



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE
EMPRESAS TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

TÍTULO:

**“Proyecto de Emprendimiento de un Campamento de Surf Las
Valentinas en el Cantón General Villamil Playas”**

AUTORES:

**Beltrán Alcívar César Augusto
Sánchez Vargas Helen Julissa**

**Trabajo de Titulación Previo a la Obtención del Título de Ingeniero
en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR:

Ing. Fernando Moreno Brieva Mgs.

**Guayaquil, Ecuador
2014**



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CERTIFICACIÓN

Certificamos que el presente trabajo fue realizado en su totalidad por **BELTRÁN ALCÍVAR CÉSAR AUGUSTO Y SÁNCHEZ VARGAS HELEN JULISSA**, como requerimiento parcial para la obtención del Título de **Ingenieros en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**

TUTOR

Ing. Fernando Moreno Brieva Mgs.

DIRECTORA DE LA CARRERA

Ing. María Belén Salazar Raymond, Mgs.

Guayaquil, a los 30 días del mes de Agosto del año 2014



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, César Augusto Beltrán Alcívar

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Proyecto de Emprendimiento de la Escuela Campamento de Surf Las Valentinas en el Cantón General Villamil Playas** previa a la obtención del Título de **Ingeniero en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

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

Guayaquil, a los 30 días del mes de Agosto del año 2014

EL AUTOR:

(Firma)

Cesar Augusto Beltrán Alcívar



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

DECLARACIÓN DE RESPONSABILIDAD

Yo, Helen Julissa Sánchez Vargas

DECLARO QUE:

El Trabajo de Titulación **Proyecto de Emprendimiento de la Escuela Campamento de Surf Las Valentinas en el Cantón General Villamil Playas** previa a la obtención del Título de **Ingeniera en Administración de Empresas Turísticas y Hoteleras**, ha sido desarrollado respetando derechos intelectuales de terceros conforme las citas que constan al pie de las páginas correspondientes, cuyas fuentes se incorporan en la bibliografía. Consecuentemente este trabajo es de nuestra total autoría.

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

Guayaquil, a los 30 días del mes de Agosto del año 2014

EL AUTOR:

(Firma)

Cesar Helen Julissa Sánchez Vargas



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, César Augusto Beltrán Alcívar

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Proyecto de Emprendimiento de un Campamento de Surf Las Valentinas en el Cantón General Villamil Playas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de Agosto del año 2014

EL AUTOR:

(Firma)

César Augusto Beltrán Alcívar



**UNIVERSIDAD CATÓLICA
DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL
FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES**

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

AUTORIZACIÓN

Yo, Helen Julissa Sánchez Vargas

Autorizo a la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil, la **publicación** en la biblioteca de la institución del Trabajo de Titulación: **Proyecto de Emprendimiento de un Campamento de Surf Las Valentinas en el Cantón General Villamil Playas**, cuyo contenido, ideas y criterios son de mi exclusiva responsabilidad y total autoría.

Guayaquil, a los 30 días del mes de Agosto del año 2014

LA AUTORA:

(Firma)

Helen Julissa Sánchez Vargas

AGRADECIMIENTO

Mi principal agradecimiento es a Dios porque gracias a él he llegado hasta el último paso de mi carrera universitaria porque me ha dado salud para seguir luchando por mi objetivo, luego a mis padres por que han sido un pilar fundamental en mi vida y siempre han estado incondicionalmente y finalmente a mi tutor que ha sido guía y ha estado pasando a paso para la realización de este proyecto de tesis

Helen Julissa Sánchez Vargas

AGRADECIMIENTO

Mi agradecimiento a Dios porque me ha dado fortaleza para cumplir con mi meta, también a mis padres por todo el apoyo que me han brindado y mis amistades que siempre estuvieron pendiente de mí.

César Augusto Beltrán Alcívar

DEDICATORIA

Dedico este proyecto de tesis eternamente a Dios que siempre me ha bendecido para continuar cada día, a mis padres Moisés Sánchez Hurtado y Marielita Vargas Romero que con cada uno de sus esfuerzos han logrado darme lo mejor y hacer posible que cumpla una meta más en mi vida, a mi familia que siempre estuvo pendiente de mi avance y a mi motor principal mi hijo Santiago que hace que cada día sea mejor.

Helen Julissa Sánchez Vargas

DEDICATORIA

Quiero dedicar este trabajo primeramente a Dios que ha sido tan bondadoso conmigo ya que sin su bendición nada de esto sería posible y especialmente a mi madre Marina Agustina Alcívar Varela, y a mi padre Julio César Beltrán Murillo, aquellas personas que siempre y en todo momento confiaron en mí, cada uno de sus sacrificios valieron la pena, ellos me enseñaron que un triunfo y una caída no son eternos y que la vida es un constante camino de retos en que el rival más poderoso es uno mismo. A mi abuelita Digna Murillo Pluas, a mi hermana Xiomara Beltrán Alcívar que con su ejemplo me motivo a ser lo que hoy en día soy y a mi novia y mejor amiga Zayda Layana Kaiser que con su aliento, motivación y amor pude terminar esta etapa de mi vida.

César Augusto Beltrán Alcívar



UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE GUAYAQUIL

FACULTAD DE ESPECIALIDADES EMPRESARIALES

**CARRERA DE INGENIERÍA EN ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS
TURÍSTICAS Y HOTELERAS**

CALIFICACIÓN

Apellidos y nombres	Nota final del Tutor
BELTRÁN ALCÍVAR CÉSAR AUGUSTO	
SÁNCHEZ VARGAS HELEN JULISSA	

Ing. Fernando Moreno Brieva Mgs.

Tutor

ÍNDICE GENERAL

RESUMEN	XIX
ABSTRACT	XX
INTRODUCCIÓN	21
ANTECEDENTES	22
CAPITULO 1	24
1.1. Planteamiento Del Problema.....	24
1.2. Formulación del problema	24
1.3. Justificación del tema.....	25
1.4. Objetivos de la Investigación.....	26
1.4.1. Objetivos generales	26
1.4.2. Objetivos específicos	26
CAPITULO 2	28
2.1. Marco Conceptual.....	28
2.1.1. ¿Qué es un campamento surf?	28
2.1.2. Características del campamento de surf.....	28
2.1.3. Definición de términos del surf.....	29
2.1.4. Vientos	30
2.1.5. Olas	32
2.2. Marco Teórico	34
2.2.1. ¿Qué es un proyecto?	34
2.2.2. Tipos de proyecto	35
2.2.2.1. Según la finalidad de estudio:	35
2.2.2.2. Según el objeto de la inversión	36
2.2.2.3. Proyecto como proceso	37
2.2.3. Estudio de viabilidad de los proyectos.....	38
2.2.3.1. La Viabilidad de Mercado.....	39
2.2.3.2. La Viabilidad Técnica	39
2.2.3.3. La Viabilidad Legal.....	39

2.2.3.4.	La Viabilidad Económica	40
2.3.	Marco Referencial.....	41
2.3.1.	Historia del surf en el Ecuador.....	41
2.4.	Situación turística del cantón General Villamil Playas	42
2.4.1.	Información General	43
2.4.2.	Economía	43
2.4.3.	Mercado	43
2.4.4.	Visitantes	43
2.4.5.	Inversión privada.....	44
2.4.6.	Recursos naturales.....	44
2.4.7.	Atractivos turísticos	45
2.4.8.	Deportes acuáticos	47
2.4.9.	Festividades.....	48
2.4.10.	Planta Turística.....	49
2.4.11.	Alojamiento.....	49
2.4.12.	Gastronomía	50
2.4.13.	Transporte y acceso	51
2.4.14.	Vías principales del Cantón	52
2.4.15.	Infraestructura Básica	53
2.4.16.	Tour y excursión.....	56
2.4.17.	Agencias de Viajes	57
2.4.18.	Los paquetes turísticos	57
2.4.19.	Operadores turísticos.....	58
2.5.	ANALISIS PORTER	60
2.5.1.	Competidores potenciales:	60
2.5.2.	Compradores	60
2.5.3.	Competidores actuales	61
2.5.4.	Proveedores	61
2.6.	Marco Legal.....	62
	CAPITULO 3	64
3.1.	Estudio de Viabilidad del Mercado	64

3.1.1.	Metodología	64
3.1.2.	Diseño de la investigación	65
3.1.3.	Medios de investigación.....	65
3.1.4.	Población y Muestra.....	66
3.1.4.1.	Población.....	66
3.1.4.1.1.	Tipos de Población	67
3.1.4.2.	Muestra.....	67
3.1.4.3.	Selección del tamaño de la muestra	68
3.1.5.	Recolección de datos.....	69
3.1.5.1.	Técnicas de Recolección de Datos.....	70
3.1.5.2.	Fuente Primaria	70
3.1.5.3.	Fuentes Secundarias	70
3.1.6.	Procesamiento de la Información.....	71
3.1.7.	Presentación de Resultados	71
3.1.8.	Interpretación de Resultados	82
3.2.	Plan Marketing.....	83
3.2.1.	Análisis FODA.....	83
3.2.1.1.	Fortalezas	83
3.2.1.2.	Debilidades.....	83
3.2.1.3.	Amenazas	84
3.2.1.4.	Oportunidades	84
3.3.	Segmentación del Mercado	85
3.3.1.	Macro-Segmentación	85
3.3.2.	Micro-Segmentación.....	87
3.3.3.	Mercado objetivo	88
3.3.4.	Posicionamiento en el Mercado	88
3.3.5.	Estrategia de Posicionamiento	89
3.4.	Estrategias de Marketing.....	89
3.5.	Marketing Mix	90
3.5.1.	Producto	91
3.5.2.	Precio	92

3.5.3.	Plazas	93
3.5.4.	Promoción	94
CAPITULO 4		95
4.1.	Estudio Organizacional del Proyecto	95
4.2.	Descripción de la empresa	95
4.3.	Descripción del producto y/o servicio	95
4.4.	Misión	96
4.5.	Visión	96
4.6.	Objetivos de la empresa.	96
4.7.	Políticas	97
4.8.	El logo	97
4.9.	Constitución de la compañía	98
4.9.1.	Documentos para la constitución de la compañía	98
4.9.2.	Razón Social	98
4.9.3.	Nombre Comercial.....	98
4.9.4.	Formas de contratación.	99
4.9.5.	Tipo de contrato.	99
4.9.6.	Perfiles de Empleados.	100
4.9.7.	Cargos y Funciones	100
CAPITULO 5		103
5.1.	Estudio de Viabilidad Técnica	103
5.2.	Localización del Proyecto	103
5.3.	Estructura Física.....	103
5.4.	Infraestructura	103
5.5.	Distribución Física del Espacio	104
5.6.	Requisitos y documentación legal para el funcionamiento	105
5.7.	Funciones Operativas	106
CAPITULO 6		108
6.1.	Estudio de Viabilidad Económica Financiera	108
6.1.1.	Inversión Inicial	108
6.1.2.	El Balance inicial	110

6.1.3.	Financiamiento del proyecto con deuda.....	111
6.1.4.	Depreciación y Amortización de Bienes (dólares).....	112
6.1.5.	Rol de pagos del personal	113
6.1.6.	Presupuesto Anual de Sueldos del Personal.....	114
6.1.7.	Proyección de Ingresos por Ventas	115
6.1.7.1.	Proyección de Ingresos por actividades del surf por temporadas para el primer año	115
6.1.7.2.	Proyección de ingresos por actividades del surf y por ventas del mensual	117
6.1.7.3.	Proyección de ingresos generales para los 5 años.....	118
6.1.8.	Presupuesto de Gastos Administrativos, Ventas, Financieros	119
6.1.9.	Presupuesto de Costos Operativos	120
6.2.	Estados Financieros.....	121
6.2.1.	Estado de Pérdidas y Ganancia	121
6.2.2.	Flujo de Caja Anual.....	122
6.2.3.	Balance General para los próximos 5 años	123
6.3.	Análisis de Rentabilidad del Proyecto	125
6.4.	Rentabilidad del Proyecto	126
	CONCLUSION.....	127
	RECOMENDACIÓN	128
	BIBLIOGRÁFIAS:	129
	ANEXOS.....	131
	Anexo de Encuesta	132
	Anexo Ley de Turismo	133
	Anexo Ruta Spondylus complemento de la Ruta del Surf	134

INDICE DE TABLAS

Tabla 1 Atractivos Turísticos	47
Tabla 2 Plazas de Alojamiento	50
Tabla 3 Establecimiento Turísticos del Cantón Villamil Playas	51
Tabla 4 Servicios Turísticos varios agrupados por Asociación del Cantón Playas	51
Tabla 5 Vías de Acceso por Transporte Terrestre	53
Tabla 6 Servicio de Agua Potable	54
Tabla 7 Servicio de Recolección de Basura	54
Tabla 8 Servicio de Energía Eléctrica	55
Tabla 9 Servicio de Conexión Sanitaria	55
Tabla 10 Establecimientos de Comunicaciones	56
Tabla 11 Proyección de Turistas del Cantón Playas por Capacidad de Alojamiento .	68
Tabla 12 Sexo de los Turistas	72
Tabla 13 Edad de los turistas encuestados	73
Tabla 14 ¿En qué región del país reside?	74
Tabla 15 ¿Mediante qué medios se moviliza para visita el Cantón Playas?	75
Tabla 16 ¿Realiza actividades de Surf?	76
Tabla 17 ¿Por qué motivos practica el Surf?	77
Tabla 18 ¿Cómo practica el Surf?	78
Tabla 19 ¿Estaría de acuerdo que se cree una escuela campamento de Surf?	79
Tabla 20 Estaría dispuesto a tomar clases de surf en una escuela campamento con los servicios de alojimiento y servivio de transporte	80
Tabla 21 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los cursos en el campamento de Surf? 81	
Tabla 22 Microsegmentación	88
Tabla 23 Tarifas de los Cursos de la Escuela Campamento Surf en Temporada Alta y Baja.....	93
Tabla 24 Nómina de Personal.....	99
Tabla 25 Inversión Inicial en Dólares	109
Tabla 26 Balance Inicial del Proyecto	110
Tabla 27 Descripción del Financiamiento	111

Tabla 28 Amortización del Crédito a un Plazo de 5 años.....	111
Tabla 29 Depreciación de Activos Fijos.....	112
Tabla 30 Amortización de Gastos de Constitución	112
Tabla 31 Desglose de Rol Mensual del Personal	113
Tabla 32 Presupuesto de Sueldos del Personal para los 5 años (dólares)	114
Tabla 33 Proyección de Ingresos Mensuales por actividades del Surf en temporadas alta (Dólares).....	115
Tabla 34 Proyección de Ingresos por actividades del Surf en temporada baja del primer año (Dólares).....	116
Tabla 35 Proyección de Ingresos Generales en el Primer Año	117
Tabla 36 Proyección de Ingresos Generales Anual	118
Tabla 37 Presupuesto de Gastos Generales	119
Tabla 38 Costos Operativos Mensuales	120
Tabla 39 Estado de Resultados de Pérdidas y Ganancias Proyectado a 5 años	121
Tabla 40 Flujo de Caja para los Próximos 5 años	122
Tabla 41 Balance General Anual.....	123
Tabla 42 Evaluación del Proyecto.....	125
Tabla 43 Ratios	126

INDICE DE GRÁFICO

Gráfico. 1	Sexo de los turistas.....	72
Gráfico. 2	Edad de los turistas	73
Gráfico. 3	¿En qué región del país reside?.....	74
Gráfico. 4	¿Mediante qué medios se moviliza para visita el cantón Playas?.....	75
Gráfico. 5	¿Realiza actividades de surf?	76
Gráfico. 6	¿Por qué motivos practica el surf?	77
Gráfico. 7	¿Cómo practica el surf?.....	78
Gráfico. 8	¿Estaría de acuerdo que se cree una escuela campamento de surf?	79
Gráfico. 9	Estaría dispuesto a tomar clases de surf en una escuela campamento con los servicios de alojamiento y servicio de transporte.....	80
Gráfico. 10	¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el curso en el campamento de surf?	81

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1	Procesos de la viabilidad del proyecto	38
Ilustración 2	Paquete Turístico -.....	57
Ilustración 3	Paquete Turístico - Tours.....	58
Ilustración 4	Paquete Turístico	58
Ilustración 5	Análisis de Porte.....	60
Ilustración 6	Población del Cantón General Villamil Playas	66
Ilustración 7	Marketing Mix	91
Ilustración 8	Logotipo de la Escuela Campamento	97

RESUMEN

La creación del proyecto de tesis: “Proyecto de emprendimiento de una escuela campamento de surf las Valentinas en el Cantón General Villamil Playas” tiene como finalidad fomentar la actividad del surfing en el cantón, de una forma organizada, respetando sus normas y reglamentos para hacer de éste, no sólo una cultura deportiva playera sino también un estilo de vida.

Brindar un servicio innovador que impulse y motive a los adolescentes, jóvenes y adultos a practicar de manera constante, destacando al balneario de Playas con sus condiciones climáticas y de oleajes.

Se elaboró un estudio de mercado, que ayudó a determinar el mercado objetivo. La investigación se la realizó utilizando las técnicas de recolección de datos, a través de encuestas realizadas en el cantón Playas. Además efectuó un análisis micro y macro del entorno del proyecto, y a través de la información recolectada se ejecutó un plan de marketing y plan operativo.

Al término de este proyecto se llevó a cabo una investigación del estudio de viabilidad económica mediante: FLUJO DE CAJA, TIR, VAN, evaluación del proyecto y período de recuperación de la inversión del proyecto para determinar el valor inicial de la inversión y el financiamiento requerido para la ejecución del proyecto.

Palabras Claves: Factibilidad, implementación, campamento, escuela, surf, cantón, playas, Villamil

ABSTRACT

The creation of the thesis project: "project a school surf camp venture the Valentinas in Canton General Villamil Playas" aims to promote the activity of surfing in the canton, in an organised manner, respecting its rules and regulations to make this not only a beach sports culture but also a lifestyle.

Provide an innovative service that impulse and encourage teens and young adults to practice on an ongoing basis, highlighting the resort of beaches with its climatic conditions and swells.

He was a market study, which helped determine the target market. Research performed it using the techniques of data collection, through surveys conducted in the canton beaches. Also conducted an analysis of micro and macro environment of the project, and through the information gathered was implemented a marketing plan and operational plan.

At the end of the project a research of using economic feasibility study was conducted: box flow, IRR, NPV, project evaluation and recovery period of the investment in the project to determine the initial value of the investment and the financing required for the execution of the project.

Key words: Feasibility, implementation, camp, school, surf, canton, beaches, Villamil

INTRODUCCIÓN

En la actualidad el deporte del surf ha venido creciendo en el país de una manera lenta, ya que solo se concentraban en las playas de Salinas, Montañitas, Olón, Manta por tener una estructura básica completa, mientras que el cantón Playas, se encontraba lejos de este deporte, con el apoyo del Ministerio de Turismo, y la coordinación de los Municipio de la costa, el cantón Playas ha tenido un desarrollo expansivo, tanto en su economía como en su turismo creando nuevas vías de acceso, generando nuevas inversiones y fuentes de ingresos por turistas nacionales y extranjeros.

Esto propició la creación de la Escuela Campamento de Surf Las Valentinas, por lo extenso de sus playas, y su pureza natural, ya que el ser humano se ha vuelto cada vez más dependiente de la tecnología alejándolo de la naturaleza por lo que se aspira con este proyecto a relacionar a la persona con la naturaleza.

En el marco conceptual de esta propuesta se desarrolla el proyecto, de esta forma se podrá entender más ampliamente en que se basa el proyecto y los aspectos que interfieren en el mismo. Se conocerá mediante investigaciones de mercado el medio en el cual se desenlaza para así poder desarrollar un plan para el funcionamiento del mismo. De igual manera se lo analizara financieramente para poder observar si el proyecto es rentable.

ANTECEDENTES

En la provincia del Guayas a 93 km de la ciudad puerto principal del Ecuador se encuentra situado el Cantón General Villamil Playas, limita al norte con Guayaquil y Santa Elena, al sur y oeste con el Océano Pacífico. Su territorio tiene una extensión de 250m² y su población es de 41.935 habitantes según el censo de población y vivienda (2010) los cuales la mayoría viven en su cabecera cantonal y en época de playa (Enero-Marzo) aumenta considerablemente su cantidad. (Gobierno Provincial del Guayas, 2014)

Alrededor de 1901, varias personas con poder político y económico de Guayaquil, decidieron inspeccionar la zona como parte del proyecto de convertir a Playas en un balneario, lo cual llegó a darse debido a sus recursos naturales y ubicación geográfica. La localidad empezó a crecer turísticamente. El 2 de Agosto de 1989 el antiguo Congreso Nacional del Ecuador aprobó el proyecto y el 15 de Agosto del mismo año, el presidente Rodrigo Borja firmó el decreto, quedando Playas cantonizado mediante Decreto Ejecutivo No. 253 publicado en el Registro Oficial.

Luego de que Salinas pasó a ser parte de la provincia de Santa Elena, Playas se convirtió en el principal balneario del Guayas y la inversión en este destino turístico incrementó notablemente.

Entre las bondades más representativas que ofrece Playas, está el espectáculo que se avista al visitar el manglar de Puerto El Morro, lugar ubicado a diez minutos de Playas, de donde se puede disfrutar de los ágiles y armoniosos saltos de los delfines en estado silvestre que siguen de cerca a las embarcaciones turísticas, formando grandes círculos con sus graciosas aletas; sin embargo, después de media hora de admiración ante la maravilla de los cetáceos marinos, otro de los atractivos que se tiene es cuando se llega a la Isla de los Pájaros, donde decenas de gaviotas se aproximan a la vista de los turistas.

En la provincia del Guayas se encuentra uno de los referentes más famosos para el surf del Ecuador, el cantón General Villamil Playas. Que es el sector preferido de los surfistas locales, principalmente los guayaquileños, debido a su cercanía y al gran número de spots a los alrededores de esta playa, como El Pelado, Engabao, El Faro, Mal paso, Los patios, El Humboldt, La posada, Los picos Chabela, Olas verdes, Shark bay, 5.5 y 8.5.

En el territorio ecuatoriano se han llevado a cabo ya varios campeonatos internacionales relacionados con este deporte. El primero fue el Worlds Surfing Games en el año 2004 en Salinas. En la misma ciudad en el año 2009, 5 años después de demostrar al mundo la capacidad de realizar eventos de este tamaño se realizaron Los World Junior Surfing Champion Ship.

En el año 2011 se efectuaron en la playa de San Mateo, una de las playas de la región, los South American Beach Games, donde el surf fue considerado como el deporte más destacado del evento.

Uno de los eventos internaciones se realizó en el mes de abril del 2013 en este año se llevó a cabo el World Masters ISA, un campeonato para surfistas mayores de 35 años donde se reunió a las categorías de Master, Gran Master, Kahuna y Gran Kahuna.

