



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultad de Economía y Empresa

Memoria del Trabajo de Fin de Grado

Roar Pool Surfing (Rugido En La Piscina)

Carlos José Pons Marqués

Grado de Administración de Empresas

Año académico 2017-18

Trabajo tutelado por Francisco Julio Batle Lorente

Departamento de Economía de la Empresa

Se autoriza la Universidad a incluir este trabajo en el Repositorio Institucional para su consulta en acceso abierto y difusión en línea, con finalidades exclusivamente académicas y de investigación	Autor		Tutor	
	Sí	No	Sí	No
	X		X	

Palabras clave del trabajo: alternativa, ocio, turismo, surf.

ÍNDICE

Índice de contenidos.....	01
Índice de tablas y figuras.....	03
Resumen.....	04
1. Introducción.....	05
1.1. Objetivos.....	06
2. Plan de Marketing.....	07
2.1. Presentación conceptual.....	07
2.2. Exposición cronológica origen del surf.....	08
2.2.1. Los orígenes del surf y su expansión por el mundo.....	08
2.2.2. Los comienzos del surf en España.....	09
2.3. Industria del surf.....	10
2.3.1. Australia.....	10
2.3.2. California.....	11
2.3.3. Indonesia e Islas Mentawai.....	12
2.3.4. Maldivas.....	13
2.3.5. Costa Rica.....	14
2.4. Potencial económico del turismo de surf en España.....	15
2.5. Poder de mercado del surf.....	18
2.6. Análisis DAFO.....	19
2.7. Productos, servicios y caracteris. técnicas de Roar Pool Surfing....	21
2.7.1. Wavefoil.....	21
2.7.2. Pier.....	22
2.7.3. Servicios de cada línea de negocio.....	23
2.8. Los clientes, nuestros clientes.....	25
2.9. Ubicación.....	27
2.10. Intermediarios principales, proveedores.....	29

2.11. Competencia.....	32
2.12. Previsión de ventas.....	33
3. Plan de recursos humanos.....	34
3.1. Diseño organigrama empresa y funciones.....	34
4. Plan jurídico mercantil.....	37
5. Plan económico-financiero.....	39
5.1. Financiación.....	39
5.1.2. Cesión derechos de uso.....	42
5.2. Balance de situación.....	44
5.3. Cuotas préstamo.....	45
5.4. Ratios y comentarios.....	46
6. Referencias bibliográficas.....	47

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Impacto económico del turismo de surf en Mundaka, España.....	17
Tabla 2. Gasto diario por tipo de visitante en Mundaka, España.....	17
Tabla 3. Análisis DAFO de Roar Pool Surfing.....	20
Tabla 4. Resultados categorías surfistas.....	26
Tabla 5. Menú del día que proporciona BONA CUINA S.L. y precio.....	30
Tabla 6. Paellas que suministra BONA CUINA S.L. y precio por persona.....	30
Tabla 7. Comidas preparadas BONA CUINA S.L. y precio Kg.....	31
Tabla 8. Análisis comparativo competidores.....	32
Tabla 9. Previsión de ventas.....	33
Tabla 10. Cuadro de planificación de RRHH.....	36
Tabla 11. Tramites para la Constitución y para la Puesta en Marcha.....	39
Tabla 12. Balance de situación inicial.....	45

Tabla 13. Simulación amortización préstamo ICO emprendedores 2018.....46

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Mapa de las Islas Maldivas y sus emplazamientos de surf.....14

Figura 2. Evolución negocios influenciados por el surf en Maldivas.....14

Figura 3. Recreación de arrecife artificial de Boscombe, Reino Unido.....19

Figura 4. Imagen del pier central.....22

Figura 5. Imagen surfista entrenando.....22

Figura 6. Sistema de control.....22

Figura 7. Perspectiva lateral ola y pier.....22

Figura 8. Ubicación Roar Pool Surfing.....27

Figura 9. Dirección Roar Pool Surfing.....27

Figura 10. Vista aérea parcela.....27

Figura 11. Medidas de la parcela en la que esta previsto desarrollar el proyecto de negocio Roar Pool Surfing.....28

Figura 12. Organigrama empresa.....34

RESUMEN

Actualmente el surf es considerado una disciplina deportiva, la cual estará presente por primera vez en los Juegos Olímpicos de Tokio 2020. Pero si se echa un vistazo a su evolución se puede observar que sus primeros pasos fueron dados en una playa solitaria, convirtiéndose posteriormente en un deporte de ocio para las masas y seguidamente generar una industria de miles de millones de euros. El mercado ha ido tomando consciencia de ello, su reacción ha sido desarrollar una serie de productos y servicios específicos para un consumidor de nuevas experiencias y sensaciones, comercializando así la cultura del surf. El presente Plan de Negocio ofrece una nueva alternativa para la práctica de surf, un reciente avance tecnológico patentado que permite recrear las olas del océano en una piscina o embalse de agua, siendo los principales objetivos, acercar el surf a aquellas localizaciones en la que no es posible practicarlo debido a que las condiciones marítimas no son las más idóneas, instruir un estilo de vida saludable, promover el turismo de surf y, capacitar a los usuarios para la competición profesional a través de la práctica de este deporte, utilizando esta nueva tecnología.

Palabras clave del trabajo: alternativa, ocio, turismo, surf.

SUMMARY

Nowadays, surfing is a sport discipline which will be present at the Olympic Games of Tokio 2020 for the very first time. But if you take a look back of its evolution you can see that the beginning of surfing was located in an isolated Beach, becoming a sport of leisure for a crowd of people and producing a new industry of thousands of millions euros. The market figured out all of that and consequently, the culture of surfing was comercialized by devoloping some of the products and specific services for the consumers of new experiences and sensations. The following Business Plan gives a new alternative for surfing, as well as a new technological advance registred, which is capable of recreating the ocean waves in a swimming pool or in a water reservoir. The main goals are bringing the surf closer to those locations where is not posible surfing due to the characteristics of the sea are not appropriate, instructs a healthy lifestyle, promotes surfing tourism and gives the oppotunity to the users who are interested on professional competitions by learning new skills and training by means of the already mentioned technology.

Key words of the plan: alternative, leisure, tourism, surfing.

1. Introducción

Roar Pool Surfing (Rugido en la Piscina)

Se define como estación turística diseñada para instruir un estilo de vida sano y saludable, que se basa en la experiencia y las sensaciones, y que día a día dispone de más adeptos, el SURF.

Para cimentar dicho estilo de vida que se fundamenta en surfear, alimentarse, relajarse y volver a empezar, se desarrollan tres líneas de negocios principales:

- **Roar Pool Surfing:** La primera de ellas orientada específicamente al surf, proporcionando una experiencia similar a la de las olas del océano a los surfistas, mediante el uso de maquinaria de alta tecnología patentada, por la empresa española Wavegarden, considerada por muchos la mejor ola artificial jamás creada, dando la oportunidad tanto a aficionados y profesionales como a principiantes en el mundillo a mejorar o sencillamente aprender sobre dicho deporte, sin la necesidad de tener que desplazarse a lugares idóneos por naturaleza para la realización de este y permitiendo así, que el surf ya no sea un deporte solo accesible para aquellos pocos afortunados que viven cerca de las olas del océano. Además de considerarse que es uno de los deportes que más crece en la actualidad, y recientemente ha sido reconocido como deporte olímpico para las olimpiadas de Japón del año 2020.

