidas aguas y un extraordinario clima en bellos paisajes; sin

embargo, el portal destaca seis puntos en el país donde las olas son ideales para los surfistas: Playas (Guayas), Salinas y Montañita (Santa Elena), Manta (Manabí), Galápagos y Mompiche (Esmeraldas). (quitoadventure, 2015)

De esta manera, el portal recomienda a Ecuador como uno de los puntos más sobresalientes de la costa del Pacífico para los amantes del surf a escala mundial. (exactodigital, 2015)

1.1.7. Ciudad de Esmeraldas

La provincia de Esmeraldas se encuentra ubicada en la parte noroccidental del país. Sus límites territoriales son: al norte con la república de Colombia y el Océano Pacífico, al sur con la provincia de Manabí y la provincia del Pichincha, al este con la provincia de Carchi e Imbabura y al oeste con el océano Pacífico.

La cordillera de la costa sigue sin interrupción hasta ser cortada por el río Esmeraldas y al otro lado se bifurca en ramales, que son prolongaciones de la cordillera Occidental de los Andes, al este se encuentran las cordilleras de Cayapas y Toísan y al oeste, las montañas de Muisne, Atacames y Cojimies. En general esta provincia está situada en tierras bajas donde las mayores altitudes no sobrepasan los 600 metros sobre el nivel del mar.

El sistema hidrográfico de la provincia de Esmeraldas está formado por los siguientes ríos: el Cayapas, Santiago, Esmeraldas, Blanco, Verde Onzole y el Mira que atraviesa la frontera con Colombia. Este sistema cobra gran importancia ya que se han convertido en vías de acceso natural para el transporte de productos a distintos lugares.

La cabecera del Cantón concentra la mayor cantidad de habitantes, 85.42% de la población cantonal, y las parroquias rurales suman el 14.58%. El 42.1% de la población es afroecuatoriana y negra. De esta población el 51,4% son mujeres y el 48,6% son varones; y más del 50% está comprendida en el rango de 27 años.

1.1.8. Esmeraldas como destino turístico para el Surf (ver anexo 2)

Esmeraldas es considerada como uno de los destinos turísticos preferidos para la práctica del Surf, desde aprendices a experimentados surfistas, todos concuerdan en que sus playas aledañas cuentan con olas y condiciones propicias para la práctica del surf.

En los días feriados y en los campeonatos nacionales e internacionales de surf, realizados entre febrero y marzo son las temporadas más altas. Pero sin duda la temporada de febrero a julio son las más adecuadas para el surf pues en estas fechas se encuentran las mejores y más altas olas de hasta 3 metros de altura.

Su clima es seco, su temperatura promedio anual es de 25 grados centígrados lo cual facilita aún más la práctica de surf ya que no es necesario el uso de trajes de neopreno pues el agua es muy templada durante todo el año.

Esmeraldas es realmente un balneario cosmopolita, pues durante todo el año existe gran afluencia de turistas provenientes de todas partes del mundo, que llegan atraídos por toda la gama de posibilidades de diversión y deportes que brinda esta localidad. (AndresUriarte, 2015)

1.1.9. MARCO LEGAL

El presente proyecto se realiza fundamentalmente dentro de las bases legales que rigen el entorno de la actividad objeto de este estudio, entre las cuales se tiene:

- LEY DE TURISMO
- LEY DE RÉGIMEN TRIBUTARIO INTERNO
- PLAN NACIONAL DEL BUEN VIVIR 2009-2013
- ORDENANZA - MUNICIPIO DE ESMERALDAS

CAPÍTULO II

2.1. Diagnostico

Para efectivizar este trabajo de investigación se consideró los niveles o tipos de investigación analítico - crítico –descriptivo, porque se inició con un diagnóstico que conllevó a la realización de un análisis crítico sobre la situación actual del problema, a la vez que permitió elaborar un Plan de negocio para la creación de una Operadora Turística especializada en surf, que se dedique a proporcionar paquetes turísticos orientados a la promoción de Esmeraldas como destino turístico idóneo para la práctica del surf, por contar con toda la infraestructura turística necesaria para la práctica segura de este deporte.

Para determinar la factibilidad y aceptación del producto se realizó una investigación en la ciudad de Esmeraldas, en un periodo de 3 meses iniciando en noviembre de 2014 y finalizando en enero de 2015, a través de la investigación exploratoria de campo, ya que este tipo de investigación se define como la recolección de información mediante diferentes mecanismos no estructurales e informales.

Para hallar el número de turistas a encuestar, se aplicó la técnica de muestreo irrestricto aleatorio, aplicando la siguiente fórmula:

$$n = \frac{z^2 (p \times q)}{e^2}$$

Donde para determinar el número de encuestas a realizar, se establece un grado de confianza y un margen de error y además se toman en cuenta los siguientes factores:

- **Nivel de confianza (z)**

Es el porcentaje de datos que se abarca, dado el nivel de confianza establecido del 95%. Para este grado de confianza corresponde un valor de z de 1.96 obtenido de una tabla de distribución normal.

- **Máximo error permisible (e)**

Es el error que se puede aceptar con base a una muestra “n” y un límite o grado de confianza “X”. Este error ha sido definido con un margen del 5%

- **Porción estimada (P)**

Es la probabilidad de ocurrencia de un fenómeno en específico, en este caso, es que los turistas - visitantes estén dispuestos a visitar Esmeraldas y adquirir los servicios turísticos ofrecidos por la operador en mención; puesto que no se tiene ninguna información previa, se toma el promedio con el que se trabaja en estos casos, que es del 50% de que acepten el producto o servicio.

Para hallar el número de personas a encuestar, aplicamos la fórmula de una población infinita (mayor a 100,000 personas), para lo cual se procedió a realizar su despeje obteniendo como resultado el tamaño de la muestra de 70 encuestas.

En esta investigación la información primaria se la recopiló a través de encuestas, entrevistas y observación.

Las encuestas fueron dirigidas a los turistas – visitantes de Esmeraldas, los cuales aportaron con información importante para la elaboración del proyecto.

Las entrevistas se las realizaron a los propietarios de negocios que acogen a los turistas y brindan su servicio y a los funcionarios de los organismos que se encuentran dentro de la actividad turística de la provincia, obteniendo así una visión más clara de la realidad en el mercado que se pretende penetrar.

Y por último la observación que sirvió de mucho ya que con ella se pudo constatar de manera directa y en el lugar de los hechos todos los acontecimientos relacionados con el proyecto, para tener una concepción más objetiva de la investigación realizada.

La información secundaria fue obtenida de libros, internet, revistas, etc.

Para la obtención de información en la presente investigación se utilizó el método deductivo ya que partimos de una concepción en general hasta llegar a conclusiones específicas del tema objeto del estudio. Se utilizó también el método inductivo, pues por

medio de éste se analizó una problemática existente para luego proponer una nueva alternativa de trabajo.

2.1.1. Análisis FODA

El análisis FODA posee dos partes: una interna y otra externa.

En lo referente a lo interno representa todos los factores que de alguna u otra manera tiene control la empresa, esto son las fortalezas y las debilidades.

En la parte externa se toman en cuenta los factores del entorno donde se desarrolla el negocio, se analizan las oportunidades y amenazas que ofrece el mercado seleccionado.

Al realizar el análisis por componente se tiene:

2.1.1.1. Fortalezas

Como fortalezas del negocio se pueden considerar las siguientes:

- Se cuenta con el espacio físico y ubicación adecuada para el funcionamiento de la empresa.
- Se tiene un personal capacitado, especializado y responsable en cada una de las áreas que conforman la empresa.
- Se posee y se brinda al cliente turista visitante, toda la seguridad del caso entorno a la adquisición del producto que se le ofrece.
- Se goza de un personal comprometido con el negocio.
- Siempre se tiene presente la innovación y el mejoramiento en todos los ámbitos del negocio.
- La empresa cuenta con políticas y estrategias claramente definidas para penetrar el mercado seleccionado.

- Se cuenta con el equipamiento necesario como mobiliarios, tecnología, logística y demás enseres necesarios para proporcionar el servicio especializado en surf.

2.1.1.2. Debilidades

Como puntos débiles del presente proyecto se podrían citar:

- Costos relativamente alto en algunos de los productos que se ofertan, debido a la misma naturaleza del deporte y su materia prima.
- Ser un proyecto especializado en surf, lo que limitaría la diversidad en ofertar otro tipo de producto fuera de esta lid.
- Se tiene en ocasiones que importar materia prima, ya que no existe en el país.
- Dar a conocer a la mayor cantidad de personas la existencia de este negocio especializado en surf, es un poco difícil y muy costoso debido a la alta inversión en publicidad.

2.1.1.3. Oportunidades

Como oportunidades que ofrece el mercado seleccionado se tiene:

- Crecimiento del mercado turístico relacionado con el surf.
- Darse a conocer a nivel mundial como destino turístico donde exista una oferta especializada en surf.
- Una de las principales rutas turística cruza por Esmeraldas, constituyéndola en una parada más de turismo aventura al momento de recorrer esta ruta.
- Se cuenta con las características necesarias, el ambiente y las olas perfectas para la práctica del surf.
- Cada día nacen más adeptos al surf en el Ecuador.

2.1.1.4. Amenazas

Entre de los factores que podríamos considerar como amenazas se tiene:

- La inseguridad que se vive en todos lados y que no podemos ignorar.
- Falta de apoyo por parte de las autoridades
- Falta de infraestructura para recibir a los turistas
- Que tengan más acogida otros destinos turísticos
- La Competencia.