Con el aval de la Federación Ecuatoriana de este deporte, el Club Playas realizó con éxito la Quinta Fecha válida del circuito nacional de Surf en Engabao, General Villamil Playas, que se realizó en Agosto 2014 con un excelente marco de público y olas consistentes de 2 metros de altura durante los tres días del evento, un alto nivel de surf y maniobras innovadoras con fuerza, poder y control en la parte más crítica de la ola. (Federación Ecuatoriana de Surf, 2014)

CAPITULO 1

1.1. Planteamiento Del Problema

Según la Federación Ecuatoriana De Surf (FES) “solo 3 escuelas de surf están avaladas por esta institución a nivel nacional, y ninguna de estas se encuentra en el cantón de General Villamil Playas. (Federación Ecuatoriana de Surf, 2014)

El Ecuador posee una región costera con varios sitios placenteros, en donde se puede apreciar un vasto hábitat natural propios del sector y donde se puede realizar varias actividades de playa, lo más cercano al puerto principal es el Cantón Playas el mismo que cuenta con varios atractivos turísticos tanto naturales como hechos por el hombre, sus playas son propicias para el deleite de turistas y también para la práctica de deportes acuáticos como es el surf.

La falta de propaganda turística del sector para la práctica de este deporte, la relación entre el turismo deportivo y la práctica del surf tienen una correlación directa ya que este deporte siempre ha estado arraigado hacia la visita de turistas de todas partes del mundo en busca de nuevos lugares con buenas olas y eso es lo que tiene el cantón de General Villamil Playas.

La idea de crear una escuela de surf que se enfoque en el formato de campamento de surf es brindar un servicio poco explotado en el sector costero del país, fomentando la práctica del deporte, y a la vez brindando al turista ya sea interno o externo a conocer el balneario que tiene la provincia del Guayas.

1.2. Formulación del problema

¿Será factible la creación de una escuela campamento de surf en el Cantón Villamil Playas, que aporte a las actividades recreativas y de competencia para los habitantes y turistas de este balneario?

1.3. Justificación del tema

El turismo deportivo es una de las actividades que generan fuentes de ingreso económico en el mundo ya que la necesidad de los viajeros amantes de la aventura y deporte es cada vez más grande.

La idea de “La Escuela Campamento de Surf Las Valentinas” es impartir todos los conocimientos sobre este maravilloso deporte y acercar masivamente a más turistas a este balneario para promover el turismo en él.

“La Escuela Campamento de Surf Las Valentinas” va a proponer de una manera divertida el aprendizaje de un deporte extremo con todas las precauciones del caso haciéndolo fácil y divertido con una instrucción a los alumnos de manera personalizada, con el objetivo de construir y mantener una relación con los estudiantes comprometidos que proporcionen utilidades a la escuela y al cantón, esta relación será de una manera directa ya que existirá mucha interacción instructor-estudiante, como por ejemplo dándole a conocer la manera de cómo han sido los inicios de cada instructor en este deporte ayudándolos tanto fuera como dentro del agua con nuevas técnicas y trucos para mejorar su nivel de aprendizaje y tratar de cubrir la mayor cantidad de inquietudes que se presenten en cada una de las clases impartidas, con la opinión de los estudiantes en cada una de ellas, creando así una retroalimentación de información, que nos ayudara a mejorar y crecer continuamente en la escuela, para así ganar más adeptos a este deporte.

Playas no solo es propicio para los bañistas que realizan recorridos en botes, paseos a caballo o fútbol playero, también los amantes de las olas que practican el surf disfrutan al máximo del balneario. Que mejor que unir el turismo y el deporte para llevar a cabo esta experiencia deportiva única a un nivel fantástico aplicando los conceptos y conocimientos que se impartirán en la escuela.

Desde el 28 de enero del presente año en el cantón Playas, los fanáticos del surf que recorren el mundo buscando las mejores olas, cuentan con www.surfing.ec la

web especializada que el Ministerio de Turismo pone a disposición de quienes practican esta actividad. (Ministerio de Turismo Ecuador, 2014)

La ruta del surf ecuatoriana es un complemento de la ruta del Spondylus que fue construida y tiene más de 560 km de playas de la costa ecuatoriana, y que además suma lugares específicos para practicarlo en uno de los más hermosos que tiene el Ecuador como son las islas Galápagos “en la Isla San Cristóbal e Isla Santa Cruz. (Ministerio de Turismo Ecuador, 2014)

En este proyecto se proporcionará a los alumnos además de llevarse una grata experiencia de este deporte se les inculcará conocimientos para que sepan cuáles son los meses ideales para agarrar una tabla, surcar las olas según la playa elegida e identificar las condiciones técnicas que cumple cada una de ellas, si es una beach break, reef break o point break; en qué dirección corre el viento; el tamaño habitual de sus olas, de donde provienen los oleajes también llamados swells y mucha más información para que el alumno no solo salga satisfecho después de cada clase sino que también tengan amor por el deporte.

1.4. Objetivos de la Investigación

1.4.1. Objetivos generales

Elaborar un proyecto a nivel de pre factibilidad, para crear un campamento de surf en el Cantón General Villamil Playas

1.4.2. Objetivos específicos

1.- Diagnosticar la situación turística del balneario de Playas, para conocer todos los recursos disponibles, la planta turística, y la capacidad de alojamiento.

2.- Evaluar la viabilidad de Mercado, Técnica, Organizacional, para determinar el perfil del consumidor, la aceptación del producto o satisfacción del mismo en los usuarios, tanto en atención, calidad.

3.- Determinar la conveniencia económica y financiera, para conocer el nivel de rentabilidad y saber si las ganancias a percibir justifican la inversión.

CAPITULO 2

2.1. Marco Conceptual

2.1.1. ¿Qué es un campamento surf?

Un campamento surf es una experiencia de vida en la naturaleza, están enfocados a proporcionar la máxima diversión, deporte y vida sana en torno a la playa, y en especial a la práctica del surf, realizado por un grupo infantil o juvenil y organizada y dirigida por instructores, para ayudar al perfeccionamiento integral de los componentes, en un clima caracterizado por la alegría y el espíritu de cooperación, desechando la comodidad y el confort, aunque sin escatimar las necesarias garantías para la seguridad y la salud física.

La especialidad, no es solo enseñar a surfear, es también a beneficiarse de la naturaleza costera, no solo en temporada o días feriados, sino todo el año.

Este gran deporte puede ser practicado por toda la familia, no hay límites de edad, inclusive si no estamos en la mejor condición física, porque a la práctica se la irá ganando día a día.

2.1.2. Características del campamento de surf

En el desarrollo: (Surf, 20009)

Ejercicios para correr olas (calentamiento, estiramientos, abdominales y trotes) movimientos básicos y específicos para este deporte.

Permite al alumno a desarrollar los músculos que benefician al remar además de requiere un alto nivel de esfuerzo. Permitiendo al alumno crear un hábito diario en su conducta de formación corporal.

En lo técnico: (Surf, 20009)

Las maniobras entre las más resaltantes son la quebrada, el Roller, cortes laterales, sesgando sobre la ola, etc.

Esto le beneficia al alumno mejorar su estilo, balance, enfoque y aplicar la técnica adecuada para que su aprendizaje sea más divertido y seguro.

En lo táctico: (Surf, 20009)

La actividad más importante es el observar el oleaje por 10 minutos, debido que el oleaje y las corrientes del mar presentan mucha variación. Al mismo tiempo enseñar al alumno por donde entrar y salir del mar, debido a que las playas presentan distintas rompientes (donde revienta la ola) para que el alumno se oriente en la ubicación y visión de las olas.

En lo psicológico: (Surf, 20009)

Comprender que el trabajo grupal es más exitoso al desarrollar los ejercicios en la etapa de aprendizaje.

Hablarles con motivación transmitiendo positivismo y seguridad cada vez que van agarrar una ola y al término de la corrida de una ola. Observar sus virtudes y defectos para corregirlos posteriormente logrando mejorar sus habilidades, se realiza críticas constructivas en grupo para el mejoramiento continuo a través de tareas de ejercicios para su casa para el mejoramiento de su deporte.

Siempre se ha dicho que el surfing, más que un deporte es un estilo de vida, debido a la relación con el mar y la naturaleza y la persona.

2.1.3. Definición de términos del surf

Swell: Oleaje (no aguaje).

Point break: Playa donde la ola rompe en un lugar definido (Rocas, Muelles; Montañas, etc.), y puede ser de rompiente derecha o izquierda (es la dirección en la que va la ola).

Beach Break: Playa donde la ola rompe en varios lugares o el mismo lugar del mismo sector sobre un fondo arenoso o rocoso en ambas direcciones izquierda o derecha. (Rolando, Gabriel, 2012)

Shore break: Ola que rompe en la orilla de la playa, sobre cualquiera de los dos fondos (peligrosa) y puede ser en ambas direcciones. Tipo de fondo: Rocosos o Arenosos los mismos que influyen de gran manera en el comportamiento de la ola. (Rolando, 2012)

2.1.4. Vientos

Offshore: Es el viento que sopla desde la playa hacia el mar directamente, teniendo gran influencia en la forma de ola, dependiendo de la velocidad del mismo eleva la dificultad de tomar la ola.

Sideshore: Variante de viento que proviene desde la playa, pero no directamente sino con una dirección específica, puede ser desde la derecha o izquierda influenciando también el comportamiento de la ola.

Onshore: Viento que proviene del mar en dirección a la costa. En Playas hay 13 points breaks y más de 5 beachs breaks definidos y muy visitados. (Rolando, 2012)

Pared: es la parte de la ola que, al levantarse, levanta una superficie de agua sobre la línea

Horizontal, en diversas angulaciones o incluso en vertical. Es la parte de la ola sobre la cual el surfista navega.

Labio (Lip): es la parte de pared y espuma que cae inmediatamente sobre el tramo de comienzo de la pared y el tramo sobre el que acaba

Brazo: (en inglés shoulder, hombro): es el volumen de agua que posee pared, es decir la longitud de la parte surfable de la ola.

Hueco: partes de la pared y el brazo que adquiere una presencia cóncava, en la que se puede proyectar gran velocidad sobre el cuerpo del surfista al pasar con la tabla sobre ellas.

Tubo: espacio del hueco que queda envuelto bajo la caída de un labio en movimiento rizado como consecuencia del avance y rotura de la ola.

Cresta: parte superior de la ola. Se nombran varios tipos de ola en atención a su forma:

Orillera: rompe muy cerca de la orilla y es peligrosa por colisiones contra el fondo.

Hueca es el adjetivo que reciben las olas cuya forma se levanta creando una sección cilíndrica, donde la configuración de vectores de fuerzas permite una navegación más enérgica sobre la tabla.

Tubera: ola hueca que rompe serpenteando sobre sí misma de tal manera que define un espacio cilíndrico completo, dentro del cual se puede seguir controlando la navegación sobre la tabla bajo el labio de agua que cae de la parte superior de la pared de la ola.

Fofa: en España, se llama así a las olas que no rompen huecas, o las que son casi todo espuma.

Barra o Tumbo es aquella ola que rompe cayendo largas porciones de labio al mismo tiempo, cerrando la pared de forma brusca, lo que las hace olas no aptas para surfear. (Rolando, 2012)

2.1.5. Olas

La dificultad de este deporte radica, tanto en la velocidad, como en el tamaño y la forma de las olas. Las olas adecuadas para ser navegadas al estilo del surf son aquellas que evolucionan y rompen desarrollando la pared y la espuma progresivamente hacia la derecha o hacia la izquierda. Si las olas rompen sobre una superficie de roca, y con poca profundidad serán más adecuadas para la práctica del bodyboard. (Rolando, Gabriel, 2012)

Se clasifican según su tamaño (en el surf mayoritario):

Menos de 1'50m/2m de altura de pared se consideran olas pequeñas, "cómodas", es decir de altura común hasta 2 metros se consideran olas medianas o "normales" a partir de 2 metros de pared se considera surf de olas grandes.

Entonces los adjetivos de proporción definen una escala diferente, cuyas cotas más altas se han superado en varias decenas de pies. Desde hace pocos años se habla de Surf de olas gigantes. (Rolando, Gabriel, 2012)

Para la medición del oleaje se usa internacionalmente en náutica la Escala Douglas. (Rolando, Gabriel, 2012)

“El tamaño de las olas en surf se mide dependiendo de la cultura donde se encuentre:

- Por detrás, al estilo clásico hawaiano;
- Por la parte de delante: de ras de mar al punto más alto de la cresta, como suele hacerse en el resto del Mundo;
- Comparándola con las partes del cuerpo humano (ola de hombros, ola de cintura, ola de hombre y medio). En la costa norte de la península ibérica, se suele usar la palabra "metro" para una medida similar a un hombre erguido y encorvado, es decir la altura media de un surfista en acción sobre la ola.

El comportamiento de las olas varía mucho según el fondo donde rompan:

Sobre la arena. Son olas normalmente menos violentas, ya que las formas de los bancos de arena o taros suelen ser poco acusadas, moldeados constantemente por la acción de las mareas, las corrientes y las olas; en consecuencia ofrecen menos resistencia a los golpes de mar y a las olas. Los bancos de arena no son completamente estables y las olas de arena de algunos sitios no son las mismas todos los años.

Arrecifes de roca (olas de roca). Son las más estables, cuando las condiciones del mar traen buenas olas, junto a las de coral.

Arrecifes de coral. Tienen fama de ser las mejores olas, ya que la acción constante de los duros animales espongiarios y los corales que viven bajo estos rompientes moldea un obstáculo que se adecua de una forma casi mágica al movimiento de la ola. Suelen ser huecas y fuertes, muy apreciadas para el surf.” (Rolando, Gabriel, 2012)

Según (Rolando, Gabriel, 2012):

- La idoneidad de uno u otro fondo depende de cada lugar:
- Por el tipo de mareas, corrientes y golpes de mar que recibe
- Por la profundidad: los arrecifes de coral y de roca son los más peligrosos.

En los bancos de arena, por el tipo de orografía costera, la proximidad de rocas que favorezcan o no la formación de bancos, la presencia en bahía, las corrientes, etc. Por la cercanía del arrecife a la orilla o los acantilados de la costa.

2.2. Marco Teórico

2.2.1. ¿Qué es un proyecto?

Un proyecto es la iniciativa de un emprendimiento de negocio, pero según (Baca, Gabriel, 2013) lo describe en forma general, que un proyecto es la búsqueda de una solución inteligente al planteamiento de un problema tendente a resolver, entre muchas, una necesidad humana.

“En esta forma, puede haber diferentes ideas, inversiones de monto distintos, tecnología y metodologías con diverso enfoque, pero todas ellas destinadas a satisfacer las necesidades del ser humano en todas sus facetas, como pueden ser: educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera.” (Baca, Gabriel, 2013)

Pero también existe otra forma de describirse a los proyectos de inversión.

“El proyecto de inversión se puede describir como un plan que, si se lo asigna determinado monto de capital y se lo proporcionan insumos de varios tipos, podrá producir un bien o un servicio, útil al ser humano o a la sociedad en general.” (Baca, Gabriel, 2013)

La evaluación de proyecto es conocer el efecto de la rentabilidad económica y social, que permita compensar o satisfacer una necesidad de manera eficiente, segura y rentable. Solo conociendo la efectividad de la inversión se puede asignar los recursos económicos mínimos a la mejor opción planeada. Según (Baca, Gabriel, 2013) un proyecto se trata de satisfacer necesidades del ser humano, ya sea en educación, alimentación, salud, ambiente, cultura, etcétera con el fin de dar una solución a cada uno de los problemas.

Como otra definición se puede decir, según Fontaine, en su libro de Evaluación de proyectos:

“Un proyecto es la fuente de costos y beneficios que ocurren en distintos periodos de tiempo. El desafío que enfrenta es identificar los costos y beneficios atribuibles al

proyecto, y medirlos con el fin de emitir un juicio sobre la convivencia de ejecutar ese proyecto. Esta concepción lleva a la evaluación económica de proyectos, el proyecto es el origen de un flujo de fondos provenientes de ingresos y egresos de caja, que ocurren a lo largo del tiempo; el desafío es determinar si los flujos de dinero son suficientes para cancelar la deuda. Esta manera de concebir el proyecto lleva a la evaluación financiera de proyectos.” (Fontaine, Ernesto, 2013)

2.2.2. Tipos de proyecto

2.2.2.1. Según la finalidad de estudio:

“De acuerdo con la finalidad del estudio de pre-inversión, los proyectos se clasifican en aquellos que miden la rentabilidad del proyecto, la rentabilidad de los recursos propios invertidos en el proyecto y la capacidad de pago a las fuentes de financiamiento.” (Sapag, Nassir, 2008)

Los estudios que se realizan para medir la rentabilidad del inversionista o, lo que es igual, de los recursos propios invertidos en la realización del proyecto. Este caso es válido cuando es posible que una parte de la inversión total se financie con deuda. (Sapag, Nassir, 2008)

Un tercer estudio se hace para medir la capacidad de pago del propio proyecto sobre eventuales préstamos para financiarlo. Un proyecto puede ser muy rentable y no tener capacidad de pago. (Sapag, Nassir, 2008)

Los proyectos de inversión se pueden tipificar de muchas formas distintas: de acuerdo con su dependencia, con la finalidad de la inversión o con la finalidad del estudio del proyecto, entre otras. (Sapag, Nassir, 2008)

De acuerdo con su dependencia, los proyectos se clasifican en dependientes, independientes y excluyentes. Los proyectos dependientes son aquéllos que se realizarán siempre que se haga otra inversión. Los proyectos independientes son aquéllos que se pueden realizar sin depender de otro proyecto ni afectarlo. Los

proyectos excluyentes son los que, al realizarse, impiden la ejecución de otro proyecto. (Sapag, Nassir, 2008)

De acuerdo con la finalidad de la inversión, los proyectos se clasifican según el objetivo de la asignación de los recursos: creación de nuevas empresas, reemplazo de activos, ampliación, abandono, externalización (outsourcing) e internalización. (Sapag, Nassir, 2008)

2.2.2.2. Según el objeto de la inversión

“Los proyectos de creación de nuevas empresas corresponden a inversiones que permitirían implementar o emprender un negocio nuevo.” (Sapag, Nassir, 2008)

“Los proyectos de externalización u outsourcing son similares, en su evaluación, al procedimiento seguido en los proyectos de abandono, con la diferencia de que la actividad que se deja de realizar internamente es sustituida por la prestación del mismo servicio mediante el contrato a un externo. Estos proyectos generalmente corresponden a tareas secundarias dentro de la institución (como la esterilización) que posibilitan, con su externalización, lograr una serie de ventajas como las que se obtienen al concentrar los esfuerzos del grupo humano en menos pero más prioritarias tareas, compartir el riesgo de la obsolescencia técnica con el proveedor del servicio o aumentar la eficiencia al traspasar actividades a expertos.” (Sapag, Nassir, 2008)

“Los proyectos de ampliación generan mayor capacidad de producción o atención, tanto por la expansión de un servicio existente como por la integración de otro nuevo.” (Sapag, Nassir, 2008)

“Proyectos de abandono son los que se denominan comúnmente como de desinversión y corresponden a la eliminación de áreas de actividad ineficientes (o no rentables) o al cierre de unidades que, siendo eficientes (o rentables), permitan liberar recursos que pueden ser utilizados en otras áreas más eficientes o rentables.” (Sapag, Nassir, 2008)

“Los proyectos de internalización son lo opuesto a las inversiones en outsourcing y corresponden a la ejecución interna de tareas o procesos que hasta ahora se contrataban externamente. Este tipo de proyectos se fundamenta en la conveniencia de aumentar la productividad mediante el desarrollo de más actividades con los mismos recursos, en oposición al procedimiento de reducir recursos y seguir haciendo las mismas actividades. Esto es principalmente válido cuando existen capacidades ociosas en ciertas atenciones, tiempo de trabajo de personal o espacios físicos.” (Sapag, Nassir, 2008)

“Proyectos de reemplazo son los que buscan medir la conveniencia de una sustitución.” (Sapag, Nassir, 2008)

2.2.2.3. Proyecto como proceso

Se distinguen tres niveles de profundidad en un estudio de evaluación de proyectos.

Perfil o gran visión: Se conoce la idea del proyecto, análisis del entorno y se detecta las necesidades. En la parte financiera los únicos cálculos que se presenta son las inversiones y los costos e ingresos según (Baca, Gabriel, 2013) “Se elabora a partir de

la información que ya existe. En el ámbito financiero se presenta cálculos globales de las inversiones, los costos e ingresos, sin investigar el terreno.”

Factibilidad o anteproyecto: Una vez que los inversionista tomen una decisión en base a las investigaciones realizadas, determinan que tecnología utilizar, los costos y la rentabilidad económica del proyecto. (Baca, Gabriel, 2013)

Proyecto definitivo: En este último proyecto se detalla toda la información compilada en el anteproyecto. La decisión tomada con relación a la inversión no se debe alterar, una vez que los cálculos estén evaluados y sea totalmente confiables según (Baca, Gabriel, 2013) “Contiene toda la información del anteproyecto, aquí

son tratados los puntos más importantes. No solo deben presentarse los canales de comercialización más adecuados para el producto, sino que deberá presentarse:

- Lista de contratos de venta ya establecidos;
- Actualizar y preparar por escrito las cotizaciones de la inversión,
- Presentar los planos arquitectónicos de la construcción; etc.

Los tres procesos detallan paso a paso como hacer viable la realización de un proyecto tomando en consideración el costo y beneficio, de esta manera poder satisfacer las necesidades del ser humano

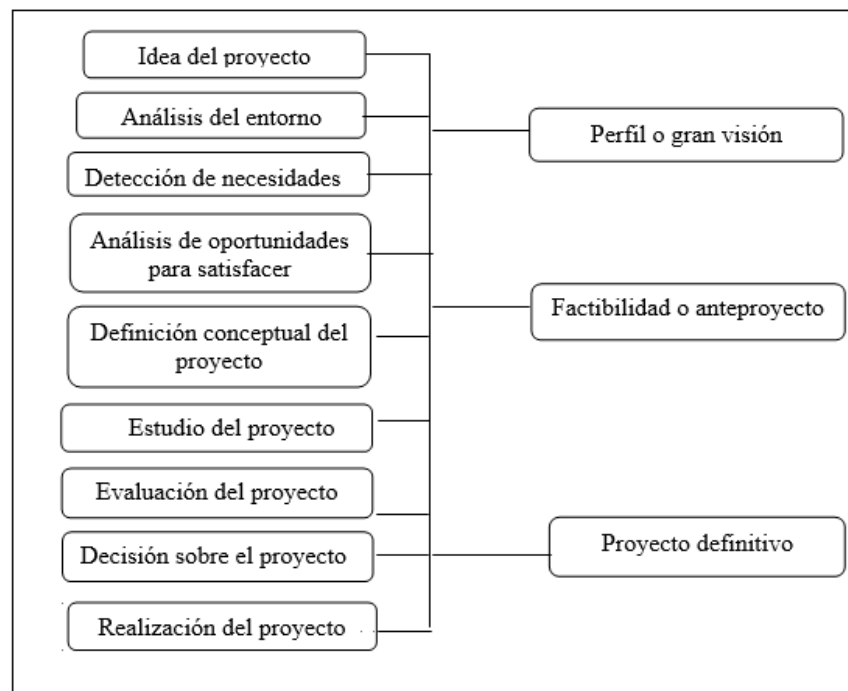


Ilustración 1 Procesos de la viabilidad del proyecto

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

2.2.3. Estudio de viabilidad de los proyectos

“Se considera a la evaluación de un proyecto como una técnica de decisión por sí sola, aunque en este texto se demostrará que es una fuente de información que ayuda a la toma de decisiones. Antes de realizar aquella evaluación hay una gran incógnita

acerca de los resultados esperados, por eso se realiza estudios de viabilidad, con el fin, de clarificar si el proyecto es posible realizarse desde cinco perspectivas distintas: la técnica, legal, económica, de gestión y política ya que si una es inviable el proyecto puede fracasar (Sapag, Nassir, 2008)

2.2.3.1. La Viabilidad de Mercado

La viabilidad del mercado permite conocer que tanto es el grado de aceptación del producto o servicio, mediante los gustos y preferencias de los consumidores. Según (Sapag, Nassir, 2008) “El estudio de la viabilidad mercado indicará si el mercado es o no sensible al bien producido o al servicio ofrecido por el proyecto y la aceptabilidad que tendría en su consumo o uso.”