Dinamismo:

- Iniciación
 - Perfeccionamiento
 - Competiciones profesionales
 - Actividades de empresa
 - Actividades extraescolares
 - Ocio
 - Deporte
 - Turismo
- **Roar Pool Surfing food & drinks:** La segunda línea de negocio, vinculada a la área de alimentación, dirigida a la totalidad de los usuarios de las instalaciones, ofrece la posibilidad de nutrirse mediante todo tipo de alimentos y bebidas en un ambiente confortable y a un precio accesible, a través de un concepto diferente, mediante el cual cada usuario se prepara y se sirve lo que le apetezca comer o beber, todo a un precio ajustado gracias a que se sirve uno mismo.

Ofreciendo la posibilidad a los que lo prefieran de subcontratar todo el servicio durante su estancia.

- **Roar Pool Surfing Relaxed:** La tercera línea ofrece la posibilidad de pernoctar en las instalaciones, por medio de diferentes alternativas:

La primera alternativa brinda la posibilidad de estancia en habitaciones especialmente diseñadas para grupos ya sean escolares, de empresa o de surfistas federados.

La segunda alternativa ofrece una estancia más rural e íntima en cabañas de madera y bambú, ideal para familias, parejas, o amigos.

1.1 Objetivos:

- Ofrecer una actividad deportiva inexistente en España actualmente, a través de instalaciones artificiales.
- Ser una opción de ocio exótica y atractiva que se desarrolla mediante una idea innovadora dentro del sector deportivo y turístico.
- Facilitar al cliente la posibilidad de consumirla por medio de esta innovadora tecnología que cumple de forma respetuosa y sostenible con el medio ambiente.
- Instruir un estilo de vida sano y saludable a la población a través de la experiencia en un deporte como el surf.
- Albergar algún día competiciones olímpicas en nuestras instalaciones.

2. Plan de Marketing

Para el desarrollo del plan de marketing se analiza la situación del mercado mundial en relación al surf, para ello primero se va a dar a conocer cuáles fueron los orígenes e historia del surf, y como se expandió hasta llegar a ser un deporte conocido mundialmente.

De esta forma se tendrá una visión general sobre la situación del surf, se conocerá que lugares son los más idóneos para su práctica, además de familiarizarse con los elementos necesarios para la praxis de este deporte.

Todo ello, contribuirá aportando conocimientos fundamentales y necesarios para alcanzar los objetivos de este proyecto, permitiendo además identificar mejor los elementos relativos al mercado del surf como son: competencia, tipos de clientes, proveedores, ubicación, precios y lo más importante, permitirá entender mejor cuales son los productos y servicios que se ofrecen mediante este plan de negocio.

2.1. Presentación conceptual

Existen historiadores, como el caso del profesor (Esparza, 2011) que al tratar este tema sostienen que:

El surf es una actividad dominada por sensaciones extraordinarias que se basan en el aprovechamiento directo de una fuerza de la naturaleza concreta, las olas. Éstas, a su vez, están formadas mayormente por la acción del viento que al barrer la superficie del mar forman ondas que, dependiendo con la fuerza con la que se formen en el lugar de origen, se pueden desplazar cientos o incluso miles de kilómetros hasta que rompen en la costa.

El surf básicamente consiste en deslizarse de pie sobre una tabla a través de la pared de una ola, aunque antes de esto se debe remar con la tabla desde la playa hasta la rompiente, y una vez allí, colocarse correctamente en el momento en que se aproxima una ola y remarla hasta que se encrespa lo suficiente como para tomar impulso, ponerse de pie rápidamente y deslizarse sobre la misma.

El surf es un deporte muy popular y bastante extendido en las costas habitadas de casi todo el mundo, que cuenta hoy con una potente industria internacional. Es además, para muchos una filosofía o forma de vida, y en el pasado, en las islas Hawaii, era un elemento ritual esencial de la arcaica religión hawaiana, desaparecida durante el siglo XIX con la llegada de los primeros misioneros occidentales a aquel archipiélago (Finney y Houston, 1996, citado en Esparza, 2011).

En los últimos años, el surf se ha convertido además en un reclamo turístico de numerosos destinos que creen así atraer nuevos turistas y fuentes de ingreso para dichas localidades, principalmente con la instalación, cada vez más, de escuelas de surf.

2.2. Exposición cronológica del origen del surf

Coexisten diversas teorías de dónde, cuándo, cómo y quién inventó e practicó este deporte por primera vez. Según el Historiador (Esparza, 2011):

2.2.1. Los orígenes del surf y su expansión por el mundo

La génesis del surf que hoy conocemos se sitúa en las islas Hawai. Existen referencias de esta actividad registradas en cánticos populares hawaianos donde se narran las hazañas de reyes surfistas acaecidas hace más de 500 años, a finales del siglo XV, durante los tiempos del gran jefe Umi, pero probablemente ya se practicaba siglos antes de aquella fecha (Young, 2008, citado en Esparza, 2011).

También en el Perú preincaico de hace 2000 años hay constancia – a través de pinturas en cerámicas de la época- de pescadores que surfeaban con sus canoas o caballitos de Totorá, pero que en vez de ir de pie, iban sentados (Pazo, 1990, citado en Esparza, 2011).

Se cree que los primeros occidentales que pudieron ver la práctica del surf fueron los españoles, puesto que fueron los primeros europeos en explorar el Pacífico en el siglo XVI. Sin embargo, las primeras referencias en occidente de la existencia de esta actividad las propagó la tercera expedición del Capitán Cook a su regreso a Inglaterra, por parte del teniente James King, que fue el que continuó el diario del Capitán Cook tras la muerte de este en Hawai en una trifulca con los nativos. El teniente King le dedicó dos hojas del diario para describir aquella exótica actividad (Cook y King, 1784, citado en Esparza, 2011).

A principios del siglo XX el surf comenzó a extenderse desde Hawai. Primero hacia California, a partir de 1907, gracias al hawaiano George Freeth –hijo de irlandés y madre nativa- que fue invitado a dar una exhibición para la inauguración de una línea ferroviaria.

Luego en 1912, el campeón olímpico de natación, el hawaiano Duke Kahanamoku, llevó el surf a la costa Este norteamericana, y en 1915 a Australia, invitado previamente para dar exhibiciones.

Tras estas exhibiciones numerosos jóvenes sorprendidos por el nuevo y exótico deporte imitaron las hazañas de Duke y George, y así, poco a poco, el surf se fue extendiendo por el mundo anglosajón (EEUU, Australia, Sudáfrica y Gran Bretaña). En 1940 Carlos Dogny, que conocía bien las islas Hawai, se trajo una tabla de surf desde Honolulu a Perú, y fundó en 1942, en Lima, el club Waikiki, el primer club de surf no anglosajón. Fue, por tanto, Perú, el primer país hispanohablante en donde se practicó y organizó federativamente el surf.