2.2. RESULTADOS

2.2.1. Presentación

A continuación se presenta los resultados obtenidos en las encuestas dirigidas a las a los turistas - visitantes de Esmeraldas, con el fin de recabar información muy importante y de primera mano con respecto a gustos y preferencias entorno al proyecto que se pretende implantar.

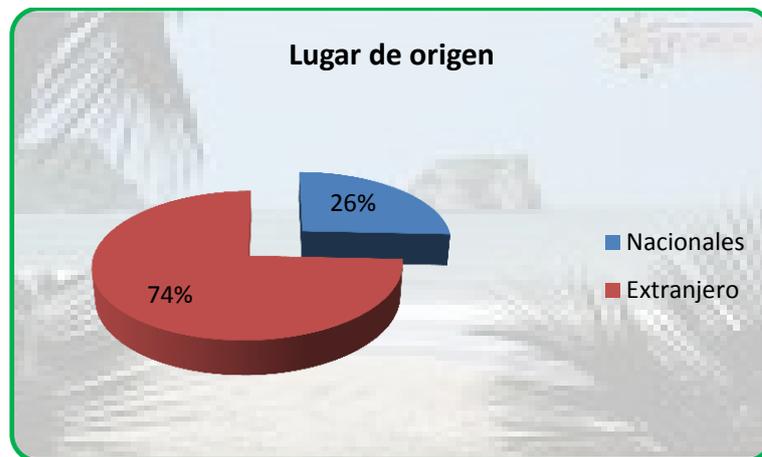
2.2.2. Pregunta N° 1

LUGAR DE ORIGEN

Uno de los aspectos más importantes al momento de realizar un estudio de mercado referente a turismo, es determinar el lugar de procedencia de los turistas – visitantes, este caso se pudo constatar que la mayoría de los turistas que visitan nuestras playas son de procedencia extranjera en un porcentaje considerable de un 74%.

Como se ilustra en el grafico a continuación donde se puede ubicar las tendencias luego de obtener os resultados de la encuesta.

Gráfico N° 1: Lugar de Origen



Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

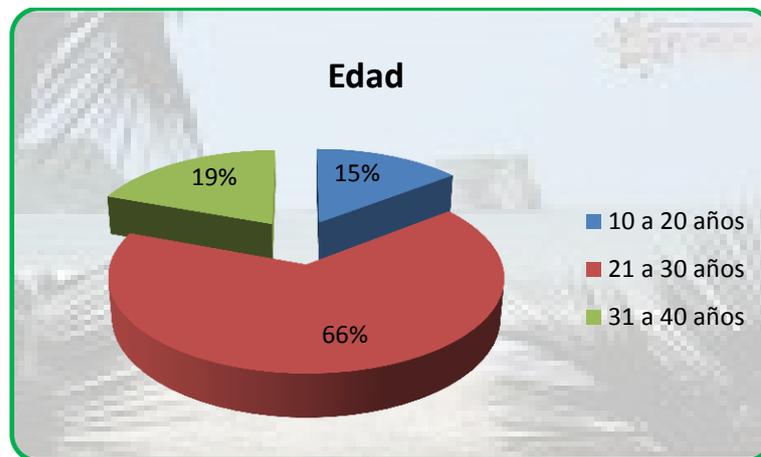
2.2.3. Pregunta N° 2

EDAD

Con el fin de ser más objetivos en este aspecto, se realizó una división entre rango de edades, de los cuales el intervalo de 21 a 30 años tuvo un mayor porcentaje, pudiéndose conocer que los turistas – visitantes de las playas Esmeraldeñas son en su mayoría jóvenes.

Por lo cual ya se tiene una idea a quienes será orientado el producto de acuerdo a sus expectativas y a la etapa de vida por la que cursan.

Gráfico N° 2: Edad



Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

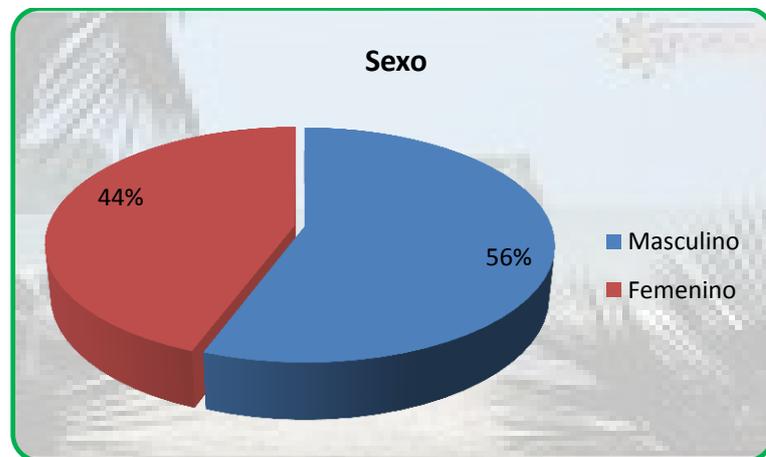
2.2.4. Pregunta N° 3

SEXO

En esta pregunta se pudo evidenciar que la mayoría de turistas que visitan Esmeraldas son hombres con un 56% seguido muy estrechamente por las mujeres con un 44%.

Este se considera un dato muy importante al momento de realizar proyecciones de demanda y ventas de productos específicos en el futuro.

Gráfico N° 3: Sexo



Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

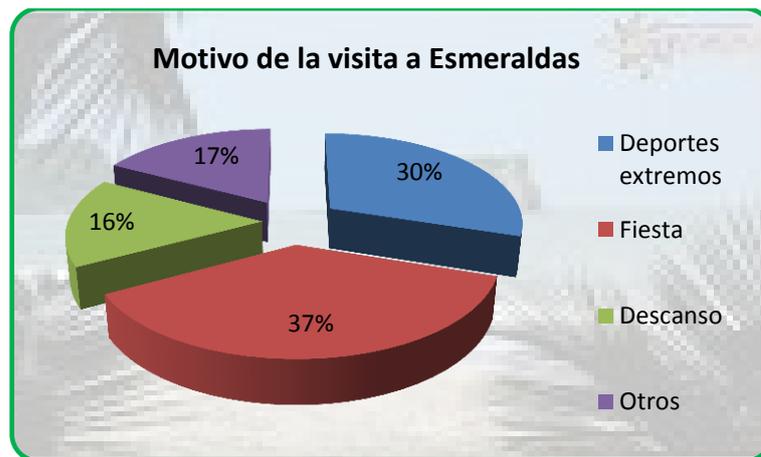
2.2.5. Pregunta N° 4

MOTIVO DE LA VISITA A ESMERALDAS

Es de vital importancia conocer los motivos que incentivan a los turistas a visitar las playas de Esmeraldas, para poder saber si el producto que se pretende lanzar al mercado está dentro de sus requerimientos de diversión y entretenimiento.

Se obtuvo como resultado que uno de los principales motivos por lo cual visitan Esmeraldas son por sus fiestas y seguido muy de cerca con una cantidad muy importante por el deseo de practicar deportes extremos dentro de los cuales podemos incluir al surf.

Gráfico N° 4: Motivo de la visita a Esmeraldas



Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

2.2.6. Pregunta N° 5

RANGO DISPUESTO A PAGAR POR ALQUILAR UN EQUIPO DE SURF

Este punto se lo considera muy importante dentro de este estudio, pues es aquí donde se establece un parámetro económico aproximado que el cliente está dispuesto a pagar por el producto o servicio que se pretende ofertar.

Obteniendo así dentro de un rango de \$10 a \$15 dólares, lo que el cliente promedio estaría dispuesto a pagar son \$10 dólares por el alquiler de una tabla de surf.

Gráfico N° 5: Rango dispuesto a pagar por alquilar un equipo de surf



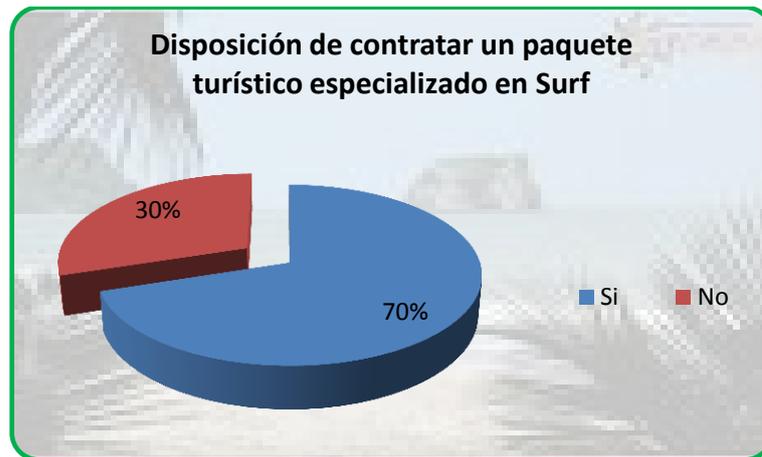
Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

2.2.7. Pregunta N° 6

DISPOSICIÓN DE CONTRATAR UN PAQUETE TURÍSTICO ESPECIALIZADO EN SURF

Luego de haber realizado la presente encuesta se pudo conocer que un gran número de turistas – visitantes de Esmeraldas estarían dispuestos a contratar un paquete turístico donde incluya varios servicios detenidamente planificados y organizados para no preocuparse de nada. Esto es un 70% de los encuestados.