2.2.3.2. La Viabilidad Técnica

Se dice que los únicos que pueden determinar si un proyecto es posible realizarse son los técnicos especializados en la materia según (Sapag, Nassir, 2008) “Se debe comprobar si es posible, física o materialmente, hacer el proyecto. Esta demostración queda generalmente en manos de un experto del área técnica que conoce las condiciones en que debe funcionar un determinado equipo, aunque siempre apoyado por la información de expertos en las áreas complementarias.”

2.2.3.3. La Viabilidad Legal

En esta viabilidad se comprueba que no tengan condiciones legales para poder poner en marcha de una forma correcta el proyecto de aquello se encarga los entendidos en el área legal, (Sapag, Nassir, 2008) dice que se “debe verificar la inexistencia de restricciones legales para la habilitación y operación normal del proyecto. Aunque en la gran mayoría de los casos este estudio es desarrollado por expertos en el área legal, es posible que el propio evaluador investigue el marco normativo que pudiera restringir el desarrollo del proyecto.”

2.2.3.4. La Viabilidad Económica

Un proyecto puede ser rentable como no rentable para eso la viabilidad económica comprueba cuáles son sus beneficios, de esta manera se conoce cuál será el precio del proyecto sea o no rentable según (Sapag, Nassir, 2008) “debe determinar la magnitud de los beneficios netos del proyecto, mediante la comparación de sus costos y beneficios proyectados. Como se mencionó antes, no porque un proyecto muestre un resultado no rentable se debe rechazar. Otras consideraciones (humanitarias, estratégicas, éticas o políticas) podrán tener prioridad sobre ésta. Sin embargo, siempre será recomendable conocer la cuantía del costo que se deberá asumir por aceptar un proyecto no rentable.”

La viabilidad de gestión, esta viabilidad es muy importante al momento de crear una empresa o proyecto para ponerlo en marcha, de una manera eficiente, puesto que de los beneficios netos que se obtengan, depende que el proyecto sea bueno o malo según (Sapag, Nassir, 2008) “debe demostrar que existen las capacidades gerenciales para llevar a cabo el proyecto en forma eficiente. Una de varias opciones para medir esto se relaciona directamente con la calidad del trabajo realizado por el evaluador del proyecto. Si el estudio de viabilidad económica exhibe deficiencias notorias, es muy posible que se presuma que la incapacidad para hacer un buen análisis o para hacerse asesorar en una etapa tan decisiva del proyecto, se mantendrán una vez implementado el proyecto.”

La viabilidad política, la aprobación o el rechazo del proyecto no solo la toma el decisor sino también las demás integrantes que participan en la toma de decisiones según (Sapag, Nassir, 2008) se “debe preparar la información para adecuarla a los requerimientos de cada uno de los agentes que participan de la decisión de aprobación o rechazo del proyecto: la gerencia, los socios propietarios, los distintos integrantes —con intereses a veces también muy distintos— del directorio, la entidad financiera que podría aportar los recursos financieros para ejecutar el proyecto, etcétera.”

2.3. Marco Referencial

2.3.1. Historia del surf en el Ecuador

“En el año 1962 un peruano llamado Piti Block visitó las costas del Ecuador con su tabla y entabló amistad con Victoriano Posada, Lucho Estrada, Christian Bjarner (padre e hijo), Dorothy Jurado, Gustavo Plaza, entre otros.

Ellos se animaron a practicar este deporte y comenzaron a surfear en Playas, frente a la casa de Chabela Estrada. Se turnaban la tabla que había dejado el peruano hasta que luego comenzaron a fabricar sus propias tablas con balsa. A ellos se les unieron muchos amigos y así poco a poco comenzó a crearse una pequeña tribu bien unida de surfers.

Luego Victoriano llevó el surf a Salinas y de allí fueron investigando lugares para surfear hasta llegar a Manabí. En poco tiempo surfista de Manabí ya se conocían con los surfistas del Guayas y comenzaron a visitarse entre ellos en busca de olas.

Para el año 1980 en el Ecuador ya existían más de 200 surfistas, algunas tiendas de surf y comenzaron a realizarse campeonatos nacionales. Para esa época el surf había superado la imagen hippie de los 70 y de la mano de la imagen renovada que proyectaron Gerry López, Shaum Tomson y Mark Richards, surgió el verdadero boom de este deporte.

En el mundo ya se hacían campeonatos profesionales y los surfistas del circuito mundial comenzaron a ganar dinero. A principio de los 90 el surf en Ecuador se convirtió en un deporte de aspiraciones, todos querían ser surfistas y esto permitió que se duplicara la cantidad de adeptos en el país.

Poco a poco se fue perfeccionando el nivel, se realizaron campeonatos internacionales que permitieron el contacto con el surf mundial. Para 1995 este deporte se disparó en popularidad y en cuestión de 2 años ya existían tiendas especializadas en todas las ciudades y playas principales del país con más de 5.000

surfistas en toda la costa. Hoy este es el deporte #1 de la temporada playera.” (Federación Ecuatoriana de Surf, 2014)

Actualmente el surf de competición esta fundamentalmente basado en:

Las investigaciones de diseño y materiales de surfistas ingenieros de aeronáutica buscando una optimización hidrodinámica de las tablas. (Rolando, Gabriel, 2012)

La corriente de evolución australiana del estilo (movimientos amplios y enérgicos). (Rolando, Gabriel, 2012)

En los últimos años ha incluido influencias de los movimientos del skateboarding y el snowboarding -deportes a su vez basados en el surf. (Rolando, Gabriel, 2012)

2.4. Situación turística del cantón General Villamil Playas

“La oferta turística es el conjunto de bienes y servicios, de recursos e infraestructuras ordenados y estructurados de forma que estén disponibles en el mercado para ser usados o consumidos por los turistas.” (Hernández del Angel Cesar, 2012, pág. 2)

La oferta está comprendida por el sector privado y el apoyo del sector público específicamente en la identificación de los recursos, la evaluación, el desarrollo de la infraestructura, la promoción en los mercados, la normatividad y la capacitación.

General Villamil es un balneario tradicional para los guayaquileños por su cercanía y para la sierra del Ecuador por su arena blanca y estilo rústico, ofreciendo a los turistas diferentes actividades y deportes acuáticos.

Sus playas realmente son un gran entretenimiento, por su privilegiado clima tropical, cálido en el día y por la noche es fresco y agradable, la temporada playera en Playas es todo el año. Además de sus extensas playas; llama mucho la atención a sus visitantes, su entorno paisajístico natural; que se caracteriza por una extensa vegetación de bosque tropical seco.

2.4.1. Información General

- Posición: Cabecera cantonal
- Ubicación: 93 km. de Guayaquil.
- Asentada a: 3 m.s.n.m.,
- Temperatura promedio de 24°C y su precipitación promedio anual es de 250 mm.
- Alcalde: Dra. Miriam Lucas Delgado

2.4.2. Economía

La influencia que tiene el turismo en la economía del cantón Playas, ayuda al Municipio de Playas a captar ingresos, movimiento de negocios, generando plazas de trabajo mejor calidad de vida para sus habitantes y dinamiza la economía.

Con la división de la Península de Santa Elena por convertirse en la provincia No.24 del Ecuador, que antes el atractivo y lo llamativo de la playa era Salinas. Con esta disociación y el apoyo de las autoridades y la Prefectura del Guayas permitió la realización de obras como las de las carreteras, malecón, alcantarillados, etc., para promoverlo como sitio turístico en el mundo.

2.4.3. Mercado

El cantón Playas es un balneario que está camino al desarrollo, no es un mercado saciado, la oportunidad de emprender un negocio es muy interesante porque existe variedad de actividad económica para ejecutar, el proyecto de inversión se trata de un campamento escuela de surf, su potencial cliente son los turistas que se sienten atraídos por el deporte extremo y que disfrutan de las

2.4.4. Visitantes

La temporada de costa va de febrero a abril y la época de sierra de julio a septiembre, en estas dos temporadas el balneario tiene más movimiento, que permite

que nuevos locales se abran y el pueblo se torne dinámico. En Playas, el turismo es la actividad más importante desde el punto de vista económico.

López Esperanza, directora de la Cámara de Turismo de Playas aseguró al (Diario EL COMERCIO, 2014), que durante el feriado de carnaval, los 68 hoteles, hosterías y hostales se llenaron por los turistas más extranjeros que nacionales.

Al igual que los restaurantes de comida típica, que ofrecieron una variedad de ceviches, cazuelas y otras delicias preparadas con pescados y mariscos.

“Playas además tiene visitas todo el año y el turismo receptivo se concentra en un número elevado de turistas del Austro y de Loja”, sostuvo. López Esperanza. (Diario EL COMERCIO, 2014)

2.4.5. Inversión privada

El cantón Playas por ser un mercado muy atractivo por la inversión que realiza el sector privado, el cual ha construido edificios de primer nivel como Omar's, Las Carabelas de Colón, Casa Blanca, entre los más atractivos.

Esperanza López, presidenta de la Cámara de Turismo de Playas, (Diario EL COMERCIO, 2014) cuenta que la seguridad está garantizada por la Policía, para el control delincriminal, especialmente para vigilar la actividad nocturna, donde las discotecas y bares ofrecen espectáculos en vivo y música variada para hacer la noche más alegre

2.4.6. Recursos Naturales

El terreno del cantón Playas es plano, aunque al norte se levantan cerros pero de poca altura como:

- Cerro Colorado.
- Cerro Verde.
- Cerro Picón.

- Cerro Cantera.
- Principales ríos:
- Río de Arena,
- Moñones, y
- Tambiche

2.4.7. Atractivos turísticos

Los mejores atractivos lo constituyen sus extensas playas, que cuentan con una excelente infraestructura hotelera y de servicios que hacen de lo más agradable la visita y estadía de miles de turistas ecuatorianos y extranjeros, que semana a semana visitan esta ciudad:

Playa Rosada, situada cerca del faro, es un sitio apacible para los bañistas y especial para excursiones.

También puede ir a visitar el hermoso Santuario de la Virgen de la Roca.

Cerca del Ocean Club se puede observar pelícanos y otras aves del sector.

Punta Chopoya y playa El Pelado, en la vía al recinto Engabao, son unas agradables y tranquilas playas ideales para caminatas y campamentos, con deliciosa comida típica.

La cabalgata a caballo por sus playas es uno de sus principales atractivos.

La casa de don Víctor Estrada es un verdadero relicario del pasado histórico y cultural.

Los paseos en Balsas a Vela, paseos en alta mar en las embarcaciones ancestrales hechas de palo de balsa desde la época de los huancavilca ya que estos la usaban para pescar.

El Malecón de Playas está comprendido, en toda la extensión de la Av. Jambelí, desde la Calle “Miramar” (Bajada del Humboldt) hasta la Calle “D” (Sector del Esterillo).

En marzo del 2013, se inauguró el primer centro comercial denominado El Paseo Shopping esto permite impulsar aún más el desarrollo económico y turístico del cantón Playas. El centro comercial está ubicado en la calle Jaime Roldós, en la vía a Posorja, tiene 30 locales comerciales, entre ellos:

- Mi Comisariato,
- Ferrisariato,
- Río Store,
- Mi Juguetería,
- Totto,
- Telefonías de Claro,
- a Gil,
- Sumbawa,
- Banco del Pacífico,
- Marathon Sport,
- La Ganga,
- Movistar, CNT,
- Óptic
- GMO y
- D’Mujer

En lo que respecta al entretenimiento y gastronomía dentro del centro comercial están:

4 salas de cines con capacidad de 636 personas

Patio de comidas, que tiene ocho locales, entre ellos:

- Carls´Jr,
- KFC,
- Pescadito,
- Comidas de Víctor,
- Pingüino y
- Dolcelate.

La última área que es el patio de comida que colinda con la vía del malecón, tiene acceso al balcón del primer piso con vista al mar.

Tabla 1 Atractivos Turísticos

Playas	Parques	Iglesias
Paraíso	Virgen de la Merced	Parque Infantil
Engabao	La Divina Pastora	Plaza Cívica
Puerto Engabao	Centro Comercial Paseo Shopping	
El Pelado		
El Faro		
Rompeolas Humboldt		
Los Patios		
Bellavista		
El Arenal		
San Vicente		
Barco Varado		
Data de Villamil		

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

2.4.8. Deportes acuáticos

En el cantón Playas existe muchos sitios y lugares turísticos en el que pueden realizar diferentes tipos de deportes acuáticos como:

- Surf,
- Tabla vela,
- Sky,
- Buceo,
- boby – board y
- pesca deportiva

En Playa Engabao, ubicado a unos pocos kilómetros del balneario de Playas en este sitio se puede tener una aventura de adrenalina pura a los que gustan del mar. Se puede alquilar lanchas, motos acuáticas, y si es amante del surf tiene unas magníficas olas para poder practicar el surfing.

2.4.9. Festividades

Las Fiestas de San Pedro y San Pablo Pescadores, se realizan en el malecón al pie de la playa. Son fiestas de agradecimiento, así como para pedir bendición en las jornadas de pesca y más lluvias a San Pedro. San Pedro y San Pablo son considerados los santos patronos de los pescadores, debido a que según la historia ellos eran pescadores y siguieron el mandato de Cristo para convertirse en pescadores de hombres.

Enero

Cabalgata de los Reyes

Febrero

Carnaval en Playas

Elección de la Reina de Carnaval

Campeonato Internacional de Skate Board “Playas Xtreme”

Marzo

Circuito Sudamericano de VolyBall de Playas

Circuito Ciclístico

Abril

Campeonato de Master de Milla Náutica.

Campeonato de Surf.

Regata de Las Balsas.

Junio

Fiesta Tradicional y religiosa de los pescadores “SAN PEDRO”.

El Día del Pescador

Julio

Apertura de temporada verano

Agosto

Desfile y Celebración del día de los Servidores Turísticos del Cantón

Fiestas de Cantonización

Septiembre

24 de septiembre: patronal en honor a la Virgen de la Merced.

2.4.10. Planta Turística

El conjunto de instalaciones, equipos, empresas y personas que prestan servicio al turismo y fueron creados para este fin, son los hoteles, restaurantes, comedores, discotecas, fuentes de soda, transporte, servicios de comunicación, servicios básicos, etc.

2.4.11. Alojamiento

Con el lema ¡Unidos para Servirle! ASHOTPLAYAS es la Asociación Hotelera que reúne a la mayoría de hoteles de Playas, Ecuador, para brindar al usuario una guía confiable de la infraestructura hotelera de este destino privilegiado.

También es una valiosa herramienta de promoción turística para llegar con la información necesaria a viajeros nacionales y extranjeros, que buscan una estadía bajo estándares de calidad y servicio.

Hoteles: que ofrecen alojamiento con o sin servicios complementarios (alimentación, congresos y eventos). Estos se clasifican de 5 a 1 estrella.

Hoteles-apartamento: que pueden ofrecer todos los servicios de los hoteles, pero que cuentan adicionalmente con instalaciones y equipamiento para la conservación, preparación y consumo de alimentos fríos y calientes.

Moteles: Se encuentran ubicados en las carreteras o autopistas, poseen entrada independiente desde el exterior al alojamiento y pueden tener garaje individual o parqueo colectivo.

Hostal o pensión: Cumplen las funciones de un hotel, pero no alcanzan las condiciones mínimas indispensables para considerárseles como tales. Puede ser de 3 a 1 estrellas.

Los extras hoteleros agrupan a: Campamentos que son terrenos de uso privado en los que se instalan sistemas de alojamiento, tales como tiendas de campañas o

caravanas móviles., casa de alojamiento, normalmente particulares, que prestan servicios en época de alta demanda turístico

Tabla 2 Plazas de Alojamiento

Hoteles	Hosterías	Hostales	Pensión - Moteles
1 Ana	1 Bellavista	1 Brisas del Pacífico	1 La Laguna
2 Arena Caliente	2 Cabañas Casa Playas	2 Cabaña Típica	2 Las Palmas
3 Barrio Ecuador	3 Cabañas el Jardín	3 Caracol	3 Luna de Miel
4 Castillo de Arena	4 Cabañas Playa Tropical	4 Cattán	4 New York Meets
5 Costa del Sol	5 Familiar Don Villo	5 El Descanso del Quijote	5 Reyna del Mar
6 D'Laverdy	6 Guayas y Quil	6 El Galeón	6 Patio Viejo
7 El Dorado	7 La Mía Casita	7 El Pescador	
8 El Tucano	8 Los Patios	8 El Río	
9 Jesús del Gran Poder	9 La Posada del Sueco	9 Estrella del Mar	
10 La Terraza	10 Marinas	10 James Timis	
11 Las Redes	11 Mediterraneo	11 Los Arcos	
12 Luna Azul	12 Mercy Mar	12 Marianela	
13 Marbella	13 Palmetto	13 Olas del Mar	
14 Nathalie	14 Puerto Faro	14 Oro Azul	
15 Nevada	15 Sol de Playa	15 Rico Mar	
16 Novia del Pacífico	16 Sinfonía del Mar	16 Rústico	
17 Playas	17 Cabañas del Malecón	17 Sass	
18 Rey David	18 Las Gaviotas	18 San Andrés	
19 Suites Romanos		19 Tropicana	
20 Titopolis		20 Acapulco	
21 Turismo		21 Carmita	
22 Vista al Mar y Arena		22 Yolán	
Hoteles = 22	Hosterías = 18	Hostales = 22	Pensión Moteles= 6
Total Plazas de Alojamiento= 68			

Fuente: Cámara de Turismo de Playas 2013

2.4.12. Gastronomía

En este cantón existe una gran cantidad de platos típicos que hacen de la visita a Playas una verdadera delicia gastronómica. Entre lo más deseados están una buena variedad de cebiches de langosta, langostino, camarón, concha, pescado, pulpo o mixtos, arroz marinero, pescados enteros al carbón, encebollado de albacora, ostra asada y hamburguesas de avestruz. Dentro de los servidores turísticos que brindan el servicio de alimentación o gastronomía están: los restaurantes, bares, fuente de soda, comedores abiertos y comedores que se encuentran dentro del alojamiento.

Se detalla un inventario de catastro de servicios turísticos de alimentación del cantón Playas.

Tabla 3 Establecimiento Turísticos del Cantón Villamil Playas

Tipo de establecimiento	Número de Establecimientos	
	Año 2006	Año 2014
Hoteles y afines	32	56
Bares	7	23
Fuentes de Soda	6	7
Restaurantes	25	25
Discotecas	2	4
Comedor	2	131
TOTAL	74	246

Fuente: Cámara de Turismo de Playas 2013

También existen otros tipos de servicios turísticos que ofrece el cantón Playas que se agrupan mediante asociaciones por no contar con una infraestructura física y con las condiciones exigidas por el Municipio de Playas tales como: comidas a la venta libre, boyas, carpas, comerciante de bisutería, duchas, alquiler de bananeras etc.

Tabla 4 Servicios Turísticos varios agrupados por Asociación del Cantón Playas

TIPO DE ASOCIACION	Número de asociaciones	Número de socios	Número de personas ocupadas temporada alta	Estimado número de personas ocupadas temporada baja
Comidas preparadas	13	271	843	101
Boyas y salvavidas	1	31	62	25
Gaseosas y afines	1	54	108	32
Carpas y casilleros	2	90	180	54
Comerciantes de bisutería	1	27	54	3
Duchas públicas	1	21	42	8
Alquiler de bananeras y parasoles	4	58	116	35
TOTALES	23	552	1405	258

Fuente: Dirección de Turismo del Municipio de Playas. 2013

2.4.13. Transporte y acceso

También se puede acceder por vía terrestre, por la autopista Guayaquil - Salinas y luego se toma la vía Progreso – Playas, cuya longitud es de 26km, las que se encuentran asfaltadas y en buenas condiciones.

Rutas de acceso: La carretera a Gral. Villamil Playas está en muy buen estado, actualmente cuenta con una autopista de cuatro carriles de primera calidad equipada con todos los servicios necesarios y asistidos en todo el camino por la Comisión de Tránsito del Guayas para una trayectoria segura. La vía sirve de ingreso al balneario y a través de este también se llega a otros sitios de interés como Engabao o Puerto Engabao.

2.4.14. Vías principales del Cantón

- Vía a Playas – Progreso
- Vía a Playas – El Pelado – Engabao.
- Vía a Playas – Morro
- Vía a Playas – Data.
- Vía de acceso al malecón es la Av. Paquisha.

Las siguientes cooperativas tienen este destino: Villamil y Posorja, el viaje dura hora y media desde Guayaquil.

Tabla 5 Vías de Acceso por Transporte Terrestre

Carretera de uso turístico	Guayaquil - Playas	97 Km.
Vías de acceso interno	Gral. Villamil - Engabao Gral. Villamil-San Antonio Gral. Villamil -Data Gral. Villamil - El Arenal.	12.50 Km. 14 Km. 7 Km. 13.73 Km.
Terminales de Transporte	*Hay un terminal ubicado en la Av. 15 Agosto y calle 9. (junto a la Iglesia) Cuenta con 8 butacas de espera y Servicios higiénicos.	Capacidad del Terminal: 8 personas Características: Oficina de Terminal
Sistemas de parqueo	No cuenta con sistemas de parqueo. Para la temporada turística alta se establecen parqueos temporales.	Capacidad del Sistema de parqueo temporal: 415 vehículos, ubicados en 7 parqueaderos.
Empresas de Transporte Público	Transportes Villamil. Frecuencia: Diaria Horario: Desde las 4H00 hasta Las 20H00. En temporada alta Hasta las 21H00. Salidas cada 20 minutos Transporte Posorja Frecuencia: Diaria.	Ruta:(Guayaquil –Villamil) Unidades: 22 Capacidad: 42 pasajeros Ruta:(GYE- Villamil-Posorja) Unidades: 45 Capacidad: 45 pasajeros

Fuente: Dirección de Turismo del Municipio de Playas. Enero 2013

2.4.15. Infraestructura Básica

Es el conjunto de obras y servicios que permiten, en general, el desarrollo socioeconómico de un país y que el turismo utiliza para impulsar su actividad.

Equipamiento urbano: Comprende los servicios agua, desagüe, alcantarillado y energía eléctrica

a. Servicios Básicos

En el caso de Gral. Villamil cuenta con más servicios básicos que el resto del cantón por tanto este es considerado como el área urbana.

b. Agua potable

Un porcentaje considerado de la población se abastece de agua potable, a través de la red pública (INEC-2010); el porcentaje restante, se abastece de agua, por medio de carros repartidores o tanqueros.