2.2.2. Los comienzos del surf en España

Se puede acreditar de momento que los comienzos del surf en España se sitúan aproximadamente entre 1963 y 1970, en cuatro focos diferentes:

- a) El Cantábrico (País Vasco, Cantabria, Asturias y Galicia)
- b) El Atlántico canario
- c) El Atlántico andaluz (Málaga)
- d) El Mediterráneo andaluz (Málaga)

La fecha más probable del comienzo del surf es marzo de 1965 en Santander. Si volvemos a 1963 como candidata a ser la fecha en la que por primera vez un surfista español hizo surf en España, el asturiano Félix Cueto, podría haber surfeado ya en 1963 en Salinas (Asturias). Hay un archivo fotográfico que recogió dicha hazaña, aunque desafortunadamente la foto no viene con el sello de la fecha, y por tanto, todavía se debe recurrir a otro tratamiento, para certificar que se trata efectivamente de 1963. Se debe resaltar que hasta ahora, en el norte de España, cuando se han referido a la historia del surf nacional, apenas se ha tenido en cuenta el sur: ni Andalucía, ni Canarias. Todavía está pendiente de ser documentado y, por tanto, de confirmar Cádiz como primera provincia surfista de España. De momento, afirma (García-Agulló 2009, citado en Esparza 2011) que el surf ya existía a finales de los 50 y era practicado por los locales. En este sentido se debe todavía profundizar en la influencia que tuvieron los soldados, oficiales y personal civil norteamericano de la base de la Rota, puesta en funcionamiento en 1956, y que llevaron, al menos ocasionalmente, a la costa gaditana sus enormes tablas de surf.

Al mismo tiempo, la llegada cada vez más de un mayor número de surfistas extranjeros a España, a finales de los 60 y principios de los 70, mejoró el nivel del surf en España, ya que los extranjeros solían traer nuevos materiales que se intercambiaban con los españoles. Desde entonces, el surf no ha parado de crecer, no solo en España, sino en todo el mundo.

La primera estructura federativa en España nació en 1969. El surf se organizó muy rápido a nivel federativo, convirtiéndose inesperadamente en la envidia de Europa durante una década, por la enorme ayuda estatal que recibía en comparación con países como Francia, Reino Unido o Irlanda, entonces en la vanguardia del surf Europeo. Tres hombres fueron clave en la materialización de esta estructura federativa que impulsó el desarrollo del surf en España. Desde el punto de vista espiritual, la energía y vitalidad de Alfonso "Nito" Biescas fue determinante. Desde el punto de vista administrativo y sobre todo de la diplomacia en las altas esferas para mover los hilos con el fin de convencer a los peces gordos del momento, las figuras claves fueron Gabriel Villegas (vicepresidente) y el empresario Pedro Martínez Albornoz (presidente). También los contactos del padre de Nito Biescas con Juan Antonio Samaranch fueron importantes para que el surf fuera bien recibido por las instituciones española.

2.3. Industria del surf

Anteriormente se menciona que el surf se expande desde Hawaii, primeramente hacia California y Australia, este hecho desencadena en dichas localizaciones una subcultura – grupos neo-tribales que comparten pasiones, una búsqueda de ocio o práctica –, los contextos subculturales, desencadenan trayectorias distintivas de la formación empresarial, la construcción de la reputación, creación de valor, expansión y acumulación global, siendo así como se forman las primeras vías a través de las cuales surgen las marcas relacionadas con el surf, dando lugar a una industria que se dilatará hacia el resto del mundo (Gibson, C., & Warren, A. 2017).

Desde entonces el surf ha ido aumentando significativamente entre la población mundial, en el año 2002 se estimó en 10 millones de surfistas (Buckley, 2002), en el año 2007 la estimación aumentó a 20 millones de surfistas (Lazaraow, 2007), en 2013 según algunas investigaciones el mercado del surf ya estaba compuesto por cerca de 35 millones de surfistas generando un impacto económico entre 50 y 130 mil millones de dólares (O'brien y Eddie 2013).

Su crecimiento oscila entre el 12 y 16% anual, lo que supone medio millón de nuevos surfistas cada año en todo el mundo (Itxaslehor, 2010). En conjunción con el aumento de los surfistas, el número de destinos de surf también ha crecido. En 1997, el surf se practicaba en 72 países (Martin & Assenov, 2012) y para 2015 esto había aumentado a 164 países, siendo así el turismo de surf uno de los sectores que más crece.

2.3.1. Australia

En Australia a raíz del surgimiento de dicha subcultura, nacen tres marcas emblemáticas del surf conocidas como las Big Three -Rip Curl, Billabong, y Quiksilver-, con orígenes en la década de los 60 y principios de los 70 comenzaron su vida en el diseño y fabricación de ropa y accesorios de surf (tablas, trajes de neopreno, boardshorts, botas, jumpers y camisetas) y pronto se convirtieron en prominencia nacional en los años 1990 y 2000, conectadas con escenas subculturales locales, empresas globales y financieras vendiendo productos relacionados con el surf a las masas (Warren y Gibson 2017).

Rip Curl creció hasta convertirse en la marca de surf de propiedad privada más grande del mundo a principios de la década del 2000, valorada en 450 millones de dólares en 2009.

Mientras que Quiksilver y Billabong harían la transición para convertirse en corporaciones públicas multimillonarias, enumeradas en la Bolsa de Nueva York (NYSE) y Australian Securities Exchange (ASX) respectivamente.

2.3.2. California

La World Surf League (WSL) tiene su sede en Los Ángeles, California, con oficinas en todo el mundo. Organiza el Tour anual mundial de campeonatos profesionales de surf, además de difundir los eventos en vivo en www.worldsurfleague.com, o a través de su aplicación móvil disponible en App Store, donde se puede experimentar la aventura del surf de competición en cualquier lugar y en cualquier momento.

Inicialmente el organismo directivo del surf profesional, fue el International Professional Surfers (IPS), fundado en 1976 y encabezado por los surfistas hawaianos Fred Hemings y Randy Rarick. Evolucionando posteriormente a la Association of Surfing Professionals (ASP), fundada en 1983 por Ian Cairns y que dio a luz en los años 90 a la nueva filosofía de la compañía llamada “los mejores surfistas del mundo, las mejores olas del mundo”. Finalmente en 2015, la ASP se convirtió oficialmente en la World surf League.

- El Circuito mundial consta de 11 eventos alrededor del mundo, en el caso masculino, está compuesto por 34 surfistas profesionales considerados la élite mundial de esta disciplina, el premio en metálico de cada evento es de 100.000\$ americanos para el primer clasificado. Por otro lado, el circuito mundial femenino consta de 10 eventos alrededor del mundo, y está compuesto por las 17 surfistas profesionales consideradas las mejores del mundo, siendo el premio en metálico de cada evento 60.000\$ americanos para la primera clasificada (www.worldsurfleague.com, 2018)

La principal novedad para el circuito mundial del 2018 es la inclusión del **Surf Ranch Lemoore**, un evento en la **piscina de olas artificiales privada**, hasta ahora propiedad del 11 veces campeón del mundo de surf, Kelly Slater, (recientemente adquirida por la WSL) tanto en chicos como en chicas. Así queda el calendario de la WSL para 2018: (Fontrodona, 2017)

- Quicksilver Pro Gold Coast, Australia (marzo 11- 22, 2018)
- Rip Curl Pro Bells Beach, Australia (marzo 28 - abril 8, 2018)
- Margaret River Pro, Australia (abril 11 - 22, 2018)
- Oi Rio Pro, Brasil (mayo 10 - 19, 2018)
- Bali Pro, Indonesia (mayo 27- junio 9, 2018)
- Corona open J-Bay, Sudafrica (Julio 2 – 13, 2018)
- **Surf Ranch Leemore, California/Usa** (Septiembre 5 – 9, 2018)
- Quicksilver Pro France, Francia (octubre 16 – 27, 2018)
- Meo Rip curl Pro Portugal, Portugal (octubre 16 – 27, 2018)
- Billabong Pipe Masters, Hawái/USA (diciembre 8 – 20, 2018)

Objetivos World surf league (www.worldsurfleague.com ,2018)

- Acercar el surf profesional a los aficionados de todo el mundo.
- Promover a los surfistas profesionales como atletas de clase mundial.
- Actuar respetando el medioambiente tanto dentro como fuera del agua.