Gráfico N° 6: Disposición de contratar un paquete turístico especializado en Surf



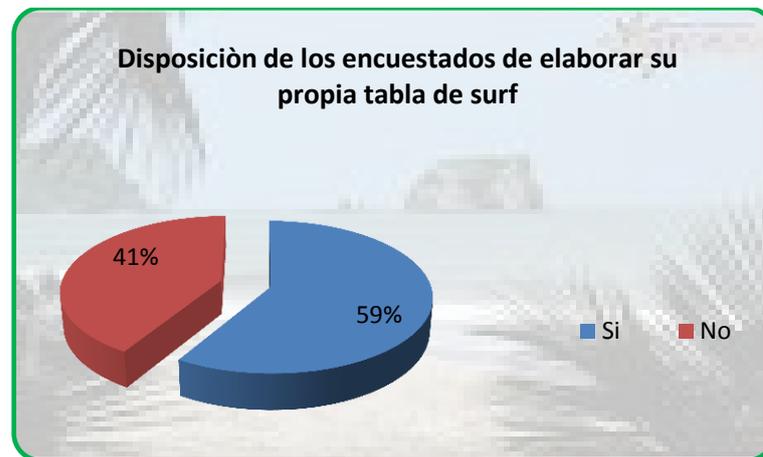
Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

2.2.8. Pregunta N° 7

DISPOSICIÓN DE LOS ENCUESTADOS DE ELABORAR SU PROPIA TABLA DE SURF

Esta pregunta tuvo un nivel de aceptación considerable del 59% de los encuestados estaría dispuestos a elaborar y personalizar su propia tabla de surf.

Gráfico N° 7: Disposición de los encuestados de elaborar su propia tabla de surf



Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

CONCLUSIÓN

Después de realizar el análisis de los resultados de las encuestas realizadas en la ciudad de Esmeraldas, se puede decir que la aceptación por parte de los turistas – visitantes encuestados hacia los productos que ofrecería la operadora turística en proyecto es muy buena.

Además se puede notar que la gran cantidad de turistas que escogen a Esmeraldas como su destino en el Ecuador va en busca de aventura, diversión y surf, lo cual beneficia a la operadora objeto del presente estudio.

Otro resultado muy importante que arrojo este encuesta es el rango de edades que mayormente visitan esta playa paradisiaca bella costa del Ecuador, pues existe una gran mayoría de visitantes de edades entre los 20 a los 30 años que se refiere a un turista relativamente joven, lo cual da a conocer donde se debe poner más énfasis en la promoción de la empresa y sus productos.

CAPÍTULO III

3.1. PROPUESTA

Creación de una Operadora Turística especializada en surf ubicada en la ciudad de Esmeraldas.

3.1.1. Nombre del negocio

El nombre de la operadora turística será: “**OPERSURF**”

3.1.2. Logotipo

(Ver anexo 2)

3.1.4. Misión

Somos una operadora de turismo joven, innovadora y dinámica, especializada en surf, con personal capacitado con espíritu emprendedor y de colaboración, predispuestos siempre a asesorar, organizar y conducir a nuestros clientes en todas sus necesidades turísticas en el ámbito local de la provincia de Esmeraldas.

3.1.5. Visión

OPERSURF en el 2016 será una empresa rentable y competitiva a nivel provincial, garantizando un servicio de calidad y confort, llegando a ser una empresa operadora líder en la localidad.

3.1.6. Objetivos

- Brindar una asesoría a todos nuestros turistas para poder ofertar todas las bondades que tiene el destino Ecuador.
- Impulsar el desarrollo turístico de Esmeraldas.
- Poner al deporte del surf como especialidad dentro de la conformación de paquetes turísticos.

3.1.7. Políticas

- Trabajo esmerado y de calidad, considerando siempre las necesidades y expectativas de nuestro cliente.
- Control de Calidad en los diferentes procesos operativos de la empresa.

3.1.8. Valores

- ✓ Ética Profesional
- ✓ Honestidad
- ✓ Respeto y transparencia
- ✓ Equidad de Genero
- ✓ Responsabilidad
- ✓ Compromiso
- ✓ Entusiasmo
- ✓ Solidaridad

3.1.9. Oportunidad potencial de brindar el servicio Turístico

En la actualidad el surf es considerado uno de los deportes acuáticos más practicados en la ciudad de Esmeraldas.

Es por esta razón que hoy es necesario contar con una operadora especializada en surf, la cual provea paquetes turísticos los mismos que pueden aprovechar los surfistas, en particular, si desean sumar su deporte preferido dentro de sus vacaciones ya que al

hacerlo de esa forma, podrán experimentar y disfrutar varias costas, experiencias y oleadas.

Los apasionados del surf se encuentran sencillamente atraídos a las oleadas de grandes escalas sobre las cuales puedan pasear con sus tablas. En el caso de surfistas experimentados o principiantes poseen este anhelo de peregrinar a muchas partes del mundo para aprovechar el buen oleaje de algunas de las playas de surf más destacadas. Hay bastantes destinos para elegir pero muy pocas ofertas que ofrezcan la diversión, una experiencia inolvidable y la seguridad de trasladarse a este atractivo.

Por esta y varias razones más que contar con un paquete de turismo al escoger nuestro destino puede ser la diferencia entre un recuerdo único con un personal capacitado, con la seguridad del lugar y lo más importante contar con la certeza de que la práctica de surf será la mejor que hayas tenido.

3.2. Análisis del mercado meta

Para la realización de la presente investigación se recurrió al análisis de las estadísticas del comportamiento del turismo en Esmeraldas, para así poder tener una base y realizar los cálculos que determinen la oferta y demanda del producto turístico que se tiene en mente introducir en la localidad.

3.2.1. Oferta turística en Esmeraldas

La oferta turística está constituida por el conjunto de servicios que se pueden comprar por un precio fijado para disfrutar en un lugar adecuado y tiempo determinado.

Para establecer la oferta turística en Esmeraldas, se acudió a recopilar diversos datos mediante la investigación directa en establecimientos y a la información proporcionada por la Cámara de Turismo de Esmeraldas.

Los datos que serán considerados como base para proyectar la oferta, serán desde el año 2009:

Cuadro 1: Oferta histórica de plazas habitacionales en Esmeraldas

Años	Oferta (Plazas)
2009	10.141
2010	10.689
2011	11.237
2012	11.784
2013	12.332
2014	12.880

Cámara Turismo Esmeraldas

3.2.1.1. Proyección de la oferta

Para realizar la oferta futura se proyectó el servicio turístico a través de la regresión lineal simple en línea recta, ya que el comportamiento de los turistas al lugar ha venido creciendo sostenidamente en el tiempo.

Se aplicó la siguiente fórmula:

$$Y = a + bx$$

Dónde:

Y= Variable dependiente (demanda servicios)

a= Coordenada del punto donde la recta intercede al eje “y”

b= Pendiente de la recta.

x= Variable independiente o predictor de valores asignados (tiempos)

n= Frecuencia (6)

$b = \frac{n \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{n \sum x^2 - (\sum x)^2}$	$a = \frac{\sum y}{n} - b \frac{\sum x}{n}$
--	---

Luego de despejar la ecuación se obtiene la siguiente proyección de la oferta de plazas habitacionales en Esmeraldas hasta el 2.020.

Cuadro 2: Proyección de la oferta

Año	Oferta Proyectada
2.015	13.428
2.016	13.976
2.017	14.524
2.018	15.072
2.019	15.620
2.020	16.168

Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

3.2.2. Análisis de la demanda

La demanda turística constituye los servicios efectivamente solicitados por los turistas visitantes de una localidad.

Estadísticamente se ha tenido el siguiente número de turistas por año:

Cuadro 3: Número de turistas que visitaron Esmeraldas

AÑO	TURISTAS VISITANTES
2010	14.341
2011	15.560
2012	16.882
2013	18.317
2014	19.874

Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

El presente estudio de la demanda pretende ayudar a identificar los gustos y preferencias de los potenciales turistas visitantes, para tener una idea más apegada a la realidad.

3.2.3. Porcentaje de captación del mercado potencial

A continuación cuadro de porcentaje de participación en el mercado potencial de turistas que visitan Esmeraldas, según resultados de preferencias y gustos obtenidos de las encuestas aplicadas.

Cuadro 4: Porcentaje participación del mercado

Número de turistas que visitan Ecuador	Número de turistas que visitan Esmeraldas	El 66% entre 21 a 30 años edad (según pregunta 2)	El 30% de turistas deportes extremos (según pregunta 4)	El 70% turistas contratarían P. Surf (según pregunta 6)	Escenario pesimista 10%
1.311.689	19.874	13.117	3.935	2.755	275

Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

De acuerdo a los resultados obtenidos de las encuestas se pudo determinar que el 66% de los turistas que visitan Esmeraldas el último año 13.117 son de 21 a 30 años de edad (ver pregunta 2), principal target al cual iría dirigido el producto turístico que se pretende comercializar.

De esto el 30% tienen preferencias por realizar deportes extremos (ver pregunta 4), entre estos el surf con un 70% de aceptación es por los turistas que gustan de este tipo de emociones extremas y estarían dispuestos a contratar un paquete turístico especializado en surf (ver pregunta 6).

Y por último aplicamos un porcentaje de participación como escenario pesimista del 10%, donde como podemos ver una participación en número de turistas de 275 clientes anuales

3.2.4. Proyección de ventas

De acuerdo a la información obtenida y enmarcándonos en un escenario pesimista como brecha abierta para fluctuar sobre lo pronosticado, se tiene el siguiente resultado.