Tabla 6 Servicio de Agua Potable

Tipo de Distribución	%
Red pública	82,59
Carro repartidor	10,74
Pozo	1,1
Rio vertiente / Canal	0,27
Otro	5,32

Fuente: INEC-2010

c. Eliminación de basura

El 11% de la población de Gral. Villamil, carece de un sistema de eliminación de basura. Es decir el 89% cuenta con un sistema de recolección de basura adecuado.

Tabla 7 Servicio de Recolección de Basura

Categoría	%
Carro recolector	89,23
La queman	9,2
Entierran / Arrojan a terrenos vacíos, ríos o quebradas	1,29
Otras formas	0,29

Fuente: INEC-2010

d. Electricidad

Según datos del INEC, Playas se encuentra entre los 10 mejores cantones atendidos en todo el país, en cobertura del servicio eléctrico.

Tabla 8 Servicio de Energía Eléctrica

Categoría	%
Red pública	87,82
Generador de luz / Panel solar	0,22
Otro	2,31
No tiene	9,65

Fuente: INEC-2010

e. Conexión sanitaria

En el año 1993, se inició la primera etapa para el alcantarillado sanitario del cantón, Heran de Construcciones, la empresa ejecutora de la obra, por problemas de diversa índole quebró, dejando la primera etapa culminada en un 90%.

Al mes de agosto del 2001, 350 viviendas tienen instalada la red sanitaria domiciliaria; sin embargo, la mayoría de viviendas eliminan sus excretas por medio de pozos sépticos.

Al 2001, solo un 40% de la población urbana (Gral. José de Villamil) cuenta con alcantarillado, de acuerdo al censo de dicho año.

En la actualidad no se podrá describir cual es la situación en la actualidad sobre el servicio hasta que se ejecute el censo poblacional proyectado para el 2014. Sin embargo se estima en la actualidad un 60% podrá contar con este servicio de acuerdo a los últimos datos proporcionados por el Municipio de Playas.

Tabla 9 Servicio de Conexión Sanitaria

Categoría	%
Conectado a red pública	25,65
Conectado a pozo ciego	9,48
Letrina	2,24
Conectado a pozo séptico	49,61
Con descarga directa a mar/rio	0,63
No tiene	12,4

Fuente: INEC-2010

Comunicaciones: Abarca los servicios de teléfono, correo, telégrafo, internet, correo electrónico, etc.

Tabla 10 Establecimientos de Comunicaciones

INTERNET	No. de computadores
Cyber Playas	6
Cyber Universitario	4
Cyber Patty	5
Cyber Epson	5
TOTAL	20
TELEFÓNICAS	
Cabinas Movistar	4 cabinas general
Cabinas claro	5 cabinas general
Cabina Alegro	2 cabina general

Fuente: Los autores

2.4.16. Tour y excursión.

El paquete turístico está integrado por el itinerario, el circuito turístico y el programa turístico.

El Itinerario, es la secuencia de lugares a visitar durante los días que dura el programa de viaje. Incluye también las horas de salida y llegada desde o hacia los destinos elegidos. Se suele complementar la información con un circuito que ilustra gráficamente la distancia entre los atractivos.

Entre ellos se cita a los siguientes:

El Circuito Turístico, Las rutas turísticas que vinculan los puntos de atractivo histórico, cultural, arqueológico, ecológico, etc., está la denominada Ruta del Pescador.

La Ruta del Pescador, a pocos minutos desde Guayaquil, recorriendo llamativos lugares turísticos como Puerto Hondo, Bosque protector Cerro Blanco, Parque “El Lago” y paraderos turísticos, como el ubicado a la entrada de la parroquia rural Progreso, se transita por una autopista renovada, rápida y segura hasta el cantón Playas.

La Ruta del Pescador incluye nuevos destinos y actividades donde en visitante pueden disfrutar de: el Ovníódromo y Playa Varadero, en Data de Posorja, o navegar a bordo de lanchas que parten desde Posorja o Puerto El Morro para disfrutar el avistamiento de delfines y aves; recorrer la Isla Puná, es descansar frente al mar en una playa dotada con eco campamentos.

2.4.17. Agencias de Viajes

Son el canal más clásico de comercialización y de operación turística cuya función principal es la intermediación permitiendo acercar la oferta a la demanda. Las agencias de viajes operan desde la ciudad de Guayaquil u otras ciudades en alianzas con los hoteles y restaurantes y otros del cantón.

2.4.18. Los paquetes turísticos

Lo pueden ofrecer directamente los hoteles a sus huéspedes.

Aquí se presenta los paquetes turísticos que ofrece el Hotel Sinfonía del Mar

Paquetes Turísticos		
 <p>Cabalgatas por la Playa</p> <p>Con guía nativo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • 30 minutos \$5 • 60 minutos \$10 	 <p>Paseos en Banana</p> <p>Recorrido en embarcación propia de la hostería por todo el perfil costero de Playas, terminando con un agradable baño en las tranquilas aguas de "Humbolt".</p> <ul style="list-style-type: none"> • 10 minutos. \$5 por pasajero, mínimo 5 pasajeros por viaje. 	 <p>Pesca Deportiva</p> <p>Recorrido en embarcación propia de la hostería hasta una zona de gran fauna marina denominado "El Pelado" se facilitará cañas y redes para pescar.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tour de medio día, \$20 por pasajero, mínimo 5 pasajeros.

Ilustración 2 Paquete Turístico -

Fuente: Hotel Sinfonía del Mar

 <p>Tour de avistamiento de Delfines</p> <p>Recorrido por los canales de "Puerto el Morro" lugar de avistamiento de delfines, los mismos que acostumbra a escoltar a las embarcaciones tornándose el paseo en una aventura digna de vivir a bordo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tour de medio día, incluye transporte terrestre a Posorja, Transporte acuático en el Golfo, chalecos salvavidas, guía turístico, \$6 por pasajero, mínimo 5 pasajeros. 	 <p>Tour a la Isla de los Pájaros</p> <p>Práctica turismo acuático, disfrutando la naturaleza en sus orígenes con árboles de mangle y diversidad de aves en la zona.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tour de medio día, incluye transporte terrestre a Posorja, Transporte acuático a Isla de los Pájaros, chalecos salvavidas, guía turístico, \$6 por pasajero, mínimo 5 pasajeros. 	 <p>Tour de Surf a la Población "Engabao"</p> <p>Un tour terrestre de 30 minutos hasta una de las playas más famosas por sus grandes olas que fomentan la práctica del surf.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tour de medio día, \$15 por persona, mínimo 5 personas.
---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ilustración 3 Paquete Turístico - Tours

Fuente por: Hotel Sinfonía del Mar




 <p>Tour recorriendo la Ruta del Sol y el Puerto de Guayaquil</p> <p>Recorrido de aproximadamente 2 horas, bordeando la costa de la zona Santa Elena, conociendo las poblaciones de Manglaralto, Montañita, Olon, el museo "Los Amantes de Sumpa" y la iglesia de la estrella de Olon.</p>	 <p>Masaje Relax</p> <p>Masaje Relax 30 \$15 Masaje Relax 1 hora \$25</p>	 <p>Tour a Isla de los Pájaros con Avistamiento de Delfines</p> <p>Tour de medio día, incluye transporte terrestre a Posorja, transporte acuático a Isla de los Pájaros, chalecos salvavidas, guía turístico, desembarco y recorrido en Isla de los Pájaros para el observamiento de diferentes especies de aves. \$10 por pasajero, mínimo 5 pasajeros.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Ilustración 4 Paquete Turístico

Fuente por: Hotel Sinfonía del Mar

2.4.19. Operadores turísticos

Entre los operadores de turismo el Cantón General Villamil Playas están:

- Municipio de General Villamil Playas

- Cámara de Turismo de Playas
- Dirección de Turismo de la Prefectura del Guaya
- Ashoplayas, que es la Asociación de hoteles de playas que ayudan a promover el turismo.

Programa Turístico de Protección Ambiental, La Campaña de Educación Ambiental “Todos por una Playa Limpia”, en la cual integrantes de la comunidad del POP “Programa de Reordenamiento de Playas”, recorren la playa sorprendiendo a turistas y comerciantes que ensucian la arena, sensibilizándolos sobre la importancia de preservar los recursos naturales y lograr un turismo sustentable.

Esta campaña la ejecutan el Consejo Provincial, la Cámara de Turismo del Guayas y la Dirección General de la Marina Mercante (Digmer) desde hace tres años en Ballenita, San Pablo, Montañita, Ayangue, Olón, Curía y en el 2007 en General Villamil.

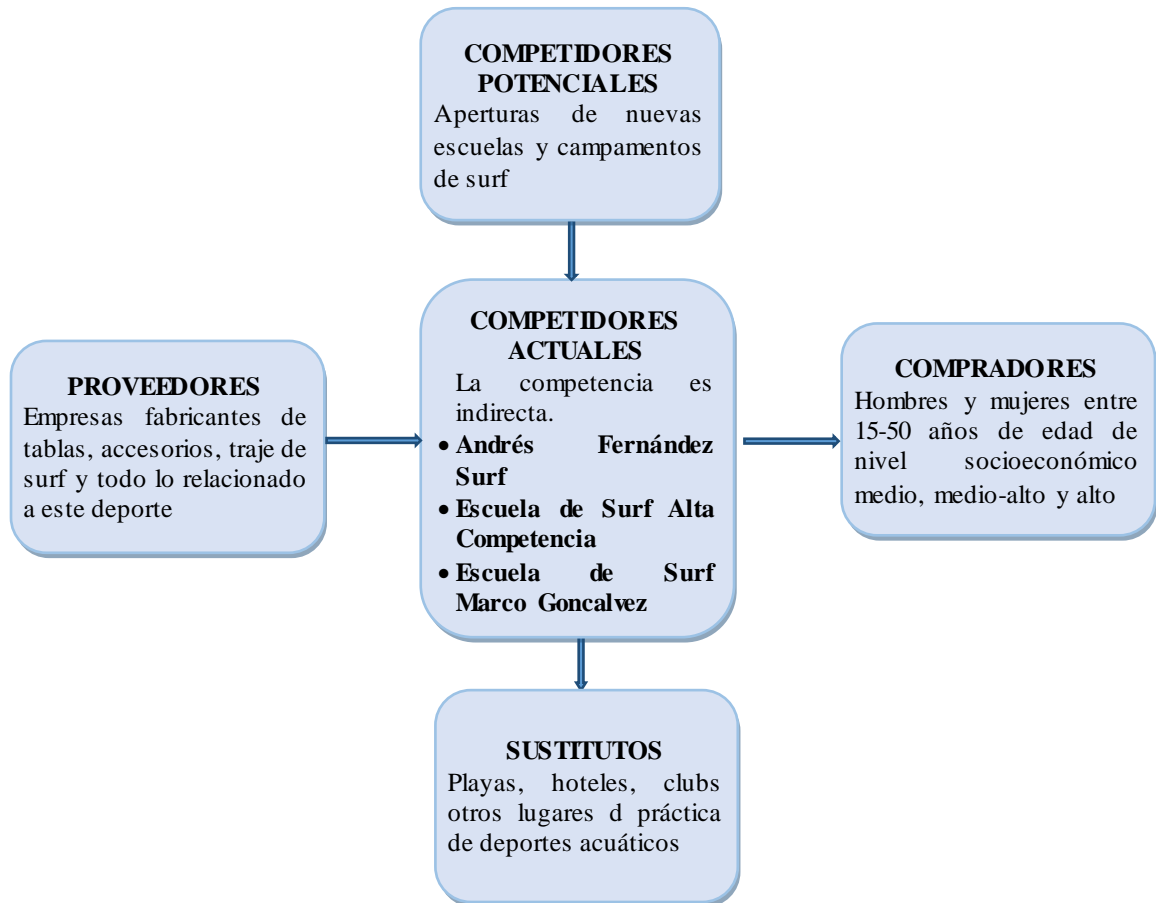
“El plan busca obtener la certificación internacional denominada Bandera Azul, para las playas mencionadas” indicó Jaime Nogales, presidente de la Comisión de Turismo del Consejo Provincial 2007 (Diario EL UNIVERSO, 2007).

Seguridad para todos los Turistas, las 21 Torres salvavidas y personal local están a lo largo de los 3 primeros kilómetros de playa donde se implementa el programa y cuenta con Promotores, 10 Salvavidas, Artesanos, Voluntarios capacitados para lograr un mejor control de las actividades turísticas y comerciales.

Turistas siempre informados, la POP, cuenta con 3 Centros de Información Pro Playa (CIPPs), ubicados de manera estratégica en la zona de injerencia del proyecto y con atención al público de 9 am a 17h00, ahí encontrará mapas y lugares atractivos dentro del cantón, avances de la playa, reglamentos del balneario, teléfonos de emergencia, direcciones importantes (hospitales, hoteles, cruz roja, etc.), afiches informativos y boletines quincenales POP.

2.5. ANALISIS PORTER

Ilustración 5 Análisis de Porter



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

2.5.1 Competidores potenciales:

Los competidores potenciales pueden ser futuros inversionistas que deseen poner su capital en Villamil Playas, creando proyectos con las mismas o similares características al servicio que ofrece.

2.5.2 Compradores

Representan el grupo objetivo al que está orientado el servicio, que son aquellos habitantes, turistas nacionales o extranjeros de clase económica media, , media-alta y alta, entre 15-50 años de edad (para escuela campamentos surf), que buscan divertirse o practicar algún deporte en Villamil Playas.

2.4.20. Competidores actuales

Actualmente existen tres competencias directas en

- Playas. Andrés Fernández Surf Camp,
- Escuela de surf Alta Competencia,
- Escuela de surf Marco Goncalvez.

Existen hostales que pueden ser preferidos por ciertas personas, debido a que solo buscan informalidad de la práctica del surf.

2.4.21. Proveedores

Cuenta con proveedores como Sumbawa surf shop es la primera cadena especializada en moda y accesorios de surf, con su dueño Manolo Lozano Presidente de la Federación Ecuatoriana de Surf que sus tiendas sean uno de los principales proveedores ayuda al marketing de la escuela y en la parte deportiva una alianza directa con la federación de este deporte.

Los otros proveedores serian la tienda de ropa Casual Junior, Manta Raya, Australia y Mar Bravo que son las encargadas de vestir y proporcionar la ropa y accesorios para la práctica de este deporte.

2.5. Marco Legal

Todas las actividades del ente comercial son reguladas, todo proyecto tiene que ser analizado desde la perspectiva legal, como si la actividad a emprender es regulada por un ente gubernamental. En este también se detalla la manera que se constituye el proyecto, las principales son Sociedades Colectivas, Sociedades en Comandita, Sociedad de responsabilidad limitada, Sociedad anónima, Sociedad de economía Mixta.

El proyecto y la actividad del proyecto está relacionada con el turismo, por tal motivo el Ministerio de Turismo es un ente que está involucrado directamente, el cual expone en la Ley 97, Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002, Última modificación: 06-may-2008, de estado: Vigente, los requisitos a obtener para emprender cualquier actividad turística en los que se destaca los artículos cinco, ocho y nueve:

“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; y,
- Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

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

Art. 9. El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.” (Ministerio de Turismo Ecuador, 2012)

Así mismo interviene el Gobierno Autónomo Descentralizado de Playas, entidad encargada de entregar el permiso de funcionamiento y permiso de construcción.

CAPITULO 3

3.1. Estudio de Viabilidad del Mercado

La investigación de mercado se realiza para conocer de manera clara el segmento al que la empresa deberá dirigirse, conocer la opinión de los posibles clientes.

Está basado en el uso de herramientas de investigación aplicadas a los actores que influyen en el turismo playero, con el objeto de obtener información acerca de las necesidades, preferencias de los clientes, su comportamiento frente a las características del producto y del servicio que se ofrecerá, así como, posibles condiciones del entorno en las cuales se desenvolverá la escuela campamento de Surf “Las Valentinas”.

El nivel socioeconómico de General Villamil Playas es mediano, lo cual genera que sus visitantes y turistas se sientan a gusto, debido a que los precios son atractivos, los turistas pueden disfrutar de distintas actividades, consumir diferentes productos sin que su costo sea elevado.

Además se determina el mercado objetivo al que se desea alcanzar en el proyecto mediante los servicios que ofrece; desarrollar un plan de introducción al mercado, establecer las estrategias del mercado turístico para llegar al cliente y así producir a que adquieran el producto de servicio de la escuela campamento de Surf “Las Valentinas”.

3.1.1. Metodología

Para el estudio del presente proyecto se utilizará la metodología deductiva; la cual permitirá obtener información precisa y verás que servirá como sustento teórico y técnico del proyecto de investigación.

Con este método se podrá saber si el primer planteamiento del problema mediante el desarrollo del proyecto se cumple: Evaluar la factibilidad para la implementación

de una escuela campamento de surf, en el Cantón General Villamil Playas, Provincia del Guayas.

Identificado el problema para la investigación de la implementación de escuela campamento de surf temático se definió el objetivo de estudio dentro de este campo que es conocer las características de los clientes del mismo.

“El método deductivo parte de verdades previamente establecidos como principio general para luego aplicarlos a casos individuales y comprobar así su validez, si las premisas son verdaderas la conclusión es necesariamente verdadera.” (Sabino, Maximo Mg;, 2009, pág. 24)

3.1.2. Diseño de la investigación

Para el diseño de investigación se tomará en cuenta las oferta de las escuelas de surf, más las ofertas del sector hotelero dentro y de los alrededores del Cantón General Villamil Playas, porque estos proporcionan el servicio de hospedaje y este proyecto intenta incursionar en el mercado de servicio, y es necesario diagnosticar el estado actual de los sectores implicados, analizando desde el punto de vista de la oferta y la demanda.

3.1.3. Medios de investigación.

Existen varios medios de investigación, para este proyecto se utilizará la investigación de campo, que se fundamenta en la recolección de información desde la realidad y permitieron describir e interpretar los resultados obtenidos en el proceso de la investigación.

Investigación de campo, se realiza en el mismo lugar que se desarrolla o produce los acontecimientos, en contacto con quien o quienes son los gestores del que se investiga. "Aquí se obtiene la información de primera mano". (Alarcón, Julio Cesar;, 2008, pág. 41)

Esta investigación se utilizará a los residentes del cantón General Villamil y sus playas, que fueron escogidos de forma aleatoria. Lo cual permitirá averiguar y conocer cómo es el mercado en la actualidad y las preferencias de los turistas, y si es factible la introducción de un nuevo producto de servicio como la escuela de campamento de surf “Las Valentinas”

3.1.4. Población y Muestra

3.1.4.1. Población

El Cantón General Villamil Playas, está conformada por una población de 41.935 habitantes entre hombres y mujeres, de los cuales 25 000 viven en su cabecera cantonal y el resto radican en otras ciudades.

Población:	41.9 mil hab. (1.2% respecto a la provincia de GUAYAS).
Urbana:	82.1%
Rural:	17.9%
Mujeres:	49.3%
Hombres:	50.7%
PEA:	48.9% (1.1% de la PEA de la provincia de GUAYAS)
Fuente: INEC - Censo de Población y Vivienda 2010	

Ilustración 6 Población del Cantón General Villamil Playas

Su población económicamente activa según el Censo de Población y Vivienda del 2010 es de 48.9%, que representa el 1.1% frente al total del Guayas.

La población o universo a ser estudiada será la población del cantón Playas más sus turistas nacionales y extranjeros.

“Es el conjunto de sujetos, objetos o cosas con una característica y atributo especial” (Sabino, Maximo Mg., 2009, pág. 65).

3.1.4.1.1. Tipos de Población

Población finita o limitada

“Cuando se conoce finalmente la cantidad de individuos objetos o cosas.” (Sabino, Maximo Mg., 2009, pág. 65)

Población infinita o ilimitada

“Cuando nunca se conoce la cantidad de individuos sujetos o cosas, por lo tanto de manera referencial se puede tomar una muestra.” (Sabino, Maximo Mg., 2009, pág. 65)

Por tanto para este proyecto se aplicará la “población infinita”, ya que no existen fuentes oficiales que indiquen cifras de los turistas nacionales y extranjeros que visitan el Cantón Playas en cada periodo.

La población tomada en cuenta para la realización de la investigación de mercado, está conformada por los habitantes y turistas nacionales o extranjeros que tengan un nivel socio-económico medio, medio-alto, y alto que acudan a Villamil Playas en busca de diversión y entretenimiento y la práctica del deporte acuático.

3.1.4.2. Muestra

“Es un subconjunto o una parte de la población o universo en el que se encuentran representadas todas las características o atributos del mismo.” (Sabino, Maximo Mg., 2009, pág. 65)

“Cuanto más grande es la muestra los resultados serán más acertados, es decir con un menor margen de error, pero si la muestra es muy pequeña, el margen de error será más grande.” (Sabino, Maximo Mg., 2009, pág. 65)

Tabla 11 Proyección de Turistas del Cantón Playas por Capacidad de Alojamiento

Descripción	Capacidad	Unidad
Capacidad de alojamiento diaria	1231	Plazas
Oferta anual (365)	449315	Plazas
Tasa de Ocupación (Temporada Alta)	80	%
Tasa de Ocupación (Temporada Baja)	48	%
Temporada Alta (Enero – Abril)	4	Meses
Temporada Baja (Mayo – Diciembre)	8	Meses
Oferta Mensual	36930	Plazas
Oferta Temporada alta	112329	Plazas
Oferta Temporada baja	224658	Plazas
Cientes Temporada alta	89863	Cientes
Cientes Temporada baja	107835	Cientes
Total Clientes al año	197698	Cientes

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

Analizando las plazas de capacidad de alojamiento, la oferta anual, más la tasa de ocupación por temporadas, se obtuvo una proyección de clientes turistas del Cantón Playas, para de esta forma poder analizar el tamaño de la muestra, obteniendo un total de turistas anuales de 197.698.

3.1.4.3. Selección del tamaño de la muestra

Para poder determinar el número de encuestas a realizar, se estableció como grado de confianza un 95% y un margen de error del 5%.

El grado de confianza (Z): De acuerdo a la tabla de distribución normal, el valor de “Z” asociado a un nivel de confianza del 95%, es de 1.96.

La porción estimada (P): Es la probabilidad que existe que un evento ocurra, en este caso, la probabilidad que las personas estén dispuestas a adquirir el servicio.

Al no contar con información previa, es prudente suponer que la probabilidad que existe para consumir el producto sea del 50%, por lo tanto la probabilidad de fracaso (q) también será el 50%.

De acuerdo a la tabla No.11, nos arroja una proyección estimada de demanda entre turistas nacionales y extranjeros de más de 100.000 personas, para el cuál se aplicó la fórmula para calcular el tamaño de la muestra para población infinita esta es:

$$n = \frac{z^2(p * q)}{D^2}$$

Dónde:

n: Tamaño de la muestra

z: Estadístico de distribución normal para un nivel de confianza determinado

p: Probabilidad de éxito

q: Probabilidad de fracaso

D: Máximo error permisible

Sustituyendo los datos, se obtiene:

$$n = \frac{1.96^2(0.5 \times 0.5)}{0.05^2} = 384.16$$

$$n \cong 385$$

El tamaño de la muestra a encuestar es de 385 personas, para obtener resultados más exactos dados las características del estudio.

3.1.5. Recolección de datos

La recolección de datos se fundamenta en la recopilación de la información directamente de las personas en lugar donde se realiza el proyecto, sin manipular o controlar las variables.