2.3.3. Indonesia e Islas Mentawai

Debido a unas condiciones climáticas favorables y a una gran costa expuesta al fuerte oleaje del océano Indico, Indonesia contiene quizás desde marzo hasta octubre (este periodo abarca la temporada seca, momento en que las costas de Indonesia e Islas Mentawai reciben un fuerte oleaje procedente de las tempestades originadas en la Antártida, cruzando todo el océano Indico hasta llegar a sus costas) las mejores rompientes de surf de todo el mundo en cuanto a calidad y perfección.

Es por ello que cuando el mercado occidental de surf se percató del potencial del idílico lugar, sobre los años 90, se empezó a comercializar como destino turístico de surf, y rápidamente el capital procedente de la industria de surf extranjera colonizo este lugar del mundo abasteciéndolo de miles de surfistas cada año, utilizando como cebo miles de anuncios, decenas de videos y docenas de artículos de viaje.

Dicho proceso ha culminado en la construcción de un espacio turístico de surf basado en la aventura, el descanso y la búsqueda de la ola perfecta.

Este país ha demostrado ser realmente eficaz para aumentar los ingresos de quienes integran esta sinergia de marketing, permitiendo la extracción de valor de los recursos de las comunidades de destino sin compensación, por ejemplo; operadores turísticos, los medios de comunicación y los fabricantes de ropa de surf.

La realidad es que las comunidades indígenas de las islas Mentawai viven en la pobreza, se estima pueden generar un sostén familiar de 30 \$ Australianos al mes aproximadamente (Surf Aid international, 2003). Mientras que los surfistas occidentales disfrutan sus suntuosas vacaciones a bordo de yates de lujo que les proporciona un tour por los mejores rompientes, pagando hasta 500 \$ Australianos por día.

En el año 2000, la industria del turismo de surf en las islas Mentawai proporcionaba más de treinta yates ofreciendo tours por los mejores rompientes, varios operadores empezaron a adquirir tierras, incluso islas enteras, sobre las cuales se han construido complejos de lujo orientados al surf. (Ponting, 2005).

La economía local al percatarse de los ingresos que proporciona dicha actividad también empezó a ofrecer casas de huéspedes (homestay, Losmen) a precios mucho más asequibles y ofrecer transportes a dichos rompientes. Originando una nueva fuente de ingresos para el mercado local y nacional.

Sin duda un país subdesarrollado que actualmente crece a una velocidad vertiginosa en parte gracias a ser un referente como destino turístico de surf.

2.3.4. Maldivas

La República de las Maldivas es una nación archipiélago independiente, que se extiende a ambos lados del ecuador al sur de la India. Incorpora 26 atolones, administrados como 7 provincias. Es uno de los países más bajos del mundo, con una elevación promedio de la tierra de menos de 3 m sobre el nivel del mar. Por lo tanto es altamente vulnerable a la inundación y la erosión por fenómenos meteorológicos extremos, por el cambio climático y el aumento del nivel del mar. (Buckley, 2017).

De 1192 islas individuales en las Maldivas, 188 están habitadas y 1004 deshabitadas. La población total es de unas 400.000 personas, de las cuales sobre un 38% reside en la isla de Malé la capital.

En los últimos 40 años, la economía de las Maldivas se ha vuelto cada vez más dependiente del turismo. El sector turístico actualmente contribuye con el 25% del PIB y el 40% de los ingresos del gobierno.

Los primeros centros turísticos se abrieron en el atolón de Malé del norte en 1972, con una capacidad conjunta de 280 camas, y un total de 1.079 turistas llegó ese año. Cuarenta y tres años después, la capacidad total de la cama en 2015 fue de 31.569, con visitas anuales de turismo de más de 600.000 personas. (Buckley,2017).

La capacidad actual incluye: 111 resorts con capacidad conjunta de 23.917 camas, 9 hoteles con capacidad para 1704 camas, 220 casas de huéspedes con capacidad de 3.209 camas, 161 embarcaciones de safari dedicadas al turismo de surf y buceo y además 82 resorts y 7 hoteles en desarrollo.

En cuanto al turismo de surf, los mejores rompientes o spots de surf de Maldivas están restringidos a los bordes este y sur de los atolones, donde los canales profundos se cruzan con los arrecifes externos de los atolones individuales, con una orientación apropiada al oleaje oceánico y los vientos predominantes. Las condiciones para realizar surf son altamente estacionales, produciéndose olas de alta calidad solo durante algunos meses del año, cuando los sistemas de baja presión en el sur del Océano Indico generan olas constantes. (Buckley, 2017).

Los atolones del sur de Malé son la mejor opción para surfear durante marzo y abril. En cambio los atolones situados al centro proporcionan las mejores olas de mayo a octubre, y los atolones del norte de Malé no se utilizan para realizar la práctica del surf, ya que no propician sitios adecuados debido a su localización. Los atolones del sur son menos accesibles que los atolones del centro de Malé, se tardan varios días en barco, o 45 minutos en avión desde el aeropuerto internacional en la ciudad capital de Malé.

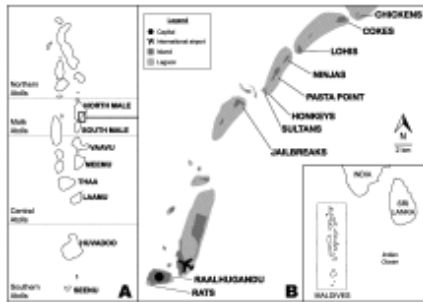


Figura 1. Mapa de las Islas Maldivas y sus emplazamientos de surf (Buckley, 2017)

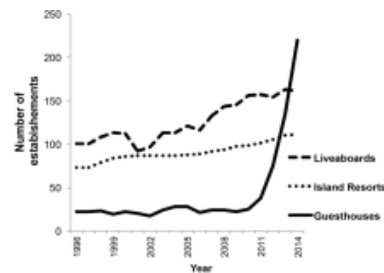


Figura 2. Evolución negocios influenciados por el surf en Maldivas (Buckley, 2017)

Actualmente, las embarcaciones safari que realizan tours de surf en los atolones del sur operan a menores volúmenes, mayor lujo y a un 60-80% más de precios que los atolones Malé centro, aproximadamente 2.500\$ semanales por surfista.

Las embarcaciones safari tienen restringido el acceso a dos rompientes que se encuentran junto a centros turísticos ubicados en pequeñas islas que comercializan específicamente el surf solo para turistas instalados en dichos centros (resorts), con derecho de acceso exclusivo a la zona de surf y bloqueo activo que no permite el acceso en bote, ni de turistas, ni de gente local. Dichas islas son adquiridas por concesiones de 50 años a un precio de 5 millones de \$, siendo el precio medio de estancia semanal alrededor de 3.000 \$ por surfista. (Buckley, 2017).