Cuadro 5: Pronóstico detallado de ventas anuales

ALQUILER				
Artículo	Frecuencia/mensual	Precio	mes	año
(275/12)*30%)/12 Alquiler de tabla de surf	7	10	70	840,00
Alquiler de trajes de Neopreno	5	10	50	600,00
				1.440,00
VENTAS				
Venta tabla de surf	1	800	800	9.600,00
Venta de trajes de Neopreno	4	100	400	4.800,00
Venta cera para tablas	10	5	50	600,00
Venta Set Quilla / Tapón	10	55	550	6.600,00
Venta seguros de tablas	10	60	600	7.200,00
Venta paquete aventura surf	3	285	855	10.260,00
Venta paquete Tuboard	1	399	399	4.788,00
				43.848,00
TOTAL INGRESOS ANUAL				45.288,00

3.3. Mix de mercado

Constituye la combinación idónea que se tendrá para lograr penetrar el mercado con el producto turístico que se pretende ofrecer, para lo cual tomamos en cuentas los siguientes aspectos fundamentales:

3.3.1. Productos

Dentro de los productos que se pretenden comercializar están:

- **Producto 1:** Elaboración de paquetes turísticos para los surfistas
- **Producto 2:** Alquiler y venta de equipos
- **Producto 3:** Paquetes Fabricación de las tablas de surf
- **Producto 4:** Escuela para surfistas

3.3.2. Precio

Los precios de los artículos están basados a su costo más un margen de utilidad que fluctúa entre el 40 y 45%, además que se ha tomado en cuenta los resultados de las encuestas en cuanto a lo que se estaría dispuesto a pagar por la obtención de uno de los productos que se comercializan.

Cuadro 6: Precios

ALQUILER	
Artículo	Precio
Alquiler de tabla de surf	10,00
Alquiler de trajes de Neopreno	10,00

VENTAS	
Venta tabla de surf	800,00
Venta de trajes de Neopreno	100,00
Venta cera para tablas	5,00
Venta Set Quilla / Tapón	55,00
Venta seguros de tablas	60,00
Venta paquete aventura surf	285,00
Venta paquete Tuboard	399,00

3.3.3. Plaza

Esta dada por la ciudad de Esmeraldas y los potenciales turistas visitantes de sus playas, que constituyen la plaza del mercado meta que se pretende captar:

- ✓ Turistas Extranjeros amantes del surf
- ✓ Turistas nacionales amantes de surf

3.3.4. Publicidad

La publicidad se la hará a través de los diferentes medios de comunicación, pues al utilizar varios medios o canales para transmitir el mensaje se podrá dar a conocer el producto turístico que se comercializa.

Dentro de los medios escritos y a través de la web la idea principal es se conozca a la empresa en general cuáles son sus políticas, cuáles son los beneficios de adquirir el producto y servicios y que ventajas obtienen los clientes.

A través de los medios de televisivos la propuesta es crear en las personas la necesidad de practicar este deporte con los servicios que ofrece la operadora turística OPERSURF, la cual se logrará con imágenes videos y diferentes formas gráficas que fomentan e influncian a la práctica del surf, tomando en cuenta los altos costos para acceder a este medio, se utilizará publirreportajes en los cuales los costos de inversión son mínimos ya que a mayor parte del costo se lo hace a través de canje (servicio por servicio), de igual manera este tipo de promoción se podría hacer en canales de televisión abierta.

3.3.5. Promoción

La promoción de OPERSURF, se realizará por medios de comunicación masivos como radio internet y redes sociales, haciendo como su fuerte en la promoción de su página web que estará concatenada con redes sociales y se anunciarán ofertas, promociones y tours diarios. Así mismo se promoverá por medio de esta página web la escuela de surf para los diferentes niveles de aprendizaje, sin dejar de lado la creación de su propia tabla de surf y la venta de mercadería en stock.

Se realizarán trípticos, afiches y hojas volantes que serán entregados a turistas en general.

3.4. ESTUDIO TÉCNICO

Para establecer una operadora turística, se debe obligatoriamente constituirse como empresa sujeta a control de la superintendencia de compañías.

El trámite para la constitución de una compañía es el siguiente:

OPERSURF ha decidido formarse como una sociedad anónima la cual está basada en una persona jurídica, que ejerce el comercio con el patrimonio aportado por los socios.

La participación de los socios está representada por acciones y los mismos sólo son responsables por las obligaciones sociales hasta la concurrencia de sus respectivos aportes.

Existen razones que se mencionan a continuación por la que sea decidido formar una sociedad anónima.

- ✓ La razón más importante para la creación de una sociedad anónima es que con ella se puede realizar la venta de las tablas de surf, la elaboración de las tablas de surf, la escuela de surf y el manejo de la operadora turística.
- ✓ La independencia de la sociedad de sus accionistas.
- ✓ Los directores de la empresa son responsables en caso de incurrir en mal desempeño.
- ✓ La motivación de cada socio para dedicar su mejor esfuerzo es grande dado que participan directamente en los beneficios.
- ✓ La empresa se mantiene aún después de la muerte de alguno de sus socios.
- ✓ Acciones pueden adquirirse por transferencia o herencia.
- ✓ La responsabilidad de los socios está limitada a sus aportaciones.
- ✓ Se pueden transmitir las acciones mediante su venta.
- ✓ Es relativamente fácil conseguir capital, ya que puede emitir acciones según sus necesidades.

3.5.2. Forma de constitución

“Constitución simultánea.- Se constituye en un solo acto por convenio entre los que otorguen la escritura y suscriben las acciones, quienes serán los fundadores. Artículos 148 y 149 de la Ley de Compañías.

Constitución sucesiva.- Por suscripción pública de acciones, los iniciadores de la compañía que firmen la escritura de promoción serán promotores 1-2-3. Accionistas.

Capacidad: Para intervenir en la formación de una compañía anónima en calidad de promotor (constitución sucesiva) o fundador (constitución simultánea) se requiere la capacidad civil para contratar. Sin embargo no se podrán hacerlo entre cónyuges ni entre hijos no emancipados. Artículo 145 de la Ley de Compañías.

Números de accionistas.- La compañía deberá constituirse con dos o más accionistas, según lo dispuesto en el Artículo 147 de la Ley de Compañías, sustituido por el Artículo 68 de la ley de Empresas Unipersonales de Responsabilidad Limitada. La compañía anónima no podrá subsistir con menos de dos accionistas, salvo las compañías cuyo capital total o mayoritario pertenezcan a una entidad del sector público.

3.5.3. Capital

Capital mínimo.- El capital suscrito mínimo de la compañía deberá ser de ochocientos dólares de los Estados Unidos de América. El capital deberá suscribirse íntegramente y pagarse en al menos un 25% del valor nominal de cada acción. Dicho capital puede integrarse en numerario o en especies (bienes muebles e inmuebles) e intangibles, siempre que, en cualquier caso, correspondan al género de actividad de la compañía.

La sociedad anónima permite establecer un capital autorizado, que no es sino el cupo hasta el cual pueden llegar tanto el capital suscrito como el capital pagado. Ese cupo no podrá exceder del doble del importe del capital suscrito (Art. 160 de la Ley de Compañías).

Acciones.- La acción confiere a su titular legítimo la calidad de accionista y le atribuye, como mínimo, los derechos fundamentales que de ella derivan y se establecen en la Ley. Las acciones pueden ser ordinarias o preferidas, según lo establezca el estatuto,

artículo 170 de la Ley de Compañías, se pueden negociar libremente, conforme lo determina el artículo 191 de la misma Ley.

- ✓ Reserva del nombre en la superintendencia de compañías.
(Mínimo 10 opciones). La reserva del nombre tendrá validez por el plazo de treinta días, contados desde la fecha de reserva. Este nombre puede ser posteriormente registrado en el Instituto Ecuatoriano de la Propiedad Intelectual, lo cual otorga propiedad sobre el mismo. En el caso de agencias de viajes se debe solicitar en el (IEPI) un certificado de búsqueda del nombre comercial, el mismo que será entregado en el Ministerio de Turismo. Posteriormente se abre una cuenta de integración de la compañía, conforme a los capitales mínimos establecidos para cada tipo de empresa en la ley de compañías: limitada \$ 400,00 dólares; sociedad anónima \$800,00 dólares. En el caso de agencias de viaje se aplican los mismos valores, pero se debe tomar en cuenta los valores del activo real fijados por el Ministerio de Turismo, los mismos que no serán exigibles en las ciudades que tengan menos de cincuenta mil habitantes.

- ✓ Minuta de constitución de compañía (firmada por un abogado); se debe adjuntar el estatuto de la compañía, el cuadro de integración del capital. Luego se eleva a escritura pública.

- ✓ Carta de solicitud de aprobación dirigida al superintendente de compañías, suscrita por un abogado, en la que se pida la aprobación del contrato constitutivo y su registro, y se deben adjuntar tres copias certificadas de la escritura de constitución de la compañía. La superintendencia de compañías revisa la documentación en 3 días, y emite su resolución si no encuentra objeciones.

En el caso de haberlas, emite un oficio de observaciones, las cuales deberán ser corregidas en la escritura pública o documentos que señale el oficio.

Con la resolución se debe:

- ✓ Solicitar a la superintendencia el extracto de la compañía para ser publicado en el diario de mayor circulación del lugar donde se va domiciliar la misma.
- ✓ Realizar la afiliación a la cámara correspondiente dependiendo del objeto social y obtener el certificado de afiliación definitiva.
- ✓ Registrar los nombramientos de presidente y gerente general o representante legal en el registro mercantil.

3.5.4. Obtener la patente municipal

Con estos documentos, se debe acudir nuevamente a la superintendencia de compañías, quien emitirá una hoja de datos de la compañía; con éste se procede a realizar la marginación de las resoluciones y a realizar el respectivo registro en el registro mercantil, a partir de este momento tiene validez jurídica.

- ✓ Se obtiene el (RUC) Registro Único de Contribuyentes en el servicio de rentas internas para persona jurídica. (S.R.I.).
- ✓ Se abre un número patronal de compañías en el Instituto
- ✓ Ecuatoriano de Seguridad Social (I.E.S.S.)
- ✓ Se obtiene el certificado de registro en el Ministerio de Turismo.