La mayoría de los turistas, el único propósito de estar en Villamil Playas es la recreación, diversión o la práctica del deporte extremo, demostrando la gran oportunidad de implementar el proyecto, ofreciendo un novedoso servicio.

“La recolección de datos es una etapa es una etapa importante y necesaria para la ejecución de una investigación científica” (Sabino, Maximo Mg., 2009, pág. 69)

3.1.5.1. Técnicas de Recolección de Datos

“La técnica para la recolección de datos consiste en reducir el nivel de abstracción de las variables para poderlas manejar, es decir a nivel de indicadores.” (Sabino, Maximo Mg., 2009, pág. 69)

3.1.5.2. Fuente Primaria

Encuesta, esta investigación se llevó a cabo en puntos estratégicos, de donde se pudo obtener información de gran valor para el estudio, se visitó hoteles, restaurantes, los diferentes pueblos, y principalmente las playas donde se practica el surf, ya que las personas que concurren a la playa en compañía como mínimo son de 3 personas, saliendo desde muy temprano de sus hoteles o casas para disfrutar el sol, la playa, practicar deporte extremo, etc.

“Es la obtención de información de los objetos de estudio, proporcionando por ellos mismos, saber, opiniones, actitudes o sugerencias sobre técnicas muy específicas.” (Sabino, Maximo Mg., 2009, pág. 70)

Entrevista, también se aplicó la entrevista a la Alcaldesa del cantón General Villamil Playas Dra. Miriam Lucas Delgado, para conocer sus expectativas sobre el proyecto.

“La entrevista, al igual que el cuestionario, constituye un medio de recopilación de información mediante preguntas, a las que debe responder la persona entrevistada el problema de investigación.” (Sabino, Maximo Mg., 2009, pág. 75)

3.1.5.3. Fuentes Secundarias

Son aquellas que parten de datos pre-elaborados, como pueden ser datos obtenidos de anuarios estadísticos, de Internet, de medios de comunicación, revistas.

Como fuentes secundarias se contará con la información encontrada en páginas del Estado tales como, las de los municipios del cantón Playas, Ministerios del Ambiente y Turismo y Estadísticas de la página del Instituto Nacional de Estadísticas y Censos (INEC), ya que en ellas se puede encontrar datos como el ingreso y destino de turistas, el crecimiento del sector, el número de pobladores y su ocupación, las leyes ambientales y turísticas, proyectos en marcha, y demás situaciones relevantes para el proyecto.

3.1.6. Procesamiento de la Información

Para la realización del cuestionario se consideró en los objetivos planteados para la investigación. Las encuestas contenían preguntas de opción múltiple (Ver Anexo).

Una vez realizada la recolección de datos, se procedió a la cuantificación mediante la tabulación de los datos, grafica de los resultados.

3.1.7. Presentación de Resultados

El número de encuestas realizadas en esta investigación suman un total de 385, que fueron tomadas a los habitantes de Playas y el resto a turistas de diferentes partes del Ecuador y el mundo.

Los lugares estratégicos para la realización de las encuestas fueron: restaurantes, hoteles, playas como: Sector Data, Sector Carabelas de Colón, El Pelado, El Rosado, Puerto Engabao, Rompeolas Humboldt, Bellavista, El arenal.

Se escogieron estos lugares, ya que están destinados para consumidores de un segmento medio y alto del Cantón, teniendo en cuenta que gran parte de las personas encuestadas en Villamil Playas, como en los restaurantes, hoteles y playas, eran turistas de un estatus medio-alto, que son a quienes están dirigido el proyecto.

A continuación se detallan los resultados obtenidos de las encuestas realizadas:

1.- Sexo de los turistas encuestados

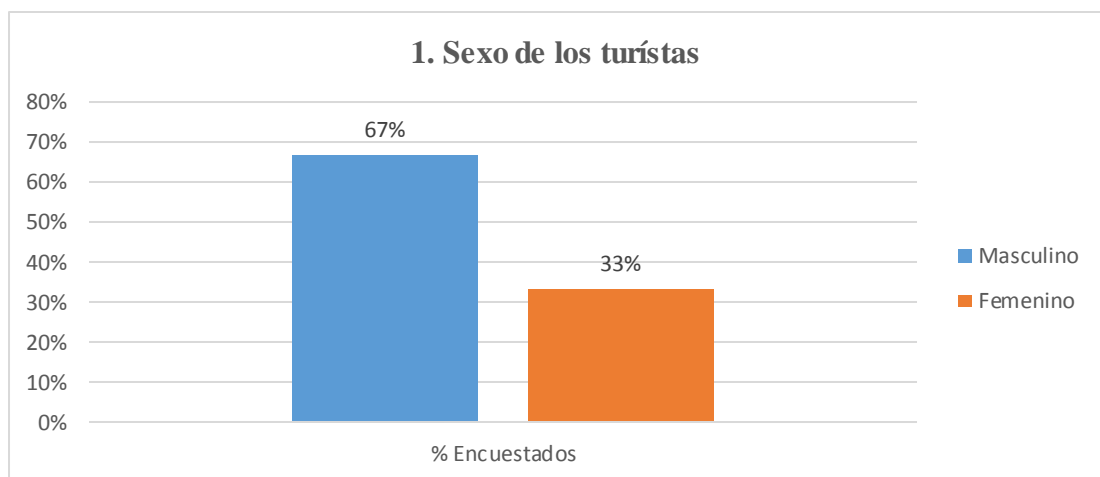
El proyecto de la escuela campamento de surf “las Valentinas” está dirigido a los turistas de distinto sexo. En esta gráfica se refleja que de los 385 turistas encuestados el 67% son masculinos y el 33% corresponden al sexo femenino que accedieron ser encuestados sin rechazo alguno.

Tabla 12 Sexo de los Turistas

Items	Sexo	Encuestados	% Encuestados
1	Masculino	257	67%
2	Femenino	128	33%
	Total	385	100%

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez
Fuente: Encuesta realizada 16 de febrero del 2014

Gráfico. 1 Sexo de los turistas



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

2.- Edades de los turistas encuestados

En el resultado de la encuesta se registró que el porcentaje más alto corresponde al rango de edades de 21-25 años con una representación del 25%, seguido del rango de 26-30 años, con un 22%, el de 15-20 años con el 19%, y el de 31-35 años con un 14%, si sumamos estos cuatro rangos juntos el total equivale aún 80% de la población objetivo el cual está dirigido el proyecto.

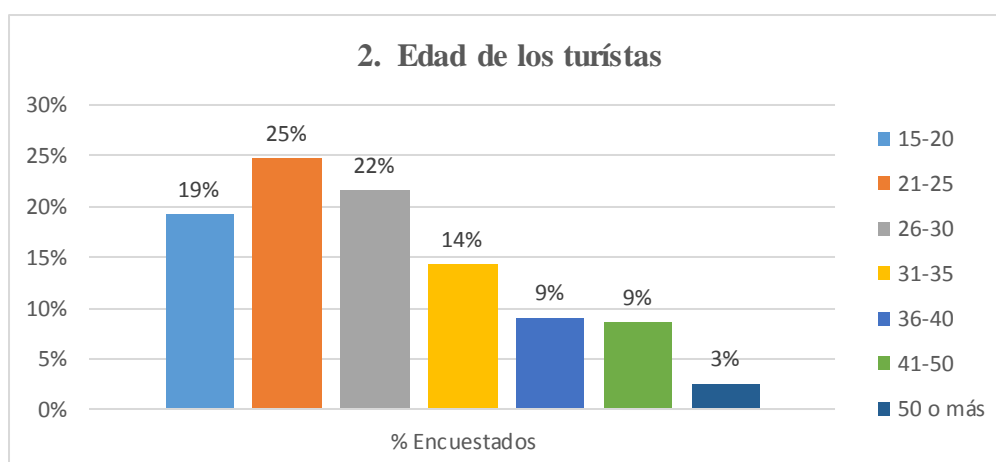
Tabla 13 Edad de los turistas encuestados

Ítems	Rango de Edades	Encuestados	% Encuestados
1	15-20	74	19%
2	21-25	95	25%
3	26-30	83	22%
4	31-35	55	14%
5	36-40	35	9%
6	41-50	33	9%
7	50 o más	10	3%
Total		385	100%

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

Fuente: Encuesta realizada 16 de febrero del 2014

Gráfico. 2 Edad de los turistas



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

3.- ¿De qué región del país proviene?

Esta pregunta permite conocer de qué regiones del país gustan del turismo del cantón Playas así como también quienes no residen en el país pero que optaron por visitar el cantón, obteniendo un resultado que el 39% corresponden a turista extranjeros de diferentes lugares del mundo, y que la suma potencial entre la región costa y sierra hacen un total del 50%, y la amazonia un 1%, mientras que el 10% corresponden a nativos del cantón Playas.

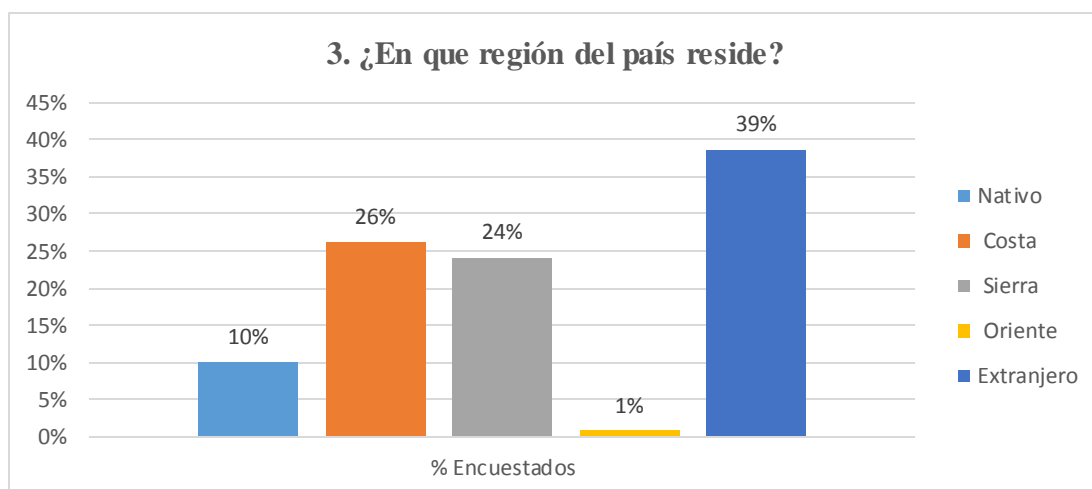
Tabla 14 ¿En qué región del país reside?

Items	Procedencia	Encuestados	% Encuestados
1	Nativo	39	10%
2	Costa	101	26%
3	Sierra	93	24%
4	Oriente	3	1%
5	Extranjero	149	39%
Total		385	100%

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

Fuente: Encuesta realizada 16 de febrero del 2014

Gráfico. 3 ¿En qué región del país reside?



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

4.- ¿Mediante qué medios se moviliza para visitar el cantón Villamil Playas?

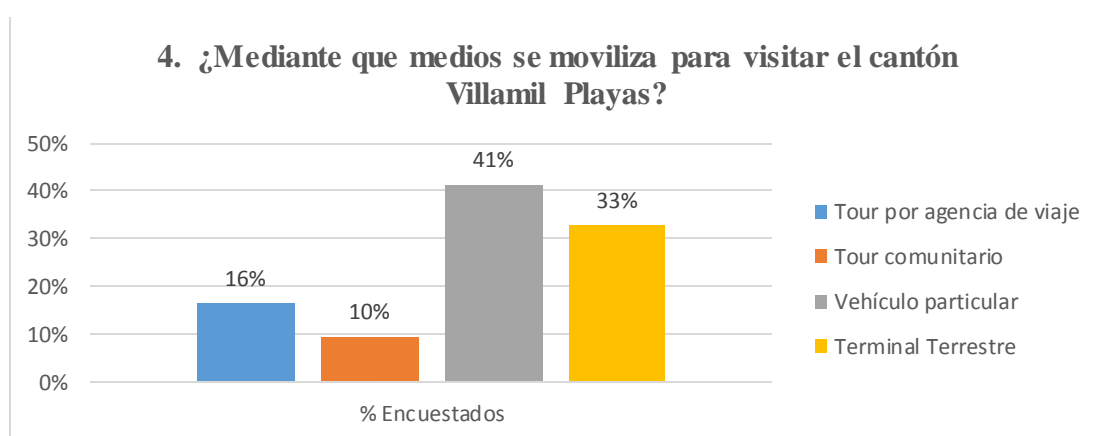
Aquí se refleja al turista según su estrato social, lo cual indica que el 41% se moviliza a través de vehículo particular, mientras que el 33% lo hacen mediante las cooperativas del terminal, pero esto significa que sea que no tienen vehículo sino que lo hacen por aventura, otros por comodidad, y otros porque es su medio de moverse. El 16% lo realizan a través de tour por agencias de viajes, este en su mayoría se aplica en los turistas de la región Sierra, mientras que el tour comunitario que está representado por el 10% si refleja que corresponden a turistas de bajo recursos económicos que sus ingresos les permite la visita al cantón Playas por horas.

Tabla 15 ¿Mediante qué medios se moviliza para visita el Cantón Playas?

Items	Movilizaciòn	Encuestados	% Encuestados
1	Tour por agencia de viaje	63	16%
2	Tour comunitario	37	10%
3	Vehículo particular	159	41%
4	Terminal Terrestre	126	33%
Total		385	100%

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez
Fuente: Encuesta realizada 16 de febrero del 2014

Gráfico. 4 ¿Mediante qué medios se moviliza para visita el cantón Playas?



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

5.- ¿Realiza actividades de surf?

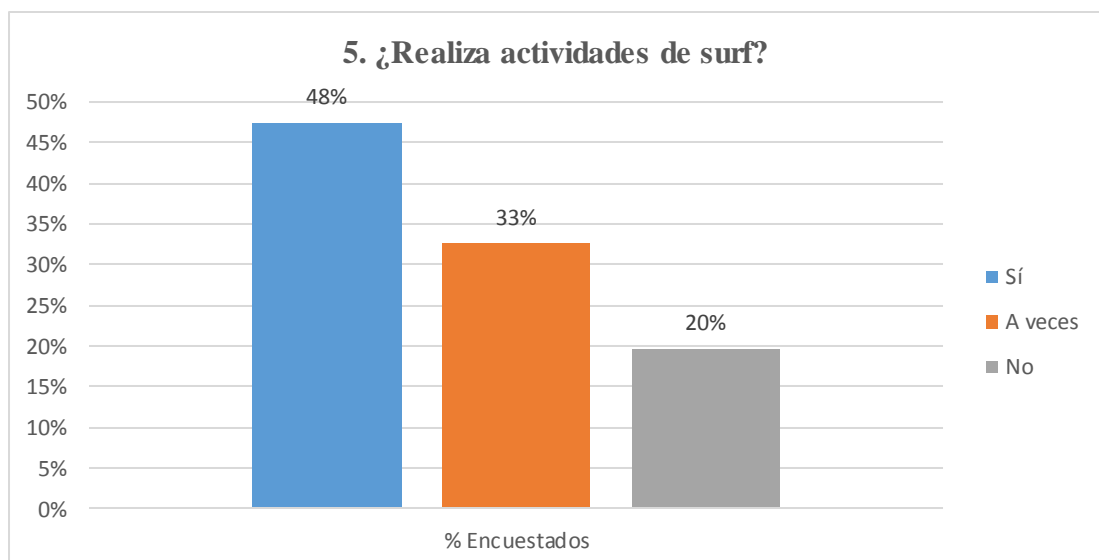
Esta pregunta es con la finalidad de conocer si dentro de esta muestra y por su condición económica son personas que gustan del surf, obteniendo como resultado que en la suma entre el sí y a veces los que practican el surf representa el 80%, ya que lo consideran como un deporte de adrenalina y el 20% no lo practican porque consideran al surf como un deporte de alto riesgo.

Tabla 16 ¿Realiza actividades de Surf?

Items	Alternativas	Encuestados	% Encuestados
1	Sí	183	47,5%
2	A veces	126	32,7%
3	No	76	19,7%
	Total	385	100%

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez
Fuente: Encuesta realizada 16 de febrero del 2014

Gráfico. 5 ¿Realiza actividades de surf?



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.- ¿Por qué motivos practica el surf?

A las personas que expresaron que si practican el surf, también respondieron que el 51% lo practican por hobbies, el 29% por deporte de competencias nacionales e internacionales del surf, y los que no practican no respondieron manteniéndose en el 20% sobre el total.

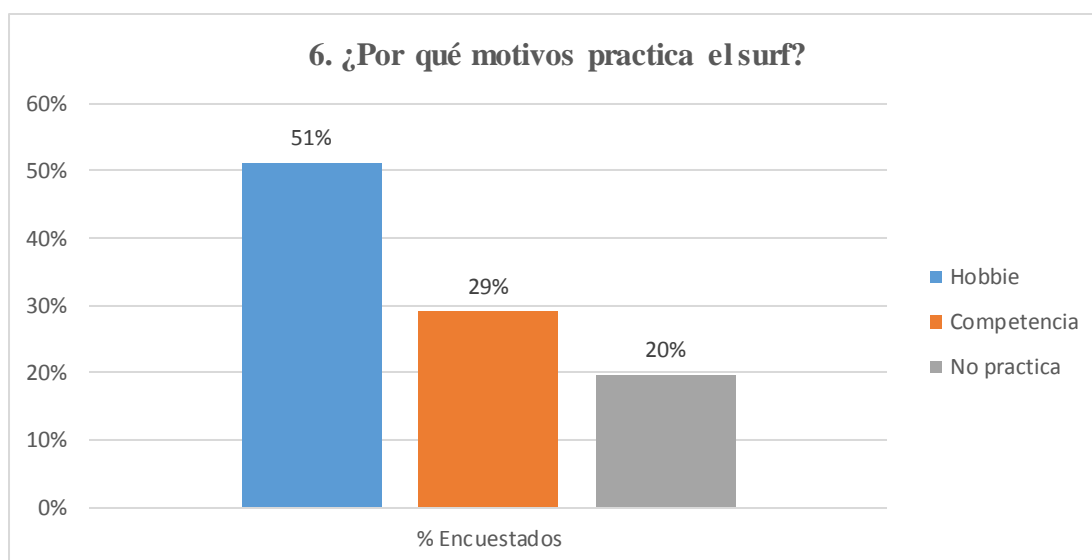
Tabla 17 ¿Por qué motivos practica el Surf?

Items	Gustos	Encuestados	% Encuestados
1	Hobbie	197	51%
2	Competencia	112	29%
3	No practica	76	20%
	Total	385	100%

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

Fuente: Encuesta realizada 16 de febrero del 2014

Gráfico. 6 ¿Por qué motivos practica el surf?



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

7.- ¿Cómo practican el surf?

Se hace esta pregunta para conocer las expectativas que tendría la creación de la escuela campamento de surf, el 17% lo realizan de manera libre sin instructores, sin conocimiento técnico tan solo por simple diversión, otros lo realizan con pago diario de 2 horas, a través de las escuelas de surf a fin de disfrutar de este deporte de forma segura y otras de la razones es porque su estadía no va más de un día y tratan de aprovechar al máximo su estadía en el balneario. El otro grupo que representa al 22% de los que pagan el curso de forma mensual son aquellos que lo hacen como un deporte oficial de competencias representando a la escuela.

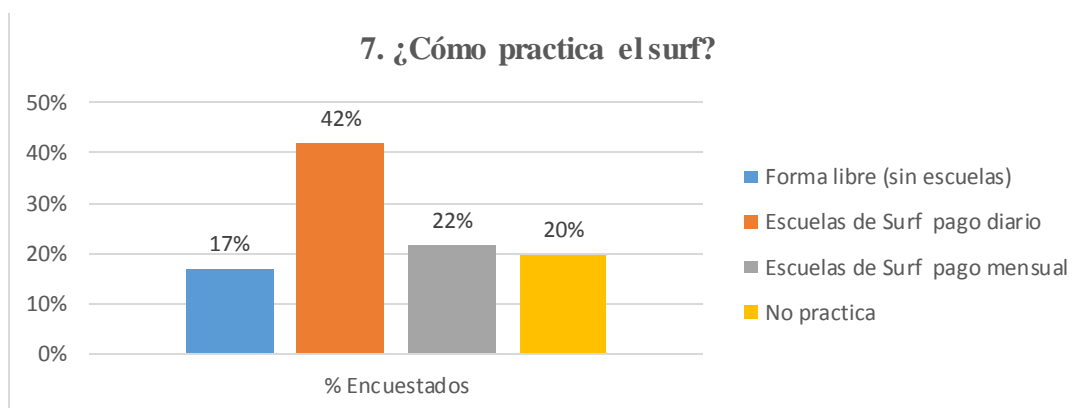
Tabla 18 ¿Cómo practica el Surf?

Items	Preferencias	Encuestados	% Encuestados
1	Forma libre (sin escuelas)	65	17%
2	Escuelas de Surf pago diario	161	42%
3	Escuelas de Surf pago mensual	83	22%
4	No practica	76	20%
Total		385	100%

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

Fuente: Encuesta realizada 16 de febrero del 2014

Gráfico. 7 ¿Cómo practica el surf?



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

8.- ¿Estaría de acuerdo que se cree una escuela campamento de surf?

Al momento de realizar esta pregunta se pudo observar que los turistas se sintieron animados en responder de forma favorable y gustosos de que exista una escuela campamento de surf, el 55% afirmaron que si estaban de acuerdo ya que muchas veces tienen que pagar hospedaje en los hoteles, hostales u hosterías, porque en las escuelas no cubren estadía, solo imparten las clases directamente en la playa. El 25% le era indiferente ya que practican el surf de forma libre y espontánea, y otros por el momento en el que se encuentran en el balneario.

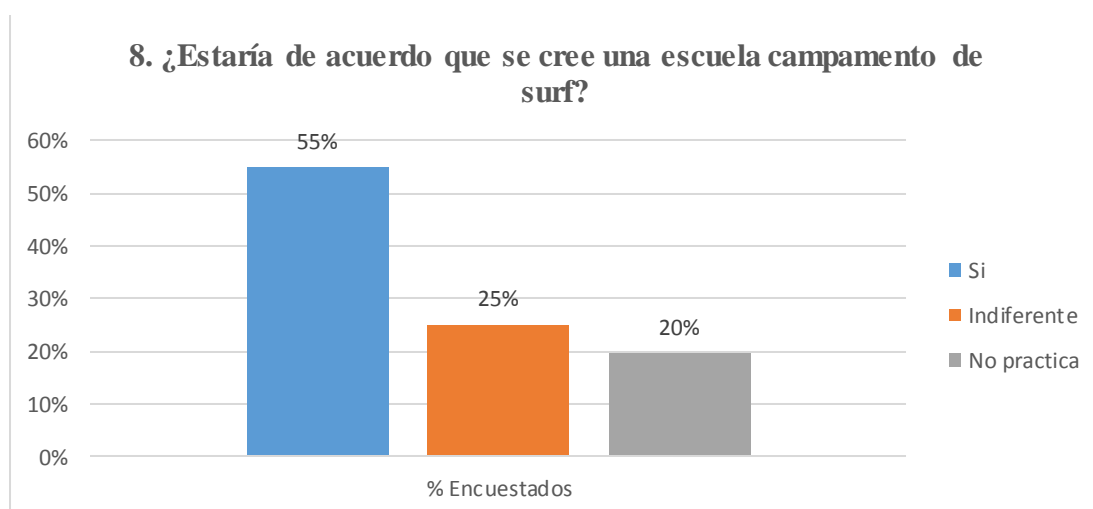
Tabla 19 ¿Estaría de acuerdo que se cree una escuela campamento de Surf?