2.3.5. Costa Rica

Centro América y Sudamérica bañados tanto por el océano pacífico, como por el océano Atlántico son claramente destinos de surf a tener en cuenta, ya que cuentan con un clima cálido y unas costas sin fin, que brindan un abanico de opciones en cuanto a la práctica del surf. Para poner un ejemplo se analiza el impacto del surf en Costa Rica, que según (Jones, 2016):

En la última década una ola de dinero extranjero ha estado aterrizando en Costa Rica. No solo proveniente de compradores de café o de remesas, sino también generada por “surfistas” extranjeros.

Según el Gobierno de Costa Rica, en 2004, más de 220.000 surfistas gastaron 273,3 millones de US\$ en este país. Dentro de los próximos años, está previsto que el número de surfistas que visite el país se duplique. Todo ello debido a que los lugares tradicionales para hacer surfing, como es el caso de Indonesia y países colindantes a este, han sido devastados en más de una ocasión por tsunamis y actos terroristas,

provocando que el turismo de surf se desplazara hacia otros lugares del globo, dando popularidad a otros destinos como es el caso de las playas centroamericanas y sudamericanas, según la federación de surf de Costa Rica.

Como si fuera poco, el país está muy cerca de EE.UU, y tiene un índice de criminalidad muy bajo. Además, viajar a Centroamérica es barato afirma Middleton Rutledge, un agente inmobiliario de 35 años de edad, que ha visitado el país en nueve ocasiones para practicar surf. Argumenta que las tarifas de hotel a lo largo de la costa del país oscilan desde 10 \$US hasta 200 \$US la noche, siendo el precio del billete de avión alrededor de 450 \$US. Rutledge tenía pensado ir a Indonesia hasta que la zona fue arrasada por el tsunami de 2004. (Jones, 2016).

Hay otros destinos continentales que están atrayendo a los surfistas actualmente como ejemplo citar que en África destacan Marruecos y Sudáfrica, así como en sud y centro América destacan Perú, Chile, Brasil, Argentina, el Salvador, Nicaragua entre otros. Emplazamientos donde los precios todavía no se han elevado y son más seguros que unos años atrás.

2.4. Potencial económico del turismo de surf en España

Para estimar el impacto potencial del turismo de surf en España, nos situamos en un punto concreto de la geografía Española, que debido a su localización y a otras características naturales se considera uno de los mejores emplazamientos de surf de todo el continente Europeo, Mundaka.

Mundaka es un pueblo pesquero Español, pequeño y sin pretensiones, con un rico patrimonio y bellos paisajes. Situado en Vizcaya una de las provincias del País Vasco en el norte de España. El pueblo es conocido por estar ubicado dentro de la reserva de la Biosfera de Urdaibai, Mundaka ha tomado ventaja del creciente mercado de turismo basado en la naturaleza al tiempo que mantiene su cultura y paisajes. Hogar de aproximadamente 1.900 personas, la principal fuente de ingresos de Mundaka proviene del turismo (Turismo Mundaka 2007, citado en Murphy, (2008)).

Situado en la orilla izquierda de Guernica, es la puerta de entrada a la reserva de la Biosfera de Urdaibai, que se estima que ocupa el 10% del territorio de Vizcaya (Turismo Mundaka 2007, citado en Murphy, (2008)).

Los turistas acuden a la reserva, así como a los 19 municipios circundantes, siendo Mundaka el anfitrión aunque probablemente más conocido por su surf y su famosa ola izquierda (dependiendo de la forma que tiene el fondo marino, las olas tienden a romper de izquierda a derecha o viceversa) de 400 metros de

largo, formada naturalmente por un banco de arena, al estar situada en la desembocadura de una ría, considerada mundialmente la mejor ola de Europa.

El surf trae miles de turistas a la pequeña aldea, y hasta hace unos años parada obligatoria del prestigioso Tour mundial de surf organizado por la world surf league (WSL).

En promedio, se estima que el surf trae entre 5.000 y 15.000 surfistas a la pequeña aldea cada año, y adicionalmente de 20.000 a 30.000 surfistas y aficionados más, atraídos por la prueba del campeonato del mundo de la WSL conocida como Billabong PRO (Turismo Mundaka 2007, citado en Murphy, (2008)).

Estar ubicado dentro de la reserva de la Biosfera ha protegido esta zona costera de problemas de contaminación y explotación, sin embargo, la construcción naval, que tiene lugar unas pocas millas ría arriba, ha amenazado al surf y a la economía local. (Murphy, (2008)).

Aproximadamente se construye un barco cada 5 años (The Independent, 2006, citado en Murphy, (2008)), y en 2004, se realizó un proyecto de dragado, necesario para mover el último barco al mar, pero un desafortunado efecto secundario de este dragado fue la destrucción de la barra de arena que forma la ola. El proyecto de dragado removió más de 243.000 m³ de arena y creó dunas de arena en la orilla opuesta a donde rompe la ola, tal hecho propició que el flujo del río y las corrientes erosionaran el banco de arena en el lecho del río y provocó la desaparición de la ola (Sunday, 2005, citado en Murphy, (2008)).

Esto resultó en la cancelación del campeonato de la WSL en 2005. La ola comenzó a reponerse durante el 2006, pero por falta de una buena marejada el campeonato tampoco se celebró, y finalmente la WSL optó por suprimir Mundaka del Tour profesional de surf.

A continuación, en la tabla 1, se puede observar el impacto económico del turismo de surf en Mundaka, dependiendo de la cantidad de visitantes. La cantidad o el número de visitantes se llega a cuadruplicar durante la realización del campeonato de la WSL (Billabong PRO), lo cual demuestra la importancia que tiene el surf para la economía local. Posteriormente, en la tabla 2 se detalla el gasto diario por tipo de visitante, dependiendo de si pernocta o no, en Mundaka, y si es el caso, si lo hace en camping o en un Motel de la aldea.

Tabla1*Impacto económico del turismo de surf en Mundaka, España.*

Cantidad de visitantes	Gasto directo anual visitantes	Empleos generados
10.000 u.	1.200.000 \$	24
20.000 u.	2.400.000 \$	48
30.000 u.	3.600.000 \$	71
40.000 u.	4.800.000 \$	95

Nota. Recuperado de Oregon State University, USA, and University Madrid, Spain. Comissioned by Save The Waves Coalition.

Tabla 2*Gasto diario por tipo de visitante en Mundaka, España.*

Tipo de visitante	Usuario de día no local	Usuario Motel / Hotel	Usuario Camping
Motel / Hotel	0,00\$	57,00\$	0,00\$
Camping	0,00\$	0,00\$	29,00\$
Restaurante y Bar	18,00\$	16,00\$	18,00\$
Comestibles	7,00\$	5,00\$	7,00\$
Combustible	28,00\$	7,65\$	9,30\$
Lecciones surf	0,00\$	53,00\$	0,00\$
Ropa	10,00\$	10,00\$	23,00\$
Articulos deportivos	2,00\$	26,00\$	23,00\$
Accesorios	8,00\$	8,00\$	6,00\$
TOTAL	73,00\$	182,65\$	115,30\$

Nota. Recuperado de Oregon State University, USA, and University Madrid, Spain. Comissioned by Save The Waves Coalition.