3.5.5. Licencia anual de funcionamiento

Obligación: a partir de enero de cada año, el representante de un establecimiento turístico acudirá al municipio de Esmeraldas por una sola vez a cancelar en recaudación:

- Patente municipal
- Tasa de turismo
- “Aporte anual a la Cámara de Turismo
- Permiso de bomberos.

3.5.6. Requisitos para obtener la patente de comerciante

- ✓ Copia de la cédula y papeleta de votación
- ✓ Certificado de salud
- ✓ Pago del cuerpo de bomberos
- ✓ Autorización de la comisaria municipal

3.5.7. Ley de Turismo

3.5.7.1. De las actividades turísticas y de quienes las ejercen

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:

- ✓ Alojamiento
- ✓ Servicio de alimentos y bebidas.
- ✓ Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo. Marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito.
- ✓ Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento.
- ✓ La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones.

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

Art. 7.- Las personas jurídicas que no persigan fines de lucro no podrán realizar actividades turísticas para beneficio de terceros.

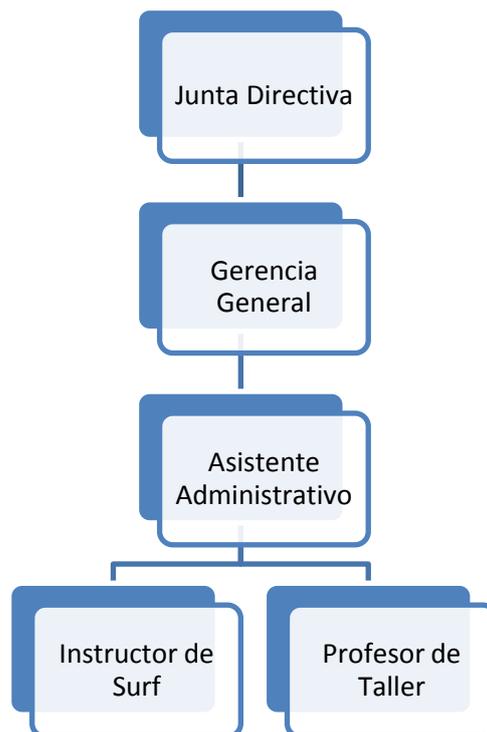
Art. 8.- Para el ejercicio de actividades turísticas se requiere obtener el registro de turismo y la licencia anual de funcionamiento, que acredite idoneidad del servicio que ofrece y se sujeten a las normas técnicas y de calidad vigentes.”

3.6. Organización de la Empresa

La organización de una empresa refleja no sólo el diseño y la calidad que brinda cada uno de los empleados y dueños de la misma. Está basada principalmente en una planificación, control, desarrollo.

3.6.1. Estructura organizacional

Figura 1: Organigrama Organizacional OPERSURF



Elaborado por: QUIÑONEZ, Sandra

3.6.1.1. Descripción de cargos y funciones

- **Gerencia General**

Dentro de sus funciones están:

- ✓ Determinar objetivos a corto y largo plazo.
- ✓ Determinar la estructura de la organización
- ✓ Fijar políticas de la empresa
- ✓ Establecer las normas administrativas de la empresa.
- ✓ Determinación de programas.
- ✓ Desarrollo y cumplimiento de programas.
- ✓ Proveer de personas a la organización.
- ✓ Mantener relaciones exteriores.
- ✓ Organizar y dirigir al personal.
- ✓ Comprobación de resultados.
- ✓ Responsabilidad en la planificación estratégica de ventajas y marketing en el desarrollo de mercados enfocados.
- ✓ Se encarga de revisar constantemente los estados del establecimiento para que no se presenten anomalías.

- **Asistente Administrativo**

Tendrá la responsabilidad de:

- ✓ Asistir en el desarrollo de los programas y actividades de la empresa.
- ✓ Participar en el estudio y análisis de nuevos procedimientos y métodos de trabajo.
- ✓ Realizar los descargos o pagos contra cada compromiso.
- ✓ Llenar formatos de órdenes de pago por diferentes conceptos, tales como: pagos a proveedores, pagos de servicios, subvenciones, aportes, etc.
- ✓ Realizar seguimiento a los pagos para su cancelación oportuna.
- ✓ Realizar solicitudes de dotación de equipos y materiales para la empresa.
- ✓ Llevar registro y control de los recursos financieros asignado a la empresa, fondo fijo, caja chica, etc.
- ✓ Realizar registro contable.
- ✓ Recibir y revisar las facturas y comprobantes de los gastos efectuados con los avances a justificar.

- ✓ Tramitar los depósitos bancarios y mantiene registro de los mismos.
- ✓ Suministrar materiales y equipos de trabajo al personal de la operadora y controla la existencia de los mismos.
- ✓ Recibir y tramitar solicitud de servicios de mantenimiento y reparaciones de las edificaciones, máquinas y/o equipos de la empresa.
- ✓ Redactar y transcribir correspondencia y documentos diversos.
- ✓ Llevar control de la caja chica.
- ✓ Brindar apoyo logístico en actividades especiales.
- ✓ Llevar y mantiene actualizado archivo de la unidad.
- ✓ Mantener actualizados registros, libros contables, entre otros.
- ✓ Atender e informa al público en general.
- ✓ Recibir licitaciones y/o licitación de los proveedores.
- ✓ Hacer seguimiento a las órdenes de compras y la recepción de mercancías. Entre otras funciones que puedan ser asignadas.

- **Instructor de Surf**

Entre las funciones del instructor de surf están:

- ✓ Supervisar el trabajo de los surfistas.
- ✓ Elaborar los horarios de trabajo dentro su trabajo.
- ✓ Asegurar que se logre la satisfacción total de los clientes.
- ✓ Mantener informado al gerente de su desempeño y del trabajo a su cargo.
- ✓ Revisar el correcto uso de los equipos y servicios de la operadora.
- ✓ Impartir las clases y los conocimientos necesarios a los clientes.
- ✓ Responsable de que todos los equipos sean devueltos en buen estado después de realizar las clases o tours correspondientes.
- ✓ Responsable de todos y cada uno de los clientes que contrataron los servicios.
- ✓ Conocer a la perfección todas las técnicas condiciones climáticas, oleajes y condiciones de los equipos para la práctica del surf.

- **Profesor taller de tablas de surf**

Dentro de las funciones están:

- ✓ Elaborar los horarios de trabajo dentro su área.
- ✓ Asegurar que se logre la satisfacción total de los clientes.
- ✓ Mantener informado al gerente de su desempeño y del área a su cargo.
- ✓ Realizar los reportes correspondientes a su área.
- ✓ Revisar el correcto uso de los equipos y servicios de la empresa.
- ✓ Encargarse de todas las herramientas y equipo que se encuentran en los talleres
- ✓ Revisar que todos los equipos que utiliza la empresa estén adecuados para su uso.
- ✓ Impartir la enseñanza de cómo crear una tabla de surf a través de una clase personalizada.
- ✓ Conocer el uso de cada una de las herramientas necesarias para crear y dar un mantenimiento a las tablas de surf.
- ✓ Dar una información detallada de todas las posibilidades y usos de las tablas de surf.
- ✓ Encargarse de impartir el curso de crear tu propia tabla de surf.

3.7. ESTUDIO FINANCIERO

3.7.1. Inversión Inicial

La inversión inicial que se requiere para poner en marcha la operadora turística OPERSURF, adquirir muebles y equipos, la edificación y cubrir los primeros gastos de operación, es de \$36.635,48 (TREINTA Y SEIS MIL SEISCIENTOSTREINTA Y CINCO CON 48/100 DÓLARES AMERICANOS), como se muestra en la siguiente tabla:

Tabla 1: Resumen de Inversión Total

RESUMEN DE INVERSION TOTAL				
DESCRIPCION	Período	Subtotal	Total Inversión	TOTAL
Recursos materiales y equipos			15.065,78	15.065,78
Recurso Humano	3,00	2.233,00		6.699,00
Gastos de Constitución				980,00
Capital de Trabajo	3,00	2.985,23		8.955,70
Materia Prima	3,00	1.645,00		4.935,00
INVERSION INICIAL				36.635,48

Rubros que se requieren para iniciar el negocio:

1.- Activos Fijos	15.065,78
2.- Inventario	1.645,00
3.- Recursos Humanos	6.699,00
4.- Gastos de Constitución	980,00
5.- Capital de Trabajo	8.955,70
TOTAL DE INVERSION \$	36.635,48

3.7.2. Detalle de la inversión inicial

Los equipos, muebles y enseres de la operadora turística "OPERSURF" se detallan a continuación así:

Tabla 2: Materiales y Equipos OPERSURF

MATERIALES Y EQUIPOS OPERSURF			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
	HERRAMIENTAS		\$ 218,25
1	Compresor eléctrico "2HP"	\$ 134,00	\$ 134,00
1	Calibrador 150MM	\$ 2,00	\$ 2,00
1	Taladro 1/2 HP	\$ 48,00	\$ 48,00
1	Juego de brocas	\$ 6,00	\$ 6,00
1	Pistola de pintura	\$ 13,00	\$ 13,00
1	Lijadora Orbital	\$ 1,25	\$ 1,25