Items	Alternativas	Encuestados	% Encuestados
1	Si	212	55%
2	Indiferente	97	25%
3	No practica	76	20%
Total		385	100%

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

Fuente: Encuesta realizada 16 de febrero del 2014

Gráfico. 8 ¿Estaría de acuerdo que se cree una escuela campamento de surf?



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

9.- Estaría dispuesto a tomar clases de surf en una escuela campamento con los servicios de alojamiento y servicio de transporte

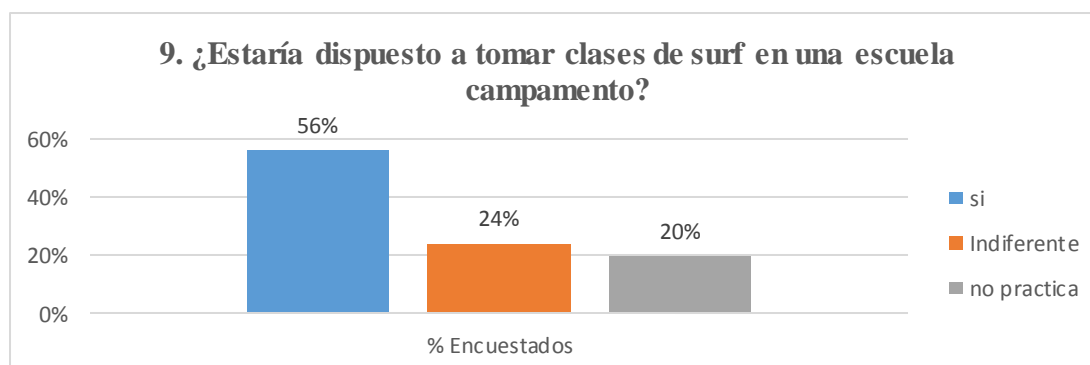
En los que aceptaron de forma afirmativa que si estarían dispuesto a tomar clases de surf en una escuela campamento fueron el 56% porque indicaban que de esta manera ya no tendrían la preocupación de que encontrarían hospedaje en las temporadas altas, sino que ya irían de forma segura y muchas si incluye una guía sobre las mejores olas y la movilización propia de la escuela para poder desplazarse hacia los balnearios para la práctica del surf, mientras que el 24% les era indiferente por las razones ya expuestas pero que no descartaban en algún momento el hacer uso de la escuela campamento.

Tabla 20 Estaría dispuesto a tomar clases de surf en una escuela campamento con los servicios de alojamiento y servicio de transporte

Items	Movilización	Encuestados	% Encuestados
1	Sí	216	56%
2	Indiferente	93	24%
3	No practica	76	20%
Total		385	100%

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez
 Fuente: Encuesta realizada 16 de febrero del 2014

Gráfico. 9 Estaría dispuesto a tomar clases de surf en una escuela campamento con los servicios de alojamiento y servicio de transporte



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

10.- ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los cursos en el campamento de surf?

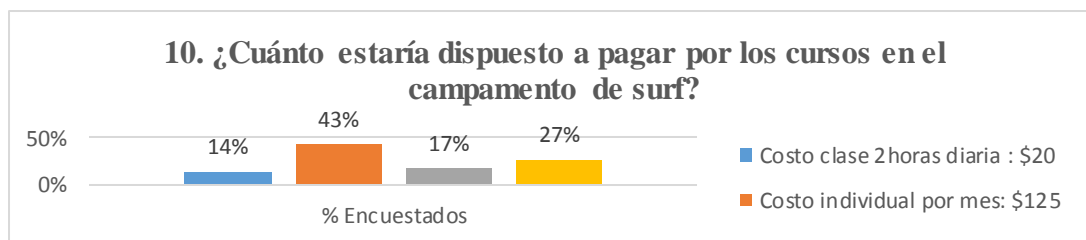
En el momento de establecer la última pregunta sobre los costos de la escuela campamento de surf, se entusiasmaron muchísimos, ya que el 43% optaban por el paquete mensual, indicando que cuando pagan hospedaje privado más las clases en las escuelas de surf, tenían desventajas en los gastos de hospedaje, pero si estos costo incluía instructores, hospedaje y movilización era una ganancia para ellos y más diversión de forma segura, Otros en un 14% preferían las clases diarias por hora porque practican el surf por hobbies y consideraban que lo importante es hacerlo con conocimiento técnico, y 17% preferían el paquete de 3 personas porque veían razonable el descuento. Mientras que el 27% respondían que no pagarían ya que en esta categoría está implícito los que no practican el surf, más un restante de los que practican el surf de forma libre y espontánea por ser nativos del balneario y creen conocer suficiente del mar, sin la necesidad de un instructor.

Tabla 21 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los cursos en el campamento de Surf?

Items	Paquetes	Encuestados	% Encuestados
1	Costo clase 2horas diaria : \$20	53	14%
2	Costo individual por mes: \$125	164	43%
3	Costo paquete 3 personas: \$330	65	17%
4	No pagaría	103	27%
Total		385	100%

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez
 Fuente: Encuesta realizada 16 de febrero del 2014

Gráfico. 10 ¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por el curso en el campamento de surf?



Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

3.1.8. Interpretación de Resultados

Los datos más relevantes obtenidos de la investigación de mercado realizada fueron los siguientes:

El mercado objetivo del Campamento Surf Las Valentinas se encuentra ubicado entre personas de 15-50 años, que son los que les gustan disfrutar de la naturaleza de amigos hacer nuevos amigos, divertirse y están dispuestos hacer uso de los servicios ofrecidos.

Las temporadas en que el cantón Villamil Playas tiene mayor afluencia turística, es entre diciembre y abril la para la región Costa, y para la región Sierra es de Julio a Septiembre. En el tiempo que se realizó las encuestas, fue en la temporada de mayor afluencia de turistas en la costa ecuatoriana, confirmando que es la temporada más demandada.

En relación a la competencia en Villamil Playas confirmamos que no existe competencia directa, pero si en otras partes del Ecuador, que tienen casa campamentos surf siendo estos referidos por los entrevistados.

Evaluando los resultados obtenidos en la encuesta, los turistas nacionales y extranjeros están de acuerdo en la creación de la escuela campamento de surf “Las Valentinas”, por consiguiente al obtener resultados favorables se puede decir que el primer planteamiento del problema si se cumple, esto es que el proyecto es factible por su ubicación en el Cantón Villamil Playas, por lo que es un balneario en desarrollo y con gran afluencia de visitantes, la competencia no cubre a todos los consumidores y por los servicios alternativos que se ofrece la escuela campamento de surf, tales como: hospedaje acogedor, movilización, e instructores.

3.2. Plan Marketing

3.2.1. Análisis FODA

3.2.1.1. Fortalezas

- Clases personalizadas con un máximo de 2 estudiantes por cada instructor, la Escuela Campamento de Surf “Las Valentinas” cuenta con instructores de una larga trayectoria en el surf Ecuatoriano con respecto a la competencia, en la escuela habrá todo de tal manera que no es necesario que los estudiantes vayan a más de un lugar como cooperativas de transporte o alquiler de vehículos para poder movilizarse hasta el sitio donde se impartirán las clases, el expreso de puerta a puerta y las clases personalizadas son la mayor fortaleza.
- Se cuenta con el espacio físico, necesario para el desarrollo del negocio, está ubicada la casa de playa y un taller de reparación de tablas donde damos el mantenimiento a las herramientas de trabajo, contamos con un comedor amplio adecuado en su totalidad para que los estudiantes después de cada clase impartida se dirijan a comer, además cuenta la presencia de parqueos para los padres o alumnos que se dirijan en sus propios vehículos.
- Movilización puerta a puerta es un servicio que se puede mantener por encima de la competencia ya que a modo de expreso se recoge y regresa a los estudiante una vez terminada las clases de esta forma se brinda comodidad a los alumnos y a su vez ganando poder en el mercado gracias al buen servicio.

3.2.1.2. Debilidades

- Existen surfistas locales informales que imparten clases por menor costo.
- Al inicio de todo proyecto requiere de una fuerte publicidad, para darse a conocer en todo el balneario.

- Requiere una fuerte inversión, debido a que somos los primeros en contar con servicios diferentes (hospedaje, comedor, servicio puerta a puerta) para lograr un buen posicionamiento en el mercado y esto nos perjudicara en obtener los primeros años grandes utilidades que esperamos.

3.2.1.3. Amenazas

- Los competidores indirectos informales por su bajo costo cuentan con su posicionamiento en el mercado.
- Cambio de preferencias de los consumidores potenciales en el largo plazo por lo que se debe optar por formar a los estudiantes en clientes leales a la escuela brindándoles el mejor servicio posible.

3.2.1.4. Oportunidades

- El cantón Villamil Playas es un mercado en desarrollo económico y la escuela de alguna forma podría ser considerada innovadora debido a los servicios que prestamos y nadie se ha preocupado de satisfacerlo.
- Sólo existen tres competidores directos legalmente establecidos en el área, pero que no brindan los otros servicios complementarios como hospedaje, desayuno y transporte y sobre todo no brindan seguridad al cliente.
- La cercanía del lugar, es excelente oportunidad ya que está a solo 45 minutos Guayaquil – Playas para los estudiantes de la ciudad, es un viaje corto para poder practicar tranquilamente sin preocupación de tiempo.
- La credibilidad debido a los proveedores, es una buena oportunidad ya que al tener como alianza a uno de los mejores proveedores como los es SUMBAWA SURF SHOP demuestra que la escuela es de mucho prestigio y reconocimiento a nivel local

3.3. Segmentación del Mercado

Hay dos niveles de segmentación de mercado:

- Macro-segmentación: diferencia los productos-mercados
- Micro-segmentación: identifica segmento de consumidores dentro de los productos-mercados.

3.3.1. Macro-Segmentación

La macro-segmentación permite observar el mercado turístico en toda su extensión con todas sus características y de forma objetiva ir simplificando de acuerdo a las características del consumidor y llegar al mercado objetivo.

Especificaciones del Macro segmento de mercado del sector turístico de Playas es:

Geográfica:	País: Indistinto Región: Indistinto Clima: Cálido, tropical y frío. Zona Urbana y Rural
Demográfica:	Edad: 3 a 90 años Sexo: Hombres y Mujeres
Población:	Densidad Poblacional: Un aproximado de 113.98 hab/km ² Raza: Mestiza
Ciclo de Vida Familiar:	Solteros, Casados, Unión Libre
Educación:	Primaria, Secundaria o Superior
Profesión:	Indistinta
Ocupación:	Amas de Casa, Empleados, Profesionales, Estudiantes,
Ingreso:	De \$265 en adelante
Religión:	Indistinta

Psicográfica:	Clases Social: Media y Media Alta
Estilo de Vida:	Vida activa
Aficiones:	Gustan de la playa
	Sana diversión
	Comida variada
	Gusto por deportes

Para poder conceptuar el mercado de referencia en macrosegmentos, intervienen tres dimensiones en esta división, las cuales son:

Funciones o necesidades: ¿Que necesidades satisfacer?

Ser un campamento Surf que ofrezca un servicio de la práctica del Surf de forma acogedora para los turistas y practicantes del deporte acuático, brindando un excelente servicio que genere gran satisfacción en el consumidor, logrando así que los clientes consideren este campamento como un lugar confortable donde puedan pasar con su familia, amigos y realizar deporte sano.

Realizar actividades variadas diurnas como: visita a Playas, visita al Santuario de la Virgen de la Roca, observación de la fauna, caminatas y campamentos cabalgata a caballo por sus playas; y actividades nocturnas como: parrilladas de mariscos, carnes variadas, reuniones con amigos, fiestas, discotecas. Entre otras.

Grupo de compradores: ¿A quién satisfacer?

Este grupo está conformado por los habitantes del Cantón Villamil Playas además de los turistas ya sean nacionales o extranjeros, que posean un nivel socio-económico medio, medio-alto y alto, que busquen un lugar de integración y de preparación para competencias del Surf.

Tecnología: ¿Cómo satisfacer estas necesidades?

La empresa obtendrá la satisfacción de los clientes mediante la prestación de servicios de alta calidad y seguridad, es decir, instalaciones e infraestructura

adecuada con alta tecnología para el desarrollo de las diversas actividades de recreación, además utilización de materiales de alta calidad.

3.3.2. Micro-Segmentación

El objetivo del micro-segmentación consiste en analizar la diversidad de características que tiene la macro-segmentación del cantón Playas, a través de una selección de cierta cantidad de variables, para formar el mercado objetivo que se quiere dirigir.

Las variables que se consideró en la segmentación de mercado fueron:

- Nivel socio económico
- Sexo
- Edad
- Población
- Target

3.3.3. Mercado objetivo

Tabla 22 Microsegmentación

Características	Nacionales	Extranjeros
Demográficas		
Edad Promedio:	15 años a 50 años	15 años a 65 años
Ciclo de Vida Familiar	Mujeres y hombres solteros o casados	Mujeres y hombres solteros o casados.
Clase Social	Medio-alto y alto	Medio, medio-alto y alto
Ubicación Geográfica de origen	Turistas provenientes de todo el país	Resto del mundo
Nivel de Ocupación	Todo nivel	Todo nivel
Nivel de Ingresos	Nivel Medio (500-700min)	Nivel Medio (500-700min)
Preferencias	Le guste el contacto con los sitios naturales, al aire libre, la aventura, el deporte extremo.	Experiencias con el aire libre. Naturaleza, aventura y deporte extremo.
Personalidad	Personas que les atrae los entornos naturales y aventura	Viajeros en búsqueda de entornos naturales con el mar, y el deporte extremo
Beneficios que adquiere el cliente	Diversión, Conocimiento, Relax, Alojamiento, Excursión.	Diversión, Conocimiento, Relax, Alojamiento, Excursión.

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

3.3.4. Posicionamiento en el Mercado

Una vez determinado el segmento de mercado en el que se desea ingresar, la compañía debe elegir que posiciones desea ocupar en ellos.

El posicionamiento es la forma de cómo la marca o la empresa desea ser conocida ante los consumidores objetivos, es decir el nivel o la categoría en que el cliente ubicará el producto en su mente en relación a los posibles competidores.

El mayor desafío para el campamento surf “Las Valentinas”, es obtener la mayor aceptación de los turistas consumidores durante el primer año y que los usuarios nos identifiquen como “Surfistas de primer nivel”.

3.3.5. Estrategia de Posicionamiento

Una de las principales estrategias a utilizar es difundir las diferentes categorías de competencias de la empresa a través de clases personalizadas instructor-alumno y un valor agregado que será el lugar en donde se desarrollarán las clases, un ambiente divertido y confortante.

Principiantes: Darle seguridad dentro y fuera del agua, remar y coger tus primeras olas practicándolas las paradas, quiebres y conocimientos básicos.

Intermedios: Adquirir nuevas técnicas, reducir el tamaño de la tabla, prepararlo físicamente, evaluarlo con reportes para ayudar al tablista en las áreas que necesitan mayor atención.

Avanzados: Desarrollar al máximo las potencialidades físicas y técnicas a través de un adecuado entrenamiento, combinando el balance, el equilibrio, la fuerza, la flexibilidad y resistencia. Buscando mejorar su alimentación y nutrición llevándolo a la búsqueda de sus logros y objetivo de un tablista.

3.4. Estrategias de Marketing.

El marketing es el pilar fundamental y comercial de todo proyecto de inversión. Por el cual es prioritario la planificación e implementación de un plan de marketing que permita generar promociones y venta del producto de forma eficiente.

Marketing Directo: Esto es enviar publicidad por medio de volantes y por correo electrónico, también hacernos conocer por medio de redes sociales tales como Facebook, twitter y otras más para llegar directamente a los posibles y nuevos clientes.

Publicidad: Se difundirán los otros servicios de transporte y cursos más avanzados por medio de vallas publicitarias, revistas y diarios a nivel local y provincial.

Marketing Personal: Mediante el plan Cartera de Clientes, con la creación de esta cartera se buscara fidelizar clientes mediante la propuesta de estar pendiente de ellos. En la base de datos se guardaran datos como la fecha del cumpleaños, día en que se lo llamara a felicitarlo y decirle que tiene opción a una clase gratuita si su cumpleaños cae en un día de clases tener el local un ambiente listo para festejar después de clases con los compañeros de tabla.

Estrategias de personas: Con la finalidad de que la escuela campamento tenga una imagen de distinción en el surf, se ha tomado como estrategia que para los fines de semanas y feriados se contratarán surfistas profesionales de reconocimiento que frecuentan la playa donde la escuela imparten las clases. De esta forma consolidar el nombre y la imagen publicitaria de la escuela campamento, y generar motivación a los nuevos alumnos que ingresa.

Alianzas comerciales : Crear alianzas estratégicas comerciales y turísticas, con agencias de viajes, hoteles, operadores turísticos, almacenes de ropa deportiva, que permita constituirse dentro la alianza como un producto complementario, y además ser parte del circuito turístico, e impulsores del deporte acuático como lo es el surf.

3.5. Marketing Mix

Las “4 P” del marketing se fundamenta en: crear un producto o servicio a un grupo determinado de personas que lo acepten y lo deseen, colocarlo a la venta en una plaza o lugar que esas mismas personas visitan de forma continua, el precio a un nivel asequible al producto o servicio ya que el cliente es muy sensible al precio y aplicar promociones en los tiempos en que los clientes deseen comprarlo.

Estas variables serán combinadas para lograr un determinado resultado en el mercado objetivo, en como influir positivamente en la demanda, generar ventas, entre otros.



Ilustración 7 Marketing Mix

Fuente: <http://ingresopasivo inteligente.com/las-4-p-del-marketing/>

3.5.1. Producto

Para los encuestados el producto a ofrecer es atractivo, lo que se refleja en la encuesta de la pregunta No.8, cuadro No. 19, con un 55% de aceptación

Curso de surf de diferentes niveles con hospedaje:

- Clases para principiantes, intermedios y avanzados.
- Tiempo de duración: Semanal de Jueves a domingo (2horas diarias)
- Alquiler y mantenimiento de tablas.
- Accesorios de surf
- Snacks

Contenido de los cursos:

Los cursos de principiantes contienen toda la práctica y la teoría que se necesite para practicar con técnica, seguridad y control, como también conocimientos sobre maniobras fuera del agua.

La teoría además contiene información sobre normas generales, de seguridad, tratamiento del equipo en la tierra y en el agua y cuidado de la tabla.

Días de clases:

Intensivos: Lunes a Jueves - Jueves a Domingo

Regulares: Diario

Horas:

8:00 a 11:00 - 15:00 18:00

3.5.2. Precio

El precio representa la única variable de la mezcla de mercadotecnia que genera ingresos para la empresa, además es uno de los factores claves para la venta de un producto, sin embargo no es el único y no es el determinante en la mayoría de los casos.

El precio del producto se determinó en función de:

- Los precios de la competencia indirecta.
- Los precios establecidos en las encuestas del estudio de mercado.
- Los costos en equipos e instrumentos para el aprendizaje.
- Precio de los curso según la temporada:

Se puede observar en la pregunta No. 10, cuadro No. 21, el 60% de las personas encuestadas afirmaron que si están dispuestas a pagar por el producto y servicio de la tarifa propuesta.

Tabla 23 Tarifas de los Cursos de la Escuela Campamento Surf en Temporada Alta y Baja

Tarifa Temporada Alta						
No.	Tipo	Cantidad	Costo	Descuento	Total	
Nivel Principiantes						
1	Individual mensual	1	125	0%	125	
2	Grupo de 3 personas	3	375	12%	330	El grupo
3	Particular x horas	2	20	0%	20	
4	Alquiler de tabla (diario)	1	20	0%	20	
Nivel Intermedios y Avanzados						
1	Individual mensual	1	150	0%	150	
2	Grupo de 3 personas	3	450	12%	396	El grupo
3	Particular x horas	2	20	0%	20	
4	Alquiler de tabla (diario)	1	20	0%	20	
Tarifa Temporada Baja						
No.	Tipo	Cantidad	Costo	Descuento	Total	
Nivel Principiantes						
1	Individual mensual	1	110	0%	110	
2	Grupo de 3 personas	3	330	15%	281	El grupo
3	Particular x horas	2	20	0%	20	
4	Alquiler de tabla (diario)	1	20	0%	20	
Nivel Intermedios y Avanzados						
1	Individual mensual	1	135	0%	135	
2	Grupo de 3 personas	3	405	15%	344	El grupo
3	Particular x horas	2	20	0%	20	
4	Alquiler de tabla (diario)	1	20	0%	20	

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

3.5.3. Plazas

Es el lugar en el cual se va a ofrecer el servicio, para que éste a la disponibilidad del consumidor.

“Campamento Surf Las Valentinas” estará ubicada en el cantón General Villamil Playas, Barrio Sta. Isabel Av. Z. Macías y V. Orrala, pasando el restaurante de Juan Ostra.

Un lugar perfecto que incluye los servicios básicos, y que además brinda una alternativa diferente a los turistas a 5 minutos del centro de playas, con todos los accesos comerciales, bancarios, y de distracción para el turista.

Es un lugar cubierto con material rústico: caña guadua, madera, hojas de cada, palmera o paja toquilla, sogas, entre otros.

Como resultado general se obtuvo que las personas están de acuerdo en que la escuela campamento de surf esté ubicada en el cantón General Villamil Playas, puesto que les facilita desplazarse a distintos lugares turísticos y realizar otras actividades.

3.5.4. Promoción

En la etapa de lanzamiento, a fin de dar a conocer al público el campamento surf, se realizarán diferentes actividades de ofertas por aperturas, se entregarán hojas volantes que proporcionen información específica del servicio.

Ofertas por aperturas:

- Descuentos grupales

	Nivel Principiante	Nivel Avanzado
Grupo de 3 personas	12%	13%

- Entrega de camisetas, gorras con el logo de la escuela campamento.

Publicitarias:

- Se desarrollará una página web con toda la información de la escuela campamento, con imágenes, servicios y promociones y será distribuida a través de las redes sociales.
- Se entregarán trípticos informativos y volantes publicitarios, con toda la información turística del cantón Playas, en los terminales, peajes de la vía a la costa.
- Uno de los principales medios de comunicación que se utilizará para promocionar los servicios, será la televisión, debido a que este medio es el más accesible para las personas, también se utilizarán Vallas publicitarias ubicadas en la vía a Playas y la ruta del Sol.

CAPITULO 4

4.1. Estudio Organizacional del Proyecto

El proyecto busca ampliar el mercado, diversificar sus actividades turísticas, difundir calidad del medio ambiente y fomentar el deporte y hacerlo parte de la rutina diaria de las personas. Los turistas a la hora de elegir un destino, buscan un lugar confortable, libre de contaminación, en el cual puedan disfrutar estando en contacto con la naturaleza sin afectar el medio al que visitan. Por lo que el proyecto se ubica en un lugar ideal para la práctica del surf y se puede certificar que tendrá un alto grado de aceptación, además de estar localizado estratégico busca promover la diversión sana y el disfrute con la naturaleza y su cultura. Así generar fuentes de trabajo de forma positiva a la comunidad.