2.5. Poder de Mercado del surf

Se puede decir que el surf ha evolucionado desde cero, naciendo en una playa solitaria, para convertirse primero en un deporte de ocio. Y seguidamente en una industria de miles de millones de dólares, y los involucrados son muy conscientes de ello y de su poder de mercado (Murphy, 2008).

El poder de mercado del surf es tan evidente que países como Australia, Nueva Zelanda, Reino Unido e incluso la India se han planteado la posibilidad de construir arrecifes artificiales, con el propósito de crear mercados de turismo de surf (Murphy, 2008).

Definición arrecife propuesta por (Cano, 2007); se trata de una estructura geológica de origen biológico, siendo sólida, masiva y con formas variadas, que cubren la matriz rocosa de algunos fondos marinos tropicales y subtropicales.

Los Arrecifes se crean mediante la fijación de organismos al fondo que forma los esqueletos, normalmente corales pétreos. Se considera el hábitat más rico y diverso de los biotipos marinos. (Cano, 2007) Asegura que con el aumento de las actividades del hombre en las costas, como la pesca, deportes náuticos, turismo, contaminación..., los arrecifes naturales han sufrido deterioro, circunstancia que ha llevado a la producción de arrecifes hechos por el hombre para diferentes fines entre los que se encuentra “mejorar las condiciones de surf de un rompiente”(Cano, 2007). Es decir, los arrecifes artificiales modifican los fondos de un rompiente y aprovechando la energía de las olas, tratan de reproducir una ola de características adecuadas para la práctica de surf.

En el año 2009 se abrió en Europa, concretamente en la localidad de Boscombe, situada en Bournemouth un arrecife artificial público gratuito, que constituya el principal atractivo para la reconversión turística de la zona. La inversión fue de 3 millones de Libras, y se estima que produjo un impacto económico de 10 millones anuales al área y proporcionó 60 empleos a tiempo completo y otros 30 a tiempo parcial (Bournemouth.gov, 2006 citado en Murphy, 2008).

En Nueva Zelanda, concretamente en Mount Maunganui, se realizó un arrecife artificial concretamente para la práctica de surf, que se estima generó 500 mil \$ australianos en el área local en un año, estimando que recibía la visita media de 50 surfistas al día. Otro proyecto de arrecife artificial, llevado a cabo en Nueva Zelanda, esta vez en South Taranaki, Opunake, se estimó produjo 129.920 \$ australianos durante el primer año, cifra que se elevó a 288.120 \$ australianos en el quinto año. Dicho arrecife fue propuesto como una posible forma de salvar el turismo costero del área, debido que un período de entre 15 y 20 años se habían perdido alrededor de 300 empleos en el área (Tourism Resource Consultants 2002, citado en Murphy, 2008).

Un Estudio realizado por Lazarow y Nelson utilizó un enfoque multidisciplinario para medir el valor del surf, concretamente en South Stradbroke en Queensland, Australia. Utilizando técnicas de economía, antropología, y ciencia política, calcularon que el impacto económico potencial anual fue de 20 millones de \$ Australianos (Murphy,2008).

Muchos Sitios costeros están intentando comercializar la cultura del surf, ya que además de observar los beneficios que pueden asociarse a este mercado y a este valioso consumidor, también se han percatado que es una forma de proteger las preciosas líneas costeras y mantener la economía local (Jackson, et al 2002 citado en Murphy, 2008).

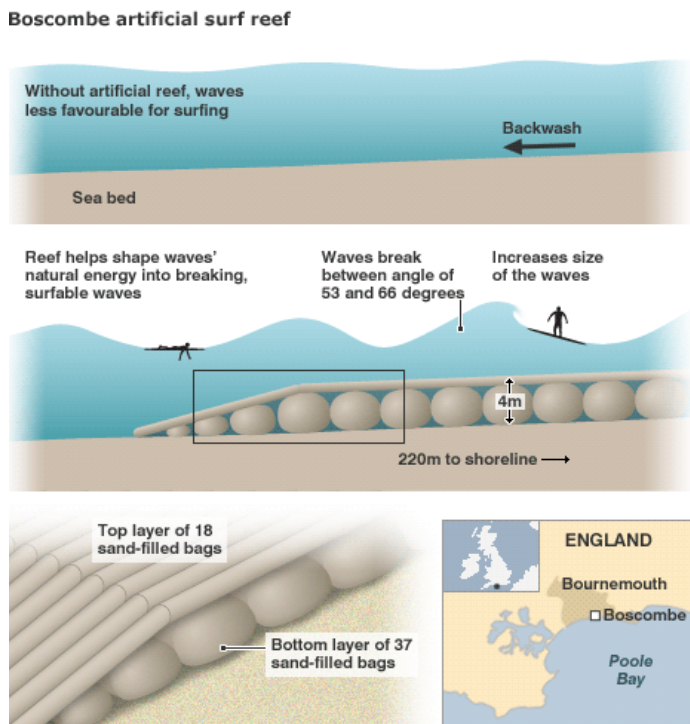


Figura 3. Recreación arrecife artificial de Boscombe, Reino Unido (<https://surfingshow.files.wordpress.com/2011/02/boscome-surf-reef.gif>)

2.6. Análisis (DAFO) Debilidades Amenazas Fortalezas y Oportunidades

Haciendo uso de toda la información recopilada sobre el mercado, la cual emana de la práctica de un deporte motejado surf, se procede a analizar las principales debilidades y fortalezas internas, así como las amenazas y oportunidades externas que pueden influir en la realización del proyecto de creación de Roar Pool Surfing.

Se pueden observar a continuación en la Tabla 3.

Tabla 3*Análisis DAFO de Roar Pool Surfing*

FORTALEZAS	DEBILIDADES
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Tecnología patentada de última generación. ▪ Diferentes líneas de negocio. ▪ Innovación en cuanto al producto principal. ▪ Amplias, cómodas y modernas instalaciones. ▪ Atención personalizada. ▪ Amplio mercado objetivo. ▪ Localización turística. ▪ Abierto todo el año. ▪ Estilo de vida saludable. ▪ Sin competencia directa en la isla. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Costes maquinaria. ▪ Financiación. ▪ Inversión inicial. ▪ Rentabilidad ubicación. ▪ Inexistente en España actualmente. ▪ Dependencia del mercado meta. ▪ Estacionalidad del turismo internacional. ▪ Consumo energía.
OPORTUNIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Demanda no atendida. ▪ Mas de 35 millones de usuarios a nivel mundial. ▪ Somos los primeros en ejecutar este tipo de negocio en España. ▪ Creación de empleo. ▪ Deporte con crecimiento masivo a nivel local y nacional. ▪ Patrones sociales en cuanto a vida saludable nos favorecen. 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Es moda o llega para quedarse. ▪ Caída de la demanda. ▪ Decisiones políticas. ▪ Tipos de interés. ▪ Falta de capital. ▪ Reacción del público. ▪ Disminución del turismo. ▪ Impuestos energéticos. ▪ Permisos obra. ▪ Barreras Legales.

Nota. Elaboración propia.