4	Flexómetros	\$ 3,50	\$ 14,00
IMPLEMENTOS PARA ALQUILER			\$ 3.795,00
2	Tablas de Surf Pequeñas	\$ 380,00	\$ 760,00
2	Tablas de Surf Medianas	\$ 415,00	\$ 830,00
3	Tablas de Surf Grandes	\$ 680,00	\$ 2.040,00
3	Trajes de Neopreno	\$ 55,00	\$ 165,00
IMPLEMENTOS PARA LA VENTA			\$ 2.067,00
3	Tablas de Surf Pequeñas	\$ 200,00	\$ 600,00
3	Tablas de Surf Medianas	\$ 125,00	\$ 375,00
3	Trajes de Neopreno 1MM	\$ 55,00	\$ 165,00
2	Trajes de Neopreno 2MM	\$ 75,00	\$ 150,00
2	Trajes de Neopreno 3MM	\$ 111,00	\$ 222,00
8	Set Quilla / Tapón	\$ 48,00	\$ 384,00
8	Seguros de tablas	\$ 12,00	\$ 96,00
15	Cera para tablas	\$ 5,00	\$ 75,00
TOTAL MATERIALES Y EQUIPOS OPERSURF			\$ 6.080,25

3.7.3. Muebles y Equipos de área Administrativa

Tabla 3: Muebles y Enseres

MUEBLES Y ENSERES			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	Escritorios	\$ 218,00	\$ 436,00
2	Sillas Giratoria	\$ 87,00	\$ 174,00
2	Archivadores aéreos	\$ 54,00	\$ 108,00
1	Archivador 4 gavetas metálicos	\$ 104,00	\$ 104,00
4	Sillas visitantes	\$ 34,00	\$ 136,00
6	Cuadros referentes al turismo Esmeraldas y el Surf	\$ 35,00	\$ 210,00
3	Perchas metálicas exhibición	\$ 50,00	\$ 150,00
4	Cunas para Tablas de Surf	\$ 45,00	\$ 180,00
1	Sillón triple de espera	\$ 98,00	\$ 98,00
TOTAL MOBILIARIOS Y ENSERES			\$ 1.596,00

Tabla 4: Equipos Informáticos

EQUIPOS INFORMATICOS			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
2	Computador (incluye CPU, Monitor, impresora, Teclado)	\$ 714,36	\$ 1.428,72
1	Instalación de Internet	\$ 65,00	\$ 65,00
2	Instalación de Software	\$ 25,00	\$ 50,00
TOTAL EQUIPOS INFORMATICOS			\$ 1.543,72

Tabla 5: Equipos de oficina

EQUIPOS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Surtidor de agua	\$ 128,00	\$ 128,00
1	Teléfono con fax	\$ 112,00	\$ 112,00
1	LCD 32"	\$ 549,00	\$ 549,00
1	Aire Acondicionado	\$ 390,00	\$ 390,00
	TOTAL EQUIPOS DE OFICINA		\$ 1.179,00

3.7.4. Costos y Gastos

Se detallan a continuación los siguientes rubros necesarios para implementar la operadora turística OPERSURF.

Tabla 6: Edificación de Instalaciones OPERSURF

EDIFICACIÓN DE INSTALACIONES OPERSURF			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL
1	Remodelación Oficina Operadora turística	\$ 3.500,00	\$ 3.500,00
	TOTAL EDIFICACIÓN OPERSURF		\$ 3.500,00

3.7.4.1. Gastos Administrativos

Tabla 7: Suministros de Oficina

SUMINISTROS DE OFICINA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U.	TOTAL

6	Resmas de papel A4	\$ 4,00	\$ 24,00
12	Bolígrafos azul / negro	\$ 0,28	\$ 3,36
4	Cajas de Clips	\$ 0,99	\$ 3,96
2	Cajas de Grapas	\$ 0,99	\$ 1,98
2	Memorias USB 4GB	\$ 8,00	\$ 16,00
2	Grapadoras	\$ 4,50	\$ 9,00
2	Calculadoras estándar	\$ 6,00	\$ 12,00
6	Lápiz	\$ 0,22	\$ 1,32
24	Separadores	\$ 0,05	\$ 1,20
12	Carpetas	\$ 3,50	\$ 42,00
	TOTAL SUMINISTROS DE OFICINA		\$ 114,82

Tabla 8: Suministros de limpieza

SUMINISTROS DE LIMPIEZA			
CANTIDAD	DESCRIPCION	P.U	TOTAL
12	Jabón de Tocador		\$ 0,00
12	Papel Higiénico	\$ 0,60	\$ 7,20
1	Escoba plástico interiores	\$ 6,00	\$ 6,00
3	Tachos para basura	\$ 4,00	\$ 12,00
1	Recogedor par basura plástico	\$ 2,00	\$ 2,00
3	Franelas de limpieza	\$ 1,00	\$ 3,00
2	Fundas para basura	\$ 1,50	\$ 3,00
1	Trapeador	\$ 4,50	\$ 4,50
1	Desinfectante	\$ 9,80	\$ 9,80
1	Cepillo para Inodoro (Mano de Oso)	\$ 7,59	\$ 7,59
6	Ambientales	\$ 0,90	\$ 5,40
1	Balde Plástico	\$ 6,50	\$ 6,50
1	Detergente	\$ 5,00	\$ 5,00
	TOTAL DE SUMINISTROS DE LIMPIEZA		\$ 71,99

Tabla 9: Gasto de constitución

GASTO DE CONSTITUCION	
Servicios legales	\$ 250,00
Gasto de publicidad	\$ 250,00
Otros gastos por trámites	\$ 100,00
Permisos municipales, Dir. Salud, Bomberos y otros	\$ 380,00
TOTAL GASTOS DE CONSTITUCION	\$ 980,00

3.7.5. Sueldos y salarios

A continuación se exponen los valores por concepto de nómina del primer y segundo año de la operadora turística OPERSURF.

Tabla 10: Nómina primer año

NOMINA LABORAL											
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10° TERCERO	10° CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION
1	GERENTE	750,00		750,00	62,50	29,50			31,25	123,25	873,25
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	410,00		410,00	34,17	29,50			17,08	80,75	490,75
1	INSTRUCTOR DE SURF	360,00		360,00	30,00	29,50			15,00	74,50	434,50
1	PROFESOR TALLER	360,00		360,00	30,00	29,50			15,00	74,50	434,50
4	TOTAL	1880,00	0,00	1880,00	156,67	118,00	0,00	0,00	78,33	353,00	2233,00
		MENSUAL		ANUAL							
	TOTAL IESS PATRONAL	228,42		2741,04							29.537,04

Nómina del primer año

Tabla 11: Nómina segundo año

NOMINA LABORAL											
CANTIDAD	FUNCION	REMUNERAC UNIFICADA TABLA SECT.	HORAS EXTRAS	TOTAL	10º TERCERO	10º CUARTO	FONDO DE RESERVA	LIQUIDACION AÑOS DE SERVICIOS	VACACIONES	TOTAL BENEFICIOS SOCIALES	TOTAL REMUNERACION
1	GERENTE	750,00		750,00	62,50	29,50	62,48	15,63	31,25	201,35	951,35
1	ASISTENTE ADMINISTRATIVO	410,00		410,00	34,17	29,50	34,15	8,54	17,08	123,44	533,44
1	INSTRUCTOR DE SURF	360,00		360,00	30,00	29,50	29,99	7,50	15,00	111,99	471,99
1	PROFESOR TALLER	360,00		360,00	30,00	29,50	29,99	7,50	15,00	111,99	471,99
4	TOTAL	1880,00	0,00	1880,00	156,67	118,00	156,60	39,17	78,33	548,77	2428,77
		MENSUAL	ANUAL								
	TOTAL IESS PATRONAL	228,42	2741,04								31.886,29

Nómina a partir del segundo año

3.7.6. Financiamiento

La totalidad de los valores necesarios para poner en marcha el presente proyecto serán con recursos propios, lo que permite iniciar el negocio sin apalancamientos con terceros o entidades de financiamiento:

A continuación fuentes de financiamiento:

Tabla 12: Fuentes de financiamiento

FUENTES DE FINANCIAMIENTO		
INVERSION INICIAL	36.635,48	100%
APORTE CAPITAL PROPIO	36.635,48	100%
TOTAL INVERSION	36.635,48	100%

3.7.7. Depreciaciones

Todos los activos de la empresa en proyecto se depreciaran mediante el método de línea recta:

$$\text{Depreciación} = \frac{\text{Costo del Bien} - \text{Valor de Rescate}}{\text{Vida útil}}$$

Tabla 13: Resumen de depreciaciones

RESUMEN DE DEPRECIACIONES					
NOMBRE DEL ACTIVO	VIDA UTIL	COSTO DEL ACTIVO	DEPRECIACION MENSUAL	DEPRECIACION ANUAL	VALOR DE RESCATE
MUEBLES Y ENSERES	10	1.596,00	11,97	143,64	159,60
EDIFICACIÓN	20	3.500,00	13,13	157,50	350,00
EQUIPOS DE OFICINA	10	1.179,00	8,84	106,11	117,90
EQUIPOS DE COMPUTACION	3	1.543,72	38,59	463,12	154,37
MATERIALES Y EQUIPOS OPERADORA	10	6.080,25	45,60	547,22	608,03
TOTAL		13.898,97	118,13	1.417,59	1.389,90

Tabla 14: Pronóstico de compras y ventas

PRONOSTICO DE COMPRAS Y VENTAS					
VENTAS MENSUALES PROMEDIO			INCREM. COSTOS Y GASTOS		2,04%
3.774,00			INCREMENTO DE LAS VENTAS		1,78%
AÑOS	VENTAS VALOR	COSTOS VALOR	UTILIDAD BRUTA EN VENTAS	GASTOS OPERACIONALES	UTILIDAD NETA OPERACIONAL
1	45.288,00	15.850,80	29.437,20	35.395,65	- 5.958,45
2	46.094,13	16.174,16	29.919,97	36.117,72	- 6.197,75
3	46.914,60	16.504,11	30.410,49	36.854,52	- 6.444,03
4	47.749,68	16.840,79	30.908,89	37.606,35	- 6.697,46
5	48.599,63	17.184,35	31.415,28	38.373,52	- 6.958,24
6	49.464,70	17.534,91	31.929,79	39.156,34	- 7.226,55
7	50.345,17	17.892,62	32.452,55	39.955,13	- 7.502,58
8	51.241,32	18.257,63	32.983,69	40.770,21	- 7.786,53
9	52.153,41	18.630,08	33.523,33	41.601,93	- 8.078,60
10	53.081,74	19.010,14	34.071,60	42.450,61	- 8.379,00
					-
					-
TOTAL	490.932,37	173.879,57	317.052,80	388.281,97	-71.229,17

Como se puede observar en el cuadro anterior las ventas mensuales pronosticadas son de \$3.774,00 con el escenario pesimista que se planteó al momento de su proyección.