En este estudio se describe su localización, misión, visión, jerarquía, organigramas, funciones y actividades de proyecto, y la interrelación de los recursos humanos y las técnicas organizacionales.

4.2. Descripción de la empresa

El campamento escuela “Las Valentinas” propone de una manera divertida el aprendizaje de un deporte extremo con todas las precauciones del caso haciéndolo fácil y divertido con instrucción personalizada, proporcionarles técnicas y trucos tanto fuera como dentro del agua para mejorar su nivel de aprendizaje.

4.3. Descripción del producto y/o servicio

La creación de una escuela campamento de Surfing privada (de administración independiente) avalizada por el club y la Federación Ecuatoriana de Surf, con la finalidad de incentivar y formar nuevos elementos (hombres y damas) e incorporarlos a esta actividad, ya sea habitantes nativos, turistas nacionales o extranjeros de edades comprendidas entre 15 años en adelante que les guste el mar y el deporte extremo, con clases personalizadas y proyección de videos.

4.4. Misión

“La Escuela Campamento de Surf Las Valentinas” es una escuela que se dedicará ofrecer el aprendizaje de este deporte, buscando la satisfacción de los estudiantes, fomentando, promoviendo e impulsando la actividad del surfing en el cantón Playas como un deporte divertido, organizado, con el cumplimiento de sus normas y reglamentos, para hacer de éste, una cultura deportiva con alta conciencia de protección al medio ambiente.

4.5. Visión

- Que la escuela campamento de surf “Las Valentinas” se convierta a largo plazo en la mejor escuela de surf del cantón Playas y sea reconocido a nivel local y nacional.
- Ser un referente, para que cada surfista, que encuentren un lugar propicio para expresarse y compartir su pasión por este deporte.
- Obtener campeonatos mundiales, panamericanos, etc., en cualquier categoría del surfBoard.

4.6. Objetivos de la empresa.

- Mantener liderazgo en el surfing, para la participación en campeonatos nacionales Open y Junior de Bodyboard.
- Participación de los equipo de Surfing de la escuela campamento en campeonatos de Surfboard, Bodyboard, Longboard, en todas las fechas del circuito nacional y en el mayor número de fechas abiertas.
- Capacitación permanente acerca de los reglamentos del Surfing con las instituciones locales y nacionales (FES, Asociación de Jueces, etc.), con la finalidad de que los competidores de la escuela campamento tengan conocimiento bajo qué condiciones compiten (reglamento ISA).

- Incursionar en colegios y aliarlos en la búsqueda de nuevos talentos, hombres y mujeres.

4.7. Políticas

- Recibir a los clientes con gesto agradable y cortés, ser competentes y eficientes ante sus inquietudes y necesidades con el fin de que el cliente se sienta a gusto.
- Estar capacitados para la solución de problemas que presente el huésped con la mejor experiencia y postura conservando la buena relación con el cliente a fin de evitar que la imagen de la empresa se vea afectada ya que su objetivo principal es el servicio.
- Capacitar al personal para el desarrollo y cuidado de la imagen de la empresa.
- Cuidar el entorno laboral con responsabilidad y respeto.

4.8. El logo

El logo de la escuela está basado en la herramienta principal que es una tabla y el mar. El nombre identifica el lugar donde el campamento realizará las prácticas de surf que será el punto de encuentro semana a semana.



Ilustración 8 Logotipo de la Escuela Campamento

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

4.9. Constitución de la compañía

La escuela campamento “Las Valentinas”, se constituirá como una sociedad anónima (S.A.) conformada por dos accionistas, que son dos inversionistas únicos del proyecto.

La inversión estará determinada con la aportación un capital propio. Al término del año económico se hará referencia para la repartición de utilidades.

4.9.1. Documentos para la constitución de la compañía

Para constituir una sociedad anónima, se requiere efectuar una serie de requerimientos implantados por el ordenamiento jurídico respectivo. Entre los cuales se encuentran:

- Un mínimo de socios accionarios, y que cada uno de ellos suscriba una acción por lo menos.
- Un mínimo de capital social o suscripción de las acciones emitidas.
- La escritura constitutiva de la sociedad con ciertas menciones mínimas.

El plazo de duración de la compañía es de cincuenta años, contados a partir de la inscripción de la compañía en el registro mercantil. Este plazo puede ampliarse o reducirse de acuerdo a la Junta Directiva de la empresa.

4.9.2. Razón Social

La razón social de la escuela campamento será: “Escuela Campamento Surf Las Valentinas S.A.”

4.9.3. Nombre Comercial

El nombre comercial de la empresa será: “Valentinas Surfing School”.

4.9.4. Formas de contratación.

La contratación laboral se dará entre empleador y trabajador, mediante un contrato escrito en el que se establecerá los derechos, obligaciones y prohibiciones, tanto del empleador como del trabajador, en el que se comprometen a dar fiel cumplimiento de las cláusulas, responsabilidades y funciones.

4.9.5. Tipo de contrato.

El Código de Trabajo en el Título I: del contrato individual de trabajo y Capítulo I: de su naturaleza y especies; el tipo de contrato a considerarse será expreso o tácito.

En el Artículo 13.- Formas de remuneración se tomara como base que la jornada laboral será de 8 horas diarias 5 días a la semana, con un sueldo básico de \$400.

Tabla 24 Nómina de Personal

Cargos	Cantidad
Administrador	1
Recepcionista	1
Asistente Administrativo	1
Personal de limpieza	1
Chef	1
Asistente de Cocina	1
Instructores	3
Guardia	1
Total Empleados	11

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

4.9.6. Perfiles de Empleados.

El empleado de la Escuela Campamento Las Valentinas contará con los siguientes valores:

Honestidad: será siempre transparente con el cliente y la empresa, y lograr una relación con los clientes generando confianza en el trato.

Responsabilidad: cumplir con las tareas y funciones a tiempo de forma puntual, y velar por la buena atención de los huéspedes del campamento.

Pulcritud: deberá andar limpio, bien arreglado con buena actitud y expresión corporal, ya que es la imagen de la escuela campamento a quién representa.

Comunicación: tener una comunicación clara con buena vocalización con el personal interno y externo.

Servicio: dispuesto a servir de forma amable generando un buen ambiente de trabajo

Lealtad: ser agradecido con la empresa, el personal interno, externo, no generando comentarios ocultos.

Optimismo: mantener una actitud proactiva y positiva ante el cambio.

Respeto: guardar respeto hacia las demás personas y el medio ambiente.

4.9.7. Cargos y Funciones

Administrador: Encargado de tomar decisiones para la planificación, coordinación, organización de programas, procesos, contratación y de la administración financiera, para el buen funcionamiento de la escuela campamento.

Asistente Administrativa/Contable.- la encargada supervisar, controlar las actividades financieras de la escuela campamento. Encargarse del pago de las facturas pendiente, las cobranzas de cuentas corrientes, generar reportes financieros. Responsable de realizar depósitos bancarios, controlar el dinero en efectivo y en coordinación con el administrador establecer presupuestos de ventas.

Recepcionista: Atenderá a los clientes, brindándoles información, atendiendo las cuentas de los matriculados y llevar el control de caja. Es la encargada de realizar las matriculaciones, asimismo como contestar las llamadas. También supervisará el buen mantenimiento de las habitaciones, y el buen manejo de los materiales de oficina y de las habitaciones

Personal de limpieza: se encargará de la limpieza de las habitaciones, áreas comunes, áreas verdes, encargado de la correcta imagen de higiene de la escuela campamento.

Instructores: Su responsabilidad se centra en vender y promocionar los productos del hotel. Su objetivo es atraer clientes, analizar la demanda y necesidades de los consumidores y además permanecer atento a lo que realiza la competencia.

Seguridad: encargado custodiar los movimiento de la escuela campamento, tendrá la responsabilidad controlar el ingreso y salida de las personas llevando un registro diario del tránsito de las personas en la escuela campamento.

Chef: elaborar el menú del restaurante y sus planes alimenticios, supervisar de los asistentes de cocina.

Asistente de Cocina: elaborar la lista de mercado, mantener limpia el área de trabajo y elaborar el menú establecido por el chef.

Instructores: encargados de ejecutar los cursos de surf de acuerdo a los horarios establecidos, encargados de coordinar, gestionar todo evento de competencias en relación al surf.

Chofer: será el encargado movilizar a los estudiantes a los distintos balnearios donde se practica el surfing.

CAPITULO 5

5.1. Estudio de Viabilidad Técnica

En este estudio se describirá las instalaciones, infraestructura, capacidad operativa para el respectivo funcionamiento, y con base fundamental obtener parámetros que permitan la cuantificación de los costos que éstos representarán al proyecto. 5.1. Plan Operativo

5.2. Localización del Proyecto

La escuela campamento de surf Las Valentinas, estará ubicada en el cantón General Villamil Playas, Barrio Sta. Isabel Av. Z. Macías y V. Orrala, entrando a playas pasando el restaurante de Juan Ostra, teniendo acceso a las diferentes alternativas de distracción del cantón, a 5 minutos del malecón, al paseo shopping y a entidades de servicios bancarios.

5.3. Estructura Física

Área de terreno: 5000m²

Área de construcción de: 400m²

Material Rústico: Caña guadúa, madera, hojas de cade, palmera o paja toquilla, sogas, entre otros.

5.4. Infraestructura

La construcción del campamento Surf “Las Valentinas” mantiene el renglón de los valores arquitectónicos y de tradición popular de la zona, establecido frente a la costa a solo metros de la playa, una construcción rústica de 2 plantas con 7 habitaciones, cocina, comedor, baño, sala billar, salón de entretenimiento, cuenta con espacio de estacionamiento para los huéspedes.

5.5. Distribución Física del Espacio

Habitaciones: El campamento surf cuenta con 7 habitaciones con baño incluido.

- Capacidad por habitación: (6) huéspedes
- Capacidad total del alojamiento: 42 huéspedes al mes.

Áreas exteriores: Conformada por bar, sala comedor, sala billar, salón de entretenimiento, y estacionamiento.

Alojamiento: 3 literas por habitación cómodas y compartidas, cuenta con todas las facilidades y servicios del hospedaje, incluye desayuno.

Servicio de lockers: Los huéspedes cuentan con este servicio, para asegurar sus pertenencias.

Servicio de limpieza en las habitaciones: Las habitaciones cuentan con servicio de limpieza diario, de esta manera se mantiene el orden e higiene del establecimiento.

Sala de entretenimiento: Es una sala de uso común que cuenta con 2 computadores con wi-fi para uso público para los huéspedes, incluye TV.

Sala billar: Salón de juego de billar destinado a la interacción.

Servicio de desayuno: Los huéspedes tienen el servicio incluido en la tarifa que comprende desayuno tipo americano sencillo.

Bar: Servicio abierto a los huéspedes y todo público, cuenta con servicio de almuerzo, cena y snacks.

Acceso a la cocina pública: El hospedaje cuenta con una cómoda equipada destinada al uso de los huéspedes.

Clases particulares y grupales de surf: Lecciones orientadas a quienes quieren iniciar en este deporte. Incluye instructores calificados y todo el equipamiento necesario.

Servicio de transporte: Para las personas que accedan a las clases de forma particular o grupal, incluye dentro de la tarifa del curso el servicio de expreso de Guayaquil-Playas-Guayaquil; y para el traslado a las diferentes playas para la práctica del surf.

5.6. Requisitos y documentación legal para el funcionamiento

Es indispensable cumplir con todos los permisos y documentación legal para la ejecución y funcionamiento del proyecto.

- Constitución de la empresa en la Superintendencia de Compañías.
- Obtención del RUC, asignado por el SRI
- Licencia de funcionamiento Anual otorgado por el Municipio de Villamil Playas.
- Registro de actividad turística en el ministerio de turismo de acuerdo a su reglamento.
- Patente Municipal
- Afiliación a la Cámara de Turismo
- Permiso de funcionamiento del Ministerio de Salud
- Permiso del Cuerpo de los Bomberos
- Pago del Impuesto Predial
- Permiso de Uso del Suelo
- Permiso de tratamiento de aguas residuales e impacto ambiental.
- Reporte de Ocupación diaria
- Licencia Ambiental

5.7. Funciones Operativas

- A la llegada de los estudiantes, se les proporciona la debida información del campamento, sus normas de seguridad y se los lleva a conocer las instalaciones.
- Se los registra en un sistema de check-in, en el que se detalla los datos personales y del nivel que desea tomar, si es por horas o si es mensual, para de esta manera conocer el tiempo de estadía en el campamento.
- Se les asigna el número de habitación, con su respectiva llave de casillero y se les proporciona una camiseta con el logo de la escuela.
- Existe la alternativa para los que eligieron la forma mensual de práctica de surf en proporcionarles la tabla de surf en caso de no contar con una propia.
- Para los estudiantes que toman las clases de surf por horas, deben llevar su propia tabla, o se le daría en alquiler la misma para su entrenamiento.
- Para la práctica el surf, esto se lo realizará durante los días jueves, viernes, sábado y domingo durante estos días el estudiante se hospedará en el campamento.
- El horario de practica el surf es de 08:00 a 11:00 y de 15:00 a 18:00, el estudiante tiene la opción de elegir el horario como según se ajuste a sus actividades.
- Los estudiantes principiantes realizarán las prácticas de surf, en las playas las valentinas, que está a 5. ½ km., por considerarse que es una playa beach break que significa que es una playa abierta, y por no encontrarse rocas que pueden causar lesiones o riesgo a los estudiantes principiantes.
- Para los estudiantes intermedios o avanzados, realizarán la práctica del surf, en la playa la Chabelas o en Olas verdes, por considerarse a la playa como un point-break, debido a que sus olas nacen de una roca y termina en la paya.
- Antes de realizar la práctica directamente en el mar, en todos los niveles se les dará una pequeña charla técnica en la arena por un tiempo de 10 minutos, esto es de cómo está el oleaje, en qué dirección se debe remar, la postura que deben tomar en la tabla.

Y se procede a realizar el debido calentamiento físico que es un tiempo de 15 minutos.

- En cada uno de los niveles los estudiantes son transportados por el vehículo del campamento.
- Los estudiantes de cualquier nivel tienen prohibido la práctica del surf fuera del horario escogido y sin instructor.
- En cada término de semana el estudiante deja un registro de los tiempos que lleva hospedado, teniendo siempre que dar a conocer el estado en que deja la habitación cada vez que la desocupa.

CAPITULO 6

6.1. Estudio de Viabilidad Económica Financiera

En este capítulo se evaluará la viabilidad económica financiera del proyecto para conocer la rentabilidad y el retorno de la inversión.

En otras palabras es querer conocer si la inversión que se va a realizar justifica la ganancia que se va a generar.

Se realizará estimaciones de ventas (unidades y en dinero) para un periodo de 1 año, justificando cómo se ha calculado.

Se manejará indicadores financieros, tales como: VAN, TIR, Tiempo de recuperación de la inversión, ratios, etc.

6.1.1. Inversión Inicial

La inversión inicial es el capital para la puesta en ejecución del proyecto y el desarrollo de la actividad empresarial hasta alcanzar la rentabilidad deseada.

Para este proyecto se debe realizar un inventario de bienes físico a requerir para la ejecución del mismo, detalle que se cotizo con las diferentes casa comerciales, con la finalidad de seleccionar la mejor alternativa de precios.

Una vez seleccionada se procedió a la cuantificación en medidas monetarias, esto es precio por cantidad y así determinar el monto inicial de la inversión a requerir.

En el cuadro 25, se puede apreciar que la inversión inicial para este proyecto arrojó un monto de \$103.725,00 con el que iniciará las operaciones comerciales.

Tabla 25 Inversión Inicial en Dólares

INVERSIÓN INICIAL PARA LA EJECUCIÓN DEL PROYECTO

Efectivo	CANTIDAD	COSTO UNITARIO	TOTAL
Caja chica			10.000
Terrenos			TOTAL
Terreno en playas 5000mt2	5000	2	12.000
Edificios			TOTAL
Las Valentinas	400m2		15.000
Equipos de Oficina			TOTAL
aires acondicionado	9	450	4.050
Muebles y Enseres			TOTAL
juego de sala	2	800	1.600
juego de comedor	3	650	1.950
sillón de descanso	3	500	1.500
tablas de surf	25	450	11.250
Literas	21	150	3.150
Caunter	1	320	320
Escritorio	1	450	450
archivador	3	85	255
casilleros 6 módulos	7	350	2.450
Equipos de Computación			TOTAL
laptops	1	1.200	1.500
computadoras de escritorio	5	550	3.500
impresora	2	350	1.050
Equipos de Producción			TOTAL
crystaleria	1	2.800	100
cocina	1	900	150
refrigeradoras	1	1.250	1.250
congelador de exhibicion	1	800	800
televisores plasma	9	250	2.250
aires acondicionado	9	450	4.050
lavadora secadora	1	1.350	700
microonda	1	180	150
equipo de sonido	1	450	600
medidor	1	250	350
panel electrico	1	350	130
lineas telefonicas	3	60	120
VEHÍCULO			TOTAL
Furgoneta	1	22.000	22.000
Gastos de Constitución			TOTAL
Planos	1	100	100
Consultoría Técnica	1	150	150
Tasa y permisos	1	800	800
TOTAL INVERSIÓN INICIAL....			\$ 103.725

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.1.2. El Balance inicial

Determinada la inversión inicial, se procede a realizar, el balance inicial que por su naturaleza es el movimiento origen de una empresa o un negocio, en el cual se registran los activos, pasivos y patrimonio para el inicio de las operaciones.

En este proyecto la inversión inicial está distribuida por:

- Capital propio que representa un 66% sobre la inversión inicial
- Financiamiento del 34% con una entidad bancaria.

Tabla 26 Balance Inicial del Proyecto

ACTIVOS	Valor	Total
Activo Corriente		10.000,00
Caja	10.000,00	
Activo Fijo		92.675,00
Terrenos	12.000,00	
Edificios	15.000,00	
Vehículo	22.000,00	
Equipos de Oficina	4.050,00	
Muebles y Enseres	22.925,00	
Equipos de Computación	6.050,00	
Equipos de Producción	10.650,00	
Activo Diferido		1.050,00
Gastos de Constitución	1.050,00	
TOTAL ACTIVOS		\$ 103.725,00
PASIVOS		
Pasivo Corriente		
Documentos por pagar	35.000,00	
TOTAL PASIVOS		35.000,00
PATRIMONIO		
Capital Propio	68.725,00	
TOTAL PATRIMONIO		68.725,00
TOTAL PASIVO + PATRIMONIO		\$ 103.725,00

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.1.3. Financiamiento del proyecto con deuda

Se recurrió a un préstamo bancario para financiar el proyecto, asumiendo un costo financiero por el otorgamiento del crédito, el mismo que tendrá un efecto negativo sobre las utilidades y positivo sobre el impuesto. Es decir, “genera un ahorro tributario al reducir las utilidades contables sobre las cuales se calcula el impuesto”. (Sapag, Nassir, 2008)

La inversión está realizada a una proyección de 5 años plazos con financiamiento a una tasa de interés del 10.15%, con 60 dividendos mensuales, al tiempo de ejecución del proyecto.

Tabla 27 Descripción del Financiamiento

Monto del Crédito	35.000,00
Tasa Interés Anual	10,15%
Tasa de Interés Mensual	0,85%
Plazo en años	5
Dividendos mensuales	60
Cuota Mensual	\$ 746,23

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

Tabla 28 Amortización del Crédito a un Plazo de 5 años

PERÍODO	PAGO CAPITAL	INTERÉS	CUOTA MENSUAL
1	5.660,83	3.293,96	8.954,79
2	6.262,90	2.691,89	8.954,79
3	6.929,01	2.025,78	8.954,79
4	7.665,96	1.288,83	8.954,79
5	8.481,30	473,49	8.954,79
TOTAL...	35.000,00	9.773,94	44.773,94

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

Se visitó a la Corporación Financiera Nacional, buscando la alternativa de financiamiento, por considerarse un proyecto de turismo, sugirieron créditos

dirigidos al desarrollo del sector de Turismo, con tasas de interés que oscilan entre el 9.75% al 11.15% anual.

6.1.4. Depreciación y Amortización de Bienes (dólares)

Tangibles

Tabla 29 Depreciación de Activos Fijos

	Años De Vida Útil	Valor Del Bien	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Edificios	20	15.000,00	750,00	62,50
Bus	5	22.000,00	4.400,00	366,67
Equipos de Oficina	10	4.050,00	405,00	33,75
Muebles y Enseres	10	22.925,00	2.292,50	191,04
Equipos de Computación	3	6.050,00	2.016,67	168,06
Equipos de Producción	5	10.650,00	2.130,00	177,50
Total Depreciación			11.994,17	999,51

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

Intangibles

Tabla 30 Amortización de Gastos de Constitución

	Años De Vida Útil	Valor Del Bien	Depreciación Anual	Depreciación Mensual
Gastos de Constitución	1	1.050,00	1.050,00	87,50

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.1.5. Rol de pagos del personal

Tabla 31 Desglose de Rol Mensual del Personal

Cargo	Cant.	Sueldo Mensual	Sueldo Básico Anual	Décimo Tercero	Bono Escolar	Vacaciones	Fondo De Reserva	Aporte Patronal 12,15%	Costo Total Anual	Costo Total Mensual
Administrador	1	600,00	7.200,00	600,00	340,00	3.600,00	0,00	874,80	12.614,80	1.051,23
Asistente administrativo I	1	360,00	4.320,00	360,00	340,00	2.160,00	0,00	524,88	7.704,88	642,07
Contadora	1	360,00	4.320,00	360,00	340,00	2.160,00	0,00	524,88	7.704,88	642,07
Cocinero / Chef	1	360,00	4.320,00	360,00	340,00	2.160,00	0,00	524,88	7.704,88	642,07
Chofer	1	360,00	4.320,00	360,00	340,00	2.160,00	0,00	524,88	7.704,88	642,07
Asistente de Cocina	1	360,00	4.320,00	360,00	340,00	2.160,00	0,00	524,88	7.704,88	642,07
Guardia	1	360,00	4.320,00	360,00	340,00	2.160,00	0,00	524,88	7.704,88	642,07
Instructor Principiante	1	700,00	8.400,00	700,00	340,00	4.200,00	0,00	1.020,60	14.660,60	1.221,72
Instructor Intermedio	1	700,00	8.400,00	700,00	340,00	4.200,00	0,00	1.020,60	14.660,60	1.221,72
Instructor Avanzado	1	700,00	8.400,00	700,00	340,00	4.200,00	0,00	1.020,60	14.660,60	1.221,72
TOTAL	10	4.860,00	58.320,00	4.860,00	3.400,00	29.160,00	0,00	7.085,88	102.825,88	8.568,82

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.1.6. Presupuesto Anual de Sueldos del Personal

Detalle de nómina del personal para el primer año de funcionamiento. Se considera todos los beneficios estipulados por el código laboral del trabajador, los cuales son: el sueldo, beneficios sociales, las aportaciones al IEES. Para el primer año de funcionamiento no se considera el fondo de reserva, este se aplica a partir del segundo año.