2.7. Productos, Servicios, y Características técnicas de Roar Pool Surfing

Roar Pool Surfing ofrece tres líneas de negocio diferenciadas, que juntas se complementan y brindan al usuario la posibilidad de practicar surf, pernoctar en nuestro centro si así lo desea y, utilizar nuestras instalaciones para prepararse lo que mas le apetezca comer.

La Primera línea de negocio “Roar Pool Surfing” esta orientada a la practica de surf, mediante el uso de alta tecnología patentada y proporcionada a través de la empresa wavegarden.

Características técnicas

Según los creadores de la empresa guipuzcoana Wavegarden, que proporciona la tecnología que se utilizará en Roar Pool Surfing, la economista alemana especializada en deportes Karin Frish y el ingeniero industrial vasco Josema Odriozola ambos surfistas, argumentan que el producto que proporciona Wavegarden es un modelo de instalación deportiva, basado en los deportes relacionados con las olas, donde lo que prima es la diversión. El producto permite que se practique surf en todas sus modalidades de tablas, bodyboard, piragüismo o stand-up-paddle-surfing, proporcionando sensaciones similares a las de surfear en el mar. El espíritu de Wavegarden es crear un buen spot (en el argot de surf, un spot es un lugar donde las olas rompen con calidad suficiente para la práctica del surf) que aporte diversión a todos sus usuarios (Frisch, 2011).

Consiste en una pasarela o *pier* (muelle) que divide una piscina, o embalse de agua por la mitad a lo largo y, bajo la pasarela, un *wavefoil* -una especie de cuña-. Ambos mecanismos se desplazan a través de unos raíles generando olas a cada lado de la pasarela. Se trata de un modelo bidireccional: las olas se desplazan de izquierda a derecha y viceversa. Permitiendo a los ya iniciados surfear olas no saturadas y seguras, con forma de tubo y con recorrido superior a 20 segundos, que no tiene ni arrecife de coral, ni rocas, ni peligrosas corrientes (Frisch, 2011).

2.7.1. *Wavefoil*

Inspirado en principios aeronáuticos, consiste en un sistema hidrodinámico, similar a un ala de avión, accionado por un sistema de motor parecido al de un remonte de esquí, diseñado para generar el mayor volumen de olas posible con diferentes tamaños y minimizando el consumo de energía. Gracias a su fabricación en acero galvanizado el wavefoil es extremadamente robusto y capaz de soportar millones de ciclos. El waivefoil se mueve debajo del pier central (muelle) a una velocidad de entre 4,5 y 7,5 metros por segundo, desplazando el agua y formando una ola limpia (www.wavegarden.com, 2018).

2.7.2. Pier

Ubicado en el centro de la piscina o embalse de agua, tiene varias funciones, como, evitar que los surfistas entren en contacto con el equipamiento técnico, apoyar el cable de remonte mediante poleas, y ofrecer una visión privilegiada y cercana a la acción a espectadores, socorristas, cámaras y fotógrafos (www.wavegarden.com, 2018).



Figura 4. Imagen del pier central (www.wavegarden.com, 2018)



Figura 5. Imagen surfista entrando (www.wavegarden.com, 2018)



Figura 6. Sistema de control (www.wavegarden.com, 2018)



Figura 7. Perspectiva lateral ola y pier (www.wavegarden.com, 2018)

La Tecnología que se utiliza para su generación es completamente innovadora. Partiendo de modelos experimentales y maquetas a escala se ha depurado el sistema para conseguir un generador de olas que funciona a tamaño real y las produce de calidad excelente, similares a las mejores condiciones que puedan darse en el mar. Funciona del mismo modo que una ola en el océano. Al igual que estas rompen en un arrecife o banco de arena, una masa de agua que se mueve sistemáticamente sobre una superficie provoca la formación de la ola. La diferencia radica en que se puede regular el tamaño y la velocidad, de manera que se adapte a todos los niveles, desde principiantes hasta surfistas

de élite. La ola es graduable en altura y puede ser tan larga como permita la dimensión de la lámina de agua (Frisch, 2011).

Afirma (Frisch, 2011) que el objetivo a sido crear una ola de calidad con costes energéticos y de impacto moderados. Se trata de hacer posible la práctica de surf, tanto en ciudades con gran captación de público, como en lugares con medios mas limitados. El generador de olas se puede aplicar a láminas de agua existentes o nuevas, con una mínima obra civil. Toda la instalación se convierte en un gran parque, la piscina o embalse de agua se rodea de zonas verdes, y los bordes del agua son playas de pendiente suave. El impacto medioambiental de la instalación es mínimo, toda la maquinaria y el generador se encuentran soterrados o sumergidos. Las condiciones adecuadas del agua se mantienen mediante un tratamiento de electrólisis que tiene un consumo de energía mínimo y no necesita de agentes químicos para la limpieza del agua. Por otro lado, el consumo de energía del generador wavegarden es ostensiblemente inferior al de todas las instalaciones existentes.

2.7.3. Servicios que ofrece Roar Pool Surfing

Mediante la primera línea de negocio:

- Iniciación surf
- Perfeccionamiento surf
- Actividades de empresa para suprimir el estrés acumulado mediante la practica de surf
- Actividades extraescolares para niños y adolescentes, con servicio de transporte
- Competiciones profesionales y eventos locales e insulares de surf.
- Ocio en familia
- Deporte con amigos
- Alquiler material: tablas surf, body-board, Stand-up-paddle-board, piragua de rio, neoprenos, leash...

La segunda línea de negocio, denominada “Roar Pool Surfing food & drinks”, esta destinada a todos los usuarios, ofrece la posibilidad de hidratarse y nutrirse, en nuestro espacio destinado exclusivamente a ello, a través de un concepto diferente de lo convencional.

Roar Pool Surfing pone a disposición de los usuarios, unas instalaciones diseñadas para poder prepararse cualquier cosa que le apetezca tomar para comer y beber, de esta forma retomar las fuerzas necesarias para poder seguir practicando lo que más nos gusta en esta casa, el surf, a través de un sistema de **autoservicio**.

Dichas instalaciones están equipadas con todo lo necesario para que el cliente usuario pueda prepararse lo que más le convenga a nivel personal, y de esta forma seguir una dieta sana y saludable personalizada.

Lo único que deberá hacer es traer sus alimentos y bebidas, y dispondrá de una zona donde podrá cocinarlos, consumirlos, almacenarlos y acceder a ellos en el momento que más le apetezca durante su estancia, a cambio de alquilar nuestro servicio.

Para los clientes usuarios que no simpaticen con dicho sistema de autoservicio, se ofrece la posibilidad de subcontratar un servicio de catering, proporcionado por una empresa local, compuesto de primer plato, segundo plato y postre. En cuyo precio se incluirá el alquiler de nuestro espacio habilitado para disfrutar de la comida en un entorno agradable, con vistas a la zona de surf.

La tercera línea de negocio “Roar Pool Surfing Relaxed” brinda a nuestros clientes dos alternativas para pasar la noche en nuestro centro.

La primera alternativa esta destinada a los usuarios individuales y a familias o grupos de hasta 4 personas, y ofrece la posibilidad de pernoctar en una de nuestras 20 cabañas fabricadas en madera y bambú, equipadas con aseo, y una pequeña terraza donde se podrá disfrutar de las estrellas, además de disponer de todo lo necesario para disfrutar de una noche tranquila, en un entorno comfortable.