Es así que anualmente se tiene una proyección de ventas del \$45.288,00 el primer año con un incremento en lo que tiene que ver a gastos del 2.04% que está en base al promedio de inflación, a su vez también las ventas tienen un aumento del 1.78% promedio de la inflación más la tasa de crecimiento poblacional que aplica para la ciudad de Esmeraldas.

Tabla 15: Presupuesto de gastos

PRESUPUESTO DE GASTOS	
DESCRIPCION	VALOR
Sueldos	1.880,00
Luz	25,00
Agua	10,00
Teléfono	45,00
Publicidad	250,00
Pago de intereses crédito	-
Útiles de Aseo y Limpieza	6,00
Útiles de Oficina	9,57
Manten. De Materiales y equipos	20,00
Manten. De Instalaciones	30,00
Depreciación de Activos Fijos	118,13
Servicios Bancarios	10,00
Décimo Tercer Sueldo	156,67
Décimo Cuarto Sueldo	118,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	78,33
Fondo de Reserva	156,60
Gastos de Constitución	16,33
Otros Gastos	20,00
TOTAL GASTOS MENSUALES	2.949,64
TOTAL GASTOS ANUALES	35.395,65

En el presupuesto de gastos están incluidos los desembolsos fijos para poder estar operativos en la empresa turística y está calculado de forma mensual los cuales ascienden a \$2.949,64 y anuales en \$35.395,65.

Tabla 16: Capital de Trabajo

CUADRO DE CAPITAL DE TRABAJO		
DESCRIPCIÓN	SUBTOTAL	TOTAL
GASTOS DE CONSTITUCIÓN		980,00
SUELDOS Y REMUNERACIONES		2.233,00
Sueldos y salarios del personal fijo	2.233,00	
Sueldos y salarios del personal eventual		
SERVICIOS BÁSICOS		80,00
Energía Eléctrica	25,00	
Agua	10,00	
Telecomunicación	45,00	
SUMINISTROS DE OFICINA		9,57
SUMINISTROS DE LIMPIEZA		6,00
PUBLICIDAD Y PROPAGANDA		250,00
SUMINISTROS DE MANT. EQUIPOS E INSTALACIONES		50,00
SERVICIO BANCARIO		10,00
OTROS		20,00
SUBTOTAL		3.638,57
TOTAL DE CAPITAL DE TRABAJO		8.955,70
Nota: El capital de trabajo ha sido provisionado para tres meses		

Este negocio necesita \$3.638,57 de liquidez mensual para operar y \$8.955,70 durante el primer trimestre de actividad, sin contar con ningún tipo de ingreso por ventas de servicios.

3.7.8. Balance de situación inicial

Tabla 17: Balance de situación inicial

OPERSURF

BALANCE DE SITUACION INICIAL AL 01 DE ENERO DE 2015

ACTIVO		PASIVO	
ACTIVOS CORRIENTES		PASIVO CORRIENTE	
CAJA-BANCO	8.900,23	PRESTAMO POR PAGAR C/PLAZO	-
SUMINISTROS DE OFICINA	114,82	TOTAL PASIVOS CORRIENTES	-
SUMINISTROS DE LIMPIEZA	71,99	PASIVOS NO CORRIENTES	
		PRESTAMO POR PAGAR L/PLAZO	-
TOTAL ACTIVOS CORRIENTES	9.087,04	TOTAL PASIVOS NO CORRIENTE	-
ACTIVOS NO CORRIENTES (FIJOS)		TOTAL PASIVOS	-
MUEBLES Y ENSERES	1.596,00	PATRIMONIO	
EQUIPOS DE OFICINA	1.179,00	APORTE CAPITAL	23.966,01
EQUIPOS INFORMATICOS	1.543,72		
MATERIALES Y EQUIPOS OPERSURF	6.080,25		
EDIFICACIÓN DE INSTALACIONES OPERSURF	3.500,00		
TOTAL ACTIVOS NO CORRIENTES	13.898,97	TOTAL PATRIMONIO	23.966,01
OTROS ACTIVOS			
GASTO DE CONSTITUCIÓN	980,00	PASIVO MAS PATRIMONIO	
TOTAL OTROS ACTIVOS	980,00		
TOTAL ACTIVO	23.966,01		23.966,01

Tabla 18: Indicadores financieros

INDICADORES FINANCIEROS DEL PROYECTO						
INVERSION INICIAL			36.635,48	TASA MENOR DEL PROYECTO	TASA MAYOR DE INCERTIDUMBRE	
TASA PASIVA REFERENCIAL			4,59%			
TASA ACTIVA REFERENCIAL			9,04%	0,0000	0,1000	
VIDA UTIL PROYECTO		10 AÑOS			0,1	
VIDA UTIL PROYECTO	FLUJO NETO		FACTOR TASA DE RENTABILIDAD	FLUJO PRESENTE NETO	FACTOR TASA DE INCERTIDUMBE	FLUJO PRESENTE NETO
0	-36.635,48			-36.635,48		
1	8.830,01	0,0000000	1,0000000	8.830,01	0,9091	8.027,28
2	10.055,26	0,0000000	1,0000000	10.055,26	0,8264	8.310,13
3	10.306,64	0,0000000	1,0000000	10.306,64	0,7513	7.743,53
4	10.564,31	0,0000000	1,0000000	10.564,31	0,6830	7.215,57
5	10.828,42	0,0000000	1,0000000	10.828,42	0,6209	6.723,60
6	11.099,13	0,0000000	1,0000000	11.099,13	0,5645	6.265,17
7	11.376,61	0,0000000	1,0000000	11.376,61	0,5132	5.838,00
8	11.661,02	0,0000000	1,0000000	11.661,02	0,4665	5.439,95
9	11.952,55	0,0000000	1,0000000	11.952,55	0,4241	5.069,05
10	13.641,26	0,0000000	1,0000000	13.641,26	0,3855	5.259,30
	73.679,74					
TOTAL FLUJO PRESENTE NETO				110.315,22		65.891,58
INVERSION INICIAL				36.635,48		36.635,48
VAN				73.679,74		29.256,10
PRC				4,9723		
TIR				16,59%		
R.C.B.				2,01		

En el presente cuadro se obtuvieron algunos índices que permitieron realizar un análisis de la factibilidad de crear una operadora turística especializada en surf en la ciudad de Esmeraldas. Así se tiene un VAN (Valor Actual Neto) de \$73.679,74 resultado positivo y viable para la inversión de recursos en esta alternativa de negocio. Un PRC (Periodo de Recuperación de Capital) de 4 (cuatro) años y 9 meses y una TIR (Tasa Interna de Retorno) de 16,59% además de una RCB (Relación Costo Beneficio) de 2,01 lo que significa que por cada dólar que se invierta en el proyecto representa una utilidad de alrededor de 2 dólares.

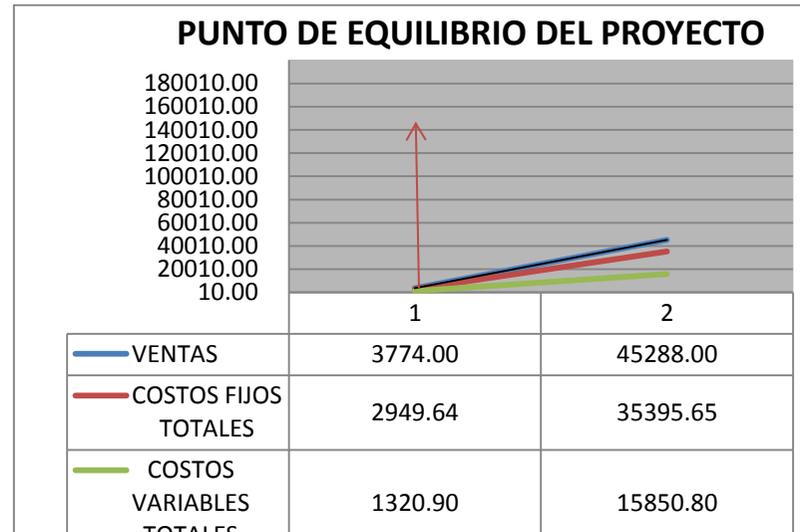
3.7.9. Punto de Equilibrio

El cálculo del punto de equilibrio de este proyecto, se realizó de acuerdo al tiempo estimado de recuperación de la inversión inicial, lo que significa, que hasta no recuperar la inversión inicial habrá pérdidas, cuando los ingresos lleguen al costo de la inversión inicial, entonces se habrá superado este valor y se tendrá utilidades.