Tabla 32 Presupuesto de Sueldos del Personal para los 5 años (dólares)

CARGO	CANT.	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Administrador	1	12.614,80	13.214,80	13.743,39	14.293,13	14.864,85
Asistente administrativo1	1	7.704,88	8.064,88	8.387,48	8.722,97	9.071,89
Contadora	1	7.704,88	8.064,88	8.387,48	8.722,97	9.071,89
Cocinero / Chef	1	7.704,88	8.064,88	8.387,48	8.722,97	9.071,89
Chofer	1	7.704,88	8.064,88	8.387,48	8.722,97	9.071,89
Asistente de Cocina	1	7.704,88	8.064,88	8.387,48	8.722,97	9.071,89
Guardia	1	7.704,88	8.064,88	8.387,48	8.722,97	9.071,89
Instructor Principiante	1	14.660,60	15.360,60	15.975,02	16.614,02	17.278,59
Instructor Intermedio	1	14.660,60	15.360,60	15.975,02	16.614,02	17.278,59
Instructor Avanzado	1	14.660,60	15.360,60	15.975,02	16.614,02	17.278,59
TOTAL	10	102.825,88	107.685,88	111.993,32	116.473,05	121.131,97

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.1.7. Proyección de Ingresos por Ventas

6.1.7.1. Proyección de Ingresos por actividades del surf por temporadas para el primer año

La proyección de ingresos está calculada por la capacidad de huéspedes que llegan al campamento a matricularse, la cantidad de turistas que solicitan el alquiler de tablas de surf, y de personas que toman clases por horas, multiplicado por la tarifa correspondiente a cada uno de los productos.

Tabla 33 Proyección de Ingresos Mensuales por actividades del Surf en temporadas alta (Dólares)

Temporada alta												
PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	TOTAL MENSUAL	Enero	Febrero	Marzo	Junio	Julio	Agosto	Noviembre	Diciembre	TOTAL
Producto 1												
Clases x 2 horas	20	150	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	24.000
Producto 2												
Nivel principiante	125	21	2.625	2.625	2.625	2.625	2.625	2.625	2.625	2.625	2.625	21.000
Nivel intermedio-avanzado	150	21	3.150	3.150	3.150	3.150	3.150	3.150	3.150	3.150	3.150	25.200
Producto 3												
Alquiler de tablas	20	310	6.200	6.200	6.200	6.200	6.200	6.200	6.200	6.200	6.200	49.600
TOTAL				14.975	14.975	14.975	14.975	14.975	14.975	14.975	14.975	119.800

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

Tabla 34 Proyección de Ingresos por actividades del Surf en temporada baja del primer año (Dólares)

TEMPORADA BAJA

PRODUCTO	PRECIO UNITARIO	CANTIDAD MENSUAL	TOTAL MENSUAL	Abril	Mayo	Septiembre	Octubre	TOTAL
PRODUCTO 1								
Clases x 2 horas	\$ 20	75	1.500	1.500	1.500	1.500	1.500	6.000
PRODUCTO 2								
Nivel principiante	\$ 110	11	1.155	1.155	1.155	1.155	1.155	4.620
Nivel intermedio-avanzado	\$ 135	11	1.418	1.418	1.418	1.418	1.418	5.670
PRODUCTO 3								
Alquiler de tablas	\$ 20	155	3.100	3.100	3.100	3.100	3.100	12.400
TOTAL				7.173	7.173	7.173	7.173	28.690

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.1.7.2. Proyección de ingresos por actividades del surf y por ventas del mensual

Tabla 35 Proyección de Ingresos Generales en el Primer Año

Proyección de Ingresos Generales Mensual

PRODUCTO	Enero	Febr.	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agto.	Sept.	Oct.	Nov.	Dic.
PRODUCTO 1												
Clases x 2 horas	3.000	3.000	3.000	1.500	1.500	3.000	3.000	3.000	1.500	1.500	3.000	3.000
PRODUCTO 2												
Nivel principiante	2.625	2.625	2.625	1.155	1.155	2.625	2.625	2.625	1.155	1.155	2.625	2.625
Nivel intermedio-avanzado	3.150	3.150	3.150	1.418	1.418	3.150	3.150	3.150	1.418	1.418	3.150	3.150
PRODUCTO 3												
Alquiler de tablas	6.200	6.200	6.200	3.100	3.100	6.200	6.200	6.200	3.100	3.100	6.200	6.200
BAR												
Platos a la Carta	5.040	5.040	5.040	2.520	2.520	5.040	5.040	5.040	2.520	2.520	5.040	5.040
Gaseosas	1.008	1.008	1.008	504	504	1.008	1.008	1.008	504	504	1.008	1.008
Jugos Naturales	1.512	1.512	1.512	756	756	1.512	1.512	1.512	756	756	1.512	1.512
Agua	504	504	504	252	252	504	504	504	252	252	504	504
	8.064	8.064	8.064	4.032	4.032	8.064	8.064	8.064	4.032	4.032	8.064	8.064
TOTAL	23.039	23.039	23.039	11.205	11.205	23.039	23.039	23.039	11.205	11.205	23.039	23.039

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.1.7.3. Proyección de ingresos generales para los 5 años

Tabla 36 Proyección de Ingresos Generales Anual

Proyección de Ingresos Anuales por el Surf (dólares)

PRODUCTO	Capac. o Cant. Mes	Capac. o Cant. Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
PRODUCTO 1							
Clases x 2 horas	225	600	30.000	31.500	33.075	34.729	36.465
Promedio: 7 alumnos diarios							
PRODUCTO 2							
Nivel principiante	32	84	25.620	26.901	28.246	29.658	31.141
Nivel intermedio- avanzado	32	84	30.870	32.414	34.034	35.736	37.523
			56.490	59.315	62.280	65.394	68.664
PRODUCTO 3							
Alquiler de tablas	465	5580	62.000	65.100	68.355	71.773	75.361
Total Ingresos por Actividad del Surf			148.490	155.915	163.710	171.896	180.491

Proyección de Ingresos Anuales por Ventas en el Bar (dólares)

BAR	Precio	Cantid. Anual	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Platos a la Carta	6,00	42	50.400	52.920	55.566	58.344	61.262
Gaseosas	1,00	42	10.080	10.584	11.113	11.669	12.252
Jugos Naturales	1,00	42	15.120	15.876	16.670	17.503	18.378
Agua	0,50	42	5.040	5.292	5.557	5.834	6.126
Total Ingresos por Bar			80.640	84.672	88.906	93.351	98.018
TOTAL INGRESOS DEL CAMPAMENTO			229.130	240.587	252.616	265.247	278.509

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.1.8. Presupuesto de Gastos Administrativos, Ventas, Financieros

Tabla 37 Presupuesto de Gastos Generales

Descripción	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Gastos de Administración	47.844	48.412	49.897	49.426	51.035
Administrador	12.615	13.215	13.743	14.293	14.865
Asistente administrativo	7.705	8.065	8.387	8.723	9.072
Contadora	7.705	8.065	8.387	8.723	9.072
Servicios Básicos	3.000	3.132	3.270	3.414	3.564
Uniformes	450	470	490	512	535
Mantenimiento	600	626	654	683	713
Materiales de limpieza	225	235	245	256	267
Suministros de Oficina	2.500	2.610	2.725	2.845	2.970
Depreciación de Edificios	750	750	750	750	750
Depreciación de Bus	4.400	4.400	4.400	4.400	4.400
Depreciación de Equipos de oficina	405	405	405	405	405
Depreciación de Muebles y enseres	2.293	2.293	2.293	2.293	2.293
Depreciación de Equipos de Computación	2.017	2.017	2.017	-	-
Depreciación de Equipo de producción	2.130	2.130	2.130	2.130	2.130
Amortización	1.050				
Gastos de Ventas	3.600	3.758	3.924	4.096	4.277
Gastos de Publicidad	3.600	3.758	3.924	4.096	4.277
Gastos Financieros	3.294	2.692	2.026	1.289	473
Gastos de Interés	3.294	2.692	2.026	1.289	473
TOTAL	54.738	54.862	55.846	54.811	55.785

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.1.9. Presupuesto de Costos Operativos

Tabla 38 Costos Operativos Mensuales

Rubro	Cant.	Precio Unitario	Mes 1	Mes 2	Mes 3	Mes 4	Mes 5	Mes 6	Mes 7	Mes 8	Mes 9	Mes 10	Mes 11	Mes 12	Total
Materia Prima		9.300	9.300	9.300	9.300	4.650	4.650	9.300	9.300	9.300	4.650	4.650	4.650	4.650	83.700
Miscelaneos	1	9.300	9.300	9.300	9.300	4.650	4.650	9.300	9.300	9.300	4.650	4.650	4.650	4.650	83.700
Mano de obra Directa		6.233	5.654	5.654	5.654	5.654	5.654	5.654	5.654	5.654	5.654	5.654	5.654	5.654	67.846
Cocinero / Chef	1	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	7.705
Chofer	1	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	7.705
Asistente de Cocina	1	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	7.705
Guardia	1	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	7.705
Instructor Principiante	1	1.222	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	642	7.705
Instructor Intermedio	1	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	14.661
Instructor Avanzado	1	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	1.222	14.661
TOTAL			14.954	14.954	14.954	10.304	10.304	14.954	14.954	14.954	10.304	10.304	10.304	10.304	151.546

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

En los costos operativos, se refleja la materia prima para la preparación de los alimentos para los huéspedes, los sueldos del personal operativo y los alimentos para el funcionamiento del bar.

6.2. Estados Financieros

6.2.1. Estado de Pérdidas y Ganancia

Tabla 39 Estado de Resultados de Pérdidas y Ganancias Projectado a 5 años

RUBRO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ventas Totales	229.130	240.587	252.616	265.247	278.509
(-) Costos de Operación	151.546	166.226	173.754	181.627	189.861
(=) Utilidad Bruta en Ventas	77.584	74.360	78.862	83.619	88.648
(-) Gastos en Administración	47.844	48.412	49.897	49.426	51.035
(-) Gastos de Ventas	3.600	3.758	3.924	4.096	4.277
(=) Utilidad antes de impuestos	26.141	22.190	25.041	30.097	33.337
(-) Gastos Financieros	3.294	2.692	2.026	1.289	473
(=) Utilidad antes de participación a trabajadores	22.847	19.498	23.015	28.808	32.863
(-) 15% Participación a trabajadores	3.427	2.925	3.452	4.321	4.929
(=) Utilidad antes de impuesto a la renta	19.420	16.573	19.563	24.487	27.934
(-) 22% Impuesto a la renta	4.272	3.646	4.304	5.387	6.145
(=) UTILIDAD NETA DEL EJERCICIO	15.147,37	12.927,22	15.259,10	19.099,96	21.788,18

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.2.2. Flujo de Caja Anual

Tabla 40 Flujo de Caja para los Próximos 5 años

Rubros	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
FLUJO OPERACIONAL						
Ingresos por ventas		229.130	240.587	252.616	265.247	278.509
(-) Egresos de efectivo		189.945	214.102	222.151	232.928	244.903
Gastos de operación		151.546	166.226	173.754	181.627	189.861
Gastos de administración		34.800	36.418	37.903	39.448	41.057
Gastos de ventas		3.600	3.758	3.924	4.096	4.277
Impuesto a la renta		0	4.272	3.646	4.304	5.387
Participación de trabajadores		0	3.427	2.925	3.452	4.321
(=) FLUJO NETO OPERACIONAL		39.185	26.485	30.464	32.319	33.606
FLUJO DE INVERSIÓN						
Ingresos de efectivo						
Compra de activos		0	0	0	0	0
(-) Egresos de efectivo						
Compras de activos fijos	-93.725	0	0	0	0	0
(=) FLUJO NETO DE INVERSIÓN	-93.725	0	0	0	0	0
FLUJO DE FINANCIAMIENTO						
Ingresos de efectivo						
Capital propio	68.725	0	0	0	0	0
PRESTAMOS RECIBIDOS	35.000	0	0	0	0	0
(-) Egresos de efectivo						
Pagos de préstamos o principal		5.661	6.263	6.929	7.666	8.481
Pago de intereses		3.294	2.692	2.026	1.289	473
(=) FLUJO NETO DE FINANCIAMIENTO	103.725	-8.955	-8.955	-8.955	-8.955	-8.955
FLUJO NETO DE CAJA	10.000	40.230	57.760	79.270	102.633	127.284

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.2.3. Balance General para los próximos 5 años

Tabla 41 Balance General Anual

ACTIVOS	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Activos Corrientes					
Caja	40.230	57.760	79.270	102.633	127.284
Total Activos Corrientes	40.230	57.760	79.270	102.633	127.284
Activos Fijos					
Terrenos	12.000	12.000	12.000	12.000	12.000
Edificios	15.000	15.000	15.000	15.000	15.000
Bus	22.000	22.000	22.000	22.000	22.000
Equipos de Oficina	4.050	4.050	4.050	4.050	4.050
Muebles y Enseres	22.925	22.925	22.925	22.925	22.925
Equipos de Computación	6.050	6.050	6.050	6.050	6.050
Equipos de Producción	10.650	10.650	10.650	10.650	10.650
(-) Depreciación Acumulada	-11.994	-23.988	-35.983	-45.960	-55.938
Total Activos Fijos	80.681	68.687	56.693	46.715	36.738
Activos Diferidos					
Gastos de Constitución	1.050				
(-) Amortización Acumulada	-1.050				
Total Activos Diferidos	0	0	0	0	0
TOTAL ACTIVOS	120.911	126.447	135.962	149.348	164.022

					Pasan...
Vienen...					
PASIVOS					
Pasivos Corrientes					
Cuentas por Pagar	0	0	0	0	0
Participación a Trabajadores por Pagar	3.427	2.925	3.452	4.321	4.929
Impuesto a la Renta por Pagar	4.272	3.646	4.304	5.387	6.145
Total Pasivos Corrientes	7.699	6.571	7.756	9.708	11.075
Pasivo de Largo Plazo					
Préstamo Bancario	29.339	23.076	16.147	8.481	0
Total Pasivos de Largo Plazo	29.339	23.076	16.147	8.481	0
TOTAL PASIVOS	37.039	29.647	23.903	18.190	11.075
PATRIMONIO					
Capital Social	68.725	68.725	68.725	68.725	68.725
Utilidad del Ejercicio	15.147	12.927	15.259	19.100	21.788
Utilidades Retenidas	0	15.147	28.075	43.334	62.434
TOTAL PATRIMONIO	83.872	96.800	112.059	131.159	152.947
TOTAL PASIVO Y PATRIMONIO	120.911	126.447	135.962	149.348	164.022

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

6.3. Análisis de Rentabilidad del Proyecto

Tabla 42 Evaluación del Proyecto

EVALUACIÓN PROYECTO

INVERSIÓN INICIAL	(103.725,00)
Flujo año 1	40.230,05
Flujo año 2	57.760,04
Flujo año 3	79.269,58
Flujo año 4	102.633,37
Flujo año 5	127.284,17

EVALUACIÓN FINANCIERA

TASA DE DESCUENTO	12%
VAN	\$ 153.672,30
TIR	55%
B/C	\$ 1,48
PERÍODO DE RECUPERACIÓN	2 años y 1 mes

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

De acuerdo a la inversión inicial más los flujos de caja obtenidos en cada uno de los años proyectados, la rentabilidad del proyecto devuelve un valor actual neto sobre la inversión de \$153.672.3, alcanzando una tasa interna de retorno del 55%., a un tiempo de recuperación de la inversión de dos años y un mes aproximadamente y con un costo-beneficio de \$1.48 de ganancias. Obteniendo un resultado optimista porque determina que el proyecto es rentable por tanto la factibilidad económica financiera si se cumple.

6.4. Rentabilidad del Proyecto

Tabla 43 Ratios

Indicador		Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Margen Bruto	Utilidad Bruta/ Ventas = %	11,41 %	9,22%	9,91%	11,35 %	11,97 %
Margen Neto	Utilidad Neta / Ventas = %	6,61%	5,37%	6,04%	7,20%	7,82%
Retorno Sobre Activos	Utilidad Neta / Activo Total = %	12,53 %	10,22 %	11,22 %	12,79 %	13,28 %
Retorno Sobre Capital	Utilidad Neta / Capital = %	22,04 %	18,81 %	22,20 %	27,79 %	31,70 %

Elaborado por: Cesar Beltrán y Helen Sánchez

CONCLUSION

La propuesta del proyecto para la creación de una escuela campamento de surf en el cantón General Villamil Playas, una vez evaluado las proyecciones de ingresos, costos, gastos, sueldo, mediante los estados de financieros como el estado de pérdidas y ganancia reflejando utilidades en los cinco períodos proyectados, generando flujos de caja de forma creciente.

En conclusión la factibilidad del proyecto si se cumple en los escenarios, económico y turístico, ya que el cantón Playas es un mercado atractivo para ser explotado en toda su expansión, dando a conocer sus riquezas y propiedades turísticas, principalmente impulsando y promoviendo de forma integral el deporte del surf a todos los estratos sociales.

De tal manera que el estudio de investigación de mercado confirma con un alto de grado de aceptación del proyecto mediante las encuestas realizadas.

El análisis financiero reflejó resultados positivos sobre la inversión, con una tasa de retorno que supera el rendimiento mínimo requerido, recuperando de la inversión en un tiempo estimado de 2 años y un mes, y un capital apreciado en cinco años del 67%.

RECOMENDACIÓN

- Capacitar de forma permanente al personal en conocimiento a la actividad del deporte y de la empresa, con la finalidad de que conozca bien producto.
- Se recomienda que una vez culminado el primer periodo, se analicen las cifras para determinar el grado de cumplimiento que ha tenido el proyecto, y de acuerdo a ese resultado estimar una ampliación de capacidad operativa.
- Como recomendación adicional se sugiere la elaboración de un estudio estadístico para determinar en cifras reales la cantidad de turistas y el nivel de consumo de los que visitan el balneario del cantón Playas en sus diferentes temporadas, para tener un estudio más exacto de la demanda.

BIBLIOGRÁFIAS:

Alarcón, Julio Cesar;. (2008). *Talleres de la Metodología de la Investigación* (1era. ed.).

Baca, Gabriel. (2013). *Evaluación de Proyectos* (7ma. ed.).

Diario EL COMERCIO. (03 de 2014). Recuperado de <http://www.elcomercio.com.ec/actualidad/ecuador/carnaval-deja-balance-positivo-playas.html>.

Diario EL UNIVERSO. (08 de 2007). "Todos por una playa limpia". Recuperado de www.eluniverso.com.ec

Federación Ecuatoriana de Surf. (08 de 2014). Recuperado de <http://www.fesurf.org/>.

Fontaine, Ernesto. (22 de Mayo de 2013). *Evaluación Social de Proyectos* (13va. ed.).

General Villamil Playas. (Septiembre de 2012). *General Villamil (Playas)*. Recuperado de <http://www.generalvillamil.com/>

Gobierno Provincial del Guayas. (2014). *Gral. Villamil Playas*. Recuperado de <http://www.guayas.gob.ec/cantones/playas>

Hernández del Angel Cesar. (2012). *Concepto y Componentes de la Oferta Turística*.

Ministerio de Turismo Ecuador. (2012). *Ley N°97 - Ley de Turismo*. Recuperado de www.turismo.gob.ec/wp-content/.../02/Ley-de-Turismo-MINTUR.pdf.

Ministerio de Turismo Ecuador. (28 de 01 de 2014). Recuperado de <http://www.turismo.gob.ec/surfing-ec-el-portal-para-recorrer-el-ecuador-a-traves-de-las-olas/>.

Ministerio de Turismo Ecuador. (01 de 2014). Ruta del Surf. *Ruta Spondylu.pdf*. Recuperado de www.turismoplayero.gob.ec: Ruta Spondylu.pdf

Rolando, Gabriel. (2012). *Playas Surf*. Recuperado el 13 de Junio de 2014, de <http://www.playassurf.com/olas.html>: <http://playassurf.com/olas.html>

Sabino, Maximo Mg;. (2009). *Metodología de la Investigación Científica*. Chimbote, Perú.

Sapag, Nassir. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (5ta. ed.). Mexico: McGRAW HILL.

Sapag, Nassir. (2008). *Preparación y Evaluación de Proyectos* (5ta. ed.). Bogotá: McGRAW HILL.

Surf, P. (15 de 5 de 2009). *El Surf*. Recuperado el 13 de Junio de 2014, de Playas Surf: <http://playassurf.com/servicios.html#>

ANEXOS

Anexo de Encuesta

ENCUESTA

1. **Sexo de los turistas encuestados**

Masculino Femenino

2. **Edades de los turistas encuestados**

15-20 21-25 26-30 31-35

36-40 41-50 50 o más

3. **¿De qué región del país proviene?**

Nativo Costa Sierra Oriente Extranjero

4. **¿Mediante que medios se moviliza para visitar el cantón Villamil Playas?**

Tour por agencia de viaje Tour comunitario

Vehículo particular Terminal Terrestre

5. **¿Realiza actividades de surf?**

Sí A veces No

6. **¿Por qué motivos practica el surf?**

Hobbie Competencia No practica

7. **¿Cómo practican el surf?**

Forma libre (sin escuelas) Escuelas de Surf pago diario

Escuelas de Surf pago mensual No practica

8. **¿Estaría de acuerdo que se cree una escuela campamento de surf?**

Si Indiferente No practica

9. **Estaría dispuesto a tomar clases de surf en una escuela campamento con los servicios de alojamiento y servicio de transporte**

Sí Indiferente No practica

10. **¿Cuánto estaría dispuesto a pagar por los cursos en el campamento de surf?**

Costo clase 2horas diaria : \$20 Costo individual por mes: \$125

Costo paquete 3 personas: \$330 No pagaría

Anexo Ley de Turismo



No imprimir este documento a menos que sea absolutamente necesario



LEY DE TURISMO

Ley 97

Registro Oficial Suplemento 733 de 27-dic-2002

Última modificación: 06-may-2008

Estado: Vigente

CONGRESO NACIONAL

CAPITULO II

DE LAS ACTIVIDADES TURISTICAS 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:

- a. Alojamiento;
- b. Servicio de alimentos y bebidas;
- c. Transportación, cuando se dedica principalmente al turismo; inclusive el transporte aéreo, marítimo, fluvial, terrestre y el alquiler de vehículos para este propósito;
- d. Operación, cuando las agencias de viajes provean su propio transporte, esa actividad se considerará parte del agenciamiento;
- e. La de intermediación, agencia de servicios turísticos y organizadoras de eventos congresos y convenciones; y,
- f. Casinos, salas de juego (bingo-mecánicos) hipódromos y parques de atracciones estables.

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.

Art. 9.- El Registro de Turismo consiste en la inscripción del prestador de servicios turísticos, sea persona natural o jurídica, previo al inicio de actividades y por una sola vez en el Ministerio de Turismo, cumpliendo con los requisitos que establece el Reglamento de esta Ley. En el registro se establecerá la clasificación y categoría que le corresponda.

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

- a. Acceder a los beneficios tributarios que contempla esta Ley;
- b. Dar publicidad a su categoría;
- c. Que la información o publicidad oficial se refiera a esa categoría cuando haga mención de ese empresario instalación o establecimiento;
- d. Que las anotaciones del Libro de Reclamaciones, autenticadas por un Notario puedan ser usadas por el empresario, como prueba a su favor; a falta de otra; y,
- e. No tener, que sujetarse a la obtención de otro tipo de Licencias de Funcionamiento, salvo en el

Anexo Ruta Spondylus complemento de la Ruta del Surf