Tabla 19: Resumen de costos fijos y variables

CUADRO DE RESUMEN DE COSTOS FIJOS Y VARIABLES

DESCRIPCION	MENSUALES		TOTAL MENSUAL	ANUALES		TOTAL ANUAL
	FIJOS	VARIABLES		FIJOS	VARIABLES	
Sueldos	1.880,00		1.880,00	22.560,00		22.560,00
Luz	25,00		25,00	300,00		300,00
Agua	10,00		10,00	120,00		120,00
Teléfono	45,00		45,00	540,00		540,00
Publicidad	250,00		250,00	3.000,00		3.000,00
Pago de intereses crédito	-		-	-		-
Útiles de Aseo y Limpieza	6,00		6,00	71,99		71,99
Útiles de Oficina	9,57		9,57	114,82		114,82
Manten. De Materiales y equipos	20,00		20,00	240,00		240,00
Manten. De Instalaciones	30,00		30,00	360,00		360,00
Depreciación de Activos Fijos	118,13		118,13	1.417,59		1.417,59
Servicios Bancarios	10,00		10,00	120,00		120,00
Décimo Tercer Sueldo	156,67		156,67	1.880,00		1.880,00
Décimo Cuarto Sueldo	118,00		118,00	1.416,00		1.416,00
Provisión Años de Servicio y Vacac.	78,33		78,33	940,00		940,00
Fondo de Reserva	156,60		156,60	1.879,25		1.879,25
Gastos de Constitución	16,33		16,33	196,00		196,00
Otros Gastos	20,00		20,00	240,00		240,00
INVENTARIO DE PRODUCTOS		1.320,90	1.320,90		15.850,80	15.850,80
TOTAL	2.949,64	1.320,90	4.270,54	35.395,65	15.850,80	51.246,45



Punto de Equilibrio = $\text{Costos Fijos} / 1 - (\text{Costos Variables} / \text{Ventas})$

CALCULO DEL PUNTO DE EQUILIBRIO

	MENSUAL	ANUAL
VENTAS	3.774,00	45.288,00
COSTOS FIJOS TOTALES	2.949,64	35.395,65
COSTOS VARIABLES TOTALES	1.320,90	15.850,80
PUNTO DE EQUILIBRIO	4.537,90	54.454,84

Significa que lo mínimo que se debe vender para no perder ni ganar es \$4.537,90 mensuales y 54.454,84 anuales.

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

CONCLUSIONES

- ❖ Se comprobó la existencia de una alta demanda de paquetes turísticos especializados en surf, con el afán de promocionar a Esmeraldas como destino turístico de deportes extremos como el surf.
- ❖ De acuerdo a los resultados del análisis financiero del presente proyecto se obtuvo que, con una inversión inicial \$ 36.635,48 en un periodo de 10 años, se obtiene un VAN de \$ 73.679,74 por lo tanto, se concluye que el proyecto es rentable para la creación de la operadora turística OPERSURF.
- ❖ Realizando un cálculo del período de recuperación, se establece que el tiempo en el que se recupera la inversión es de 4 años y 9 meses, resultado extremadamente positivo pues su inversión se recuperará en un tiempo corto.
- ❖ El Estudio Financiero permitió realizar el análisis de los flujos económicos del proyecto dentro de un escenario pesimista y se demostró que aun siendo así, se obtendría ganancias por la puesta en marcha del presente negocio.

RECOMENDACIONES

- ❖ Crear y mantener una buena imagen de la operadora turística OPERSURF, a nivel local y nacional, lo que ayudaría sobre manera al desarrollo del turismo en Esmeraldas.
- ❖ Invertir el capital con el que se cuenta en este proyecto ya que su periodo de recuperación es muy corto, lo que beneficia al inversionista de poder tener su dinero lo más pronto posible de vuelta.
- ❖ Se recomienda se sigan cada una de las estrategias planteadas en este plan de negocios con ellas se podrá lograr cada una de las metas que se plantearon al realizar este proyecto.
- ❖ Ejecutar políticas de marketing con la finalidad de aumentar la rentabilidad de OPERSURF.
- ❖ Comprobada la factibilidad del proyecto se recomienda su ejecución en vista de lo considerablemente positivos de sus indicadores financieros.

BIBLIOGRAFÍA

- KEMPTON, Jim, Libro de Surf: El Manual definitivo de SURF, AWAVE finder.
- MÉNDEZ, Vásquez Gustavo, Ecuador en la mitad del mundo, Editorial Voluntad.
- Ministerio de Turismo
- Municipio de Esmeraldas
- MUÑIZ, Luís, Planes de negocio y estudios de viabilidad, 2010, Editorial PROFIT.
- PINSON, Linda, Anatomía de un Plan de Negocios,2003,OM...IM.
- quitoadventure. (10 de 2 de 2015). <http://quitoadventure.com/espanol/aventura-ecuador/actividades-agua-ecuador/surf-tours-ecuador.html>. Obtenido de <http://quitoadventure.com/espanol/aventura-ecuador/actividades-agua-ecuador/surf-tours-ecuador.html>
- turismoluisunifranz. (10 de 2 de 2015). <http://turismoluisunifranz.blogspot.com/2010/09/el-turismo-con-otras-ciencias.html>. Obtenido de <http://turismoluisunifranz.blogspot.com/2010/09/el-turismo-con-otras-ciencias.html>
- turísticos, B. (10 de 2 de 2015). Obtenido de <http://www.boletinturistico.com/component/glossary/Diccionario-1/T/page,3/>
- Valencia. (1999).
- Webster. (1950).

LINKOGRAFÍA

- Andrés Uriarte. (10 de 2 de 2015). <http://fr.slideshare.net/AndresUriarte/geografia-urbana-33559600>. Obtenido de <http://fr.slideshare.net/AndresUriarte/geografia-urbana-33559600>
- BACA, G. (1995). *Evaluación de Proyectos*. Editorial Mc Graw Hill Tercera Edición.
- CHOUINARD, Yvon, Let my people go surfing, Patagonia.
- clubensayos. (s.f.). <http://clubensayos.com/Biograf%C3%ADas/Marco-Teorico/331134.html>. Obtenido de <http://clubensayos.com/Biograf%C3%ADas/Marco-Teorico/331134.html>
- Esmeraldas, C. d. (25 de 11 de 2014).

- Esmeraldas, C. d. (s.f.). Esmeraldas, Esmeraldas, Ecuador.
- exactodigital. (10 de 2 de 2015). <http://www.exactodigital.com/noticias/ecuador-es-referente-para-la-pr%C3%A1ctica-de-surf-escala-mundial>. Obtenido de <http://www.exactodigital.com/noticias/ecuador-es-referente-para-la-pr%C3%A1ctica-de-surf-escala-mundial>
- GARCÍA, Flor Gary Guía para elaborar planes de negocios, 2006, Graficas Paola, Ecuador.
- <http://asesoriadeturismomep.blogspot.com/2012/02/agencias-de-viajes.html>. (10 de 2 de 2015). Obtenido de <http://asesoriadeturismomep.blogspot.com/2012/02/agencias-de-viajes.html>
- [http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/637/1/CD-1553\(2008-06-18-11-57-36\).pdf](http://bibdigital.epn.edu.ec/bitstream/15000/637/1/CD-1553(2008-06-18-11-57-36).pdf)
- <http://ecuador.travel/es/ecuador-guia-de-viaje/costa-sur/costasur-destinos-y-atracciones/ruta-del-spondylus.html>
- http://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_DAFO
- <http://lustyle.blogspot.com/2009/06/terminologia-surf.html>
- <http://www.buenastareas.com/materias/oficina-de-informacion-turistica/0>. (10 de 2 de 2015). Obtenido de <http://www.buenastareas.com/materias/oficina-de-informacion-turistica/0>
- <http://www.clarkfoam.com>
- <http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk17.htm>
- <http://www.en-ecuador.com/esmeraldas/>
- <http://www.galapagos.cobeturadigital.com/2007/11/08/surfaventura-y-riesgo-en-la-isla-isabela/>
- <http://www.gestiopolis.com/canales6/mkt/mercadeopuntocom/el-plan-de-negocios.htm>
- <http://www.hexcel.com>
- <http://www.infomontanita.com/>
- <http://www.infomontanita.com/es/fiesta-discotecas-bares.html>
- <http://www.infomontanita.com/es/surf-enmontanita/descripcion-del-mar.html>
- <http://www.interplastic.com>
- <http://www.monografias.com/trabajos11/teopub/teopub.shtml>
- <http://www.soyentrepreneur.com/los-8-beneficios-de-un-plande-negocios.html>

- http://www.todosurf.com/surfologia/anatomia_tabla_surf.php
- http://www.todosurf.com/surfologia/fabricar_tabla_surf.php
- http://www.turismo.gob.ec/phocadownload/LEY_TURISMO.pdf
- *www.ATRATIVOS TURISTICOS _ PROVINCIA DE ESMERALDAS.htm*. (s.f.).

Recuperado el 04 de 01 de 2015

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA

1.-Nombre Lugar de Origen

2.-Edad

10 a 20 __ 21 a 20 __ 21 a 40 __ 40 en adelante __

3.-Sexo

Masculino __ Femenino __

4.-Motivo del viaje a Montañita

Deportes Extremos __ Fiesta __ Descanso __ Otros __

5.-Cuánto estaría dispuesto a pagar por alquilar un equipo de surf

10 a 15 dólares:

6.-Estaría dispuesto a contratar un paquete turístico especializado en Surf

SÍ __ NO __

7.- Le gustaría contar con un lugar que le ofrezca la oportunidad de crear su propia tabla de surf

SÍ __ NO __

ANEXO 2. Isologotipo



Anexo3. Fotos Escuela de Surf