La segunda alternativa dirigida a grupos escolares, grupos de amigos, de empresa o de surfistas federados, de entre 5 y 20 personas, Roar Pool Surfing Relaxed, habilita en sus instalaciones, dos habitaciones especialmente diseñadas para albergar hasta 20 personas cada una, equipadas con diez literas y baño compartido, además de disponer de una zona común entre ambas, donde se dispondrá de acceso a Internet y una pantalla donde se podrán seguir los eventos de surf del circuito profesional de surf de la WSL, o simplemente visualizar lo que mas les apetezca.

2.8. Los Clientes, nuestros clientes

Conocer mejor a nuestros clientes potenciales, nos permite poder realizar previsiones para el negocio, por lo tanto se procede a realizar una segmentación del mercado meta, utilizando de apoyo un estudio empírico que trata sobre lo que impulsa esta subcultura a consumir lo que más les llena, la práctica de surf.

Según el investigador de turismo en entornos económicos y sociedad (Kruger, 2017) , afirma que:

Segmentar a los surfistas según cómo se clasifican ellos mismos es una herramienta de segmentación del mercado útil, ya que brinda un perfil claro y directo, además de permitir comprender los diferentes tipos de surfistas y sus preferencias.

De acuerdo con el tipos de personas que practican surf se consideran a si mismos como:

1. Principiantes
2. Surfistas de fin de semana
3. Aficionados
4. Profesionales

Esta segmentación permitirá determinar las diferencias entre los segmentos con respecto a sus características, comportamiento, y motivos que le impulsan. Lo cual es vital para expandir el atractivo del deporte en los destinos de surf. Dependiendo del segmento al que pertenezcan describirán el surf de formas diversas, ya sea como un deporte, un pasatiempo, una profesión, una religión, la comunión con la naturaleza o una forma de vida. El surf es una actividad recreativa única y se diferencia de otros deportes principalmente porque la competencia con otros individuos no es el objetivo principal, más bien, el principal objetivo es la ola.

Las motivaciones que impulsan a surfear a estos individuos, están orientadas a seis indicadores principales:

1. Confrontación con lo natural y ecológico.
2. Las condiciones climáticas.
3. El riesgo y las aventuras.
4. La libertad de elección.
5. El desarrollo de una filosofía y cultura específicas.
6. Moda y hábitos diarios, como alimentación, vestimenta, lenguaje, tipos de equipo utilizado y medio de transporte.

A diferencia del resto de atletas que buscan ser mejor que su competencia, los surfistas son impulsados a practicar surf por la euforia de la experiencia y la búsqueda constante de nuevas sensaciones que produce esta actividad que también estimula la mente y los sentidos (Kruger, 2017)

Afirma (Kruger, 2017) que después de analizar su estudio que:

- La mayoría de surfistas eran hombres, de alrededor de 30 años, y aproximadamente una cuarta parte viven solos. (61% hombres, 39% mujeres)
- Tienen un comportamiento de viaje activo, están dispuestos a viajar al menos una vez al año, a un destino de surf donde se quedan como mínimo una semana.
- En promedio practican surf 3,6 días por semana.

Tabla 4. Resultados categorías surfistas

TIPO DE SURFISTA	PORCENTAJE
Principiantes	20%
Surfistas de fin de semana	33%
Aficionados	35%
Profesionales	12%

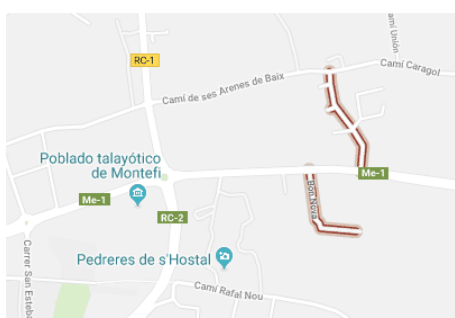
Nota. Recuperado de South African Journal For Research In Sport, Physical Education and Recreation.

2.9. Ubicación

En cuanto a nuestra localización, esta previsto ubicarnos en una parcela situada justo a la salida de Ciudadela, el pueblo más occidental de la Isla de Menorca, con acceso a través de la carretera general Me-1 dirección Ferrerías, concretamente en el Camino Bon Nova s/n, 07769 Ciudadela de Menorca, Islas Baleares, España.



Figura 8. Ubicación Roar Pool Surfing (Google Earth, 2018)



Bon Nova, 07769 Ciutadella de Menorca, Illes Balears

Figura 9. Dirección Roar Pool Surfing (Google maps, 2018)



Figura 10. Vista aérea parcela (Google Earth, 2018)

Se ha seleccionado esta localización concreta por varios motivos de peso:

- Según el (INE) Instituto Nacional de Estadística, Baleares recibió la visita de 13.790.968 turistas internacionales durante el año 2017.
- Para los extranjeros, es el mejor destino vacacional de España.
- Menorca es uno de los paraísos del mediterráneo occidental.
- Fue declarada reserva de la biosfera por la UNESCO en el año 1993.
- El paisaje de la isla es espectacular, lo cual proporciona una alternativa de ocio a nuestros clientes.

- El tiempo de Menorca es especial, lo cual es una ventaja competitiva frente a nuestros competidores, ya que disponemos de mejor clima y muchos más días de sol al año.
- Estamos cubriendo las necesidades de una demanda no atendida, ya que el mediterráneo esta limitado en cuanto a oleaje de calidad para la práctica de surf.
- A diferencia de los surfistas que residen en la península, que disponen de acceso al Océano Atlántico por carretera, los surfistas de la Islas Baleares se ven obligados a hacerlo utilizando el transporte aéreo o marítimo, lo cual encarece sus costes.
- La Ubicación de nuestras instalaciones, proporciona un fácil acceso, tanto para la logística, como para nuestros usuarios.
- Este punto de localización es idóneo, debido a que la gran mayoría de turistas que se mueven por carretera, se ven obligados a transitar por este tramo, ya que no existe otra carretera en la isla que conecte con la capital, Mahón.
- Acceso al puerto de ciudadela a 5 minutos por carretera desde nuestras instalaciones, motivo suficiente para que nos visiten nuestros turistas vecinos y surfistas de la Isla de Mallorca.
- No existe competencia directa insular, y actualmente no hay ningún proyecto de negocio similar al nuestro ejecutado en España.
- Como se puede observar en la figura 11, que se muestra a continuación, disponemos de suficiente terreno, lo que nos permite realizar un proyecto de estas características.



Figura 11. Medidas de la parcela en la cual esta previsto desarrollar el proyecto de negocio Roar Pool Surfing (Google maps, 2018)

2.10. Intermediarios Principales, Proveedores

El proveedor es la empresa que nos facilita su producto, al cual nosotros le añadimos un valor, que nos permite ofrecer nuestro servicio al fin de satisfacer una necesidad desatendida, a través de nuestras instalaciones, al usuario demandante.

Por tanto, el resultado final de nuestro servicio, se ve afectado directamente por la elección de los intermediarios principales, debido a ello resulta conveniente hablar en este proyecto sobre el producto que nos facilitan.

Nuestro proveedor principal que nos suministrará lo necesario para ejecutar dos de las tres líneas de negocio de este plan, concretamente Roar Pool Surfing y Roar Pool Surfing Relaxed, se prevé que sea wavegarden, administrada por INSTANT SPORT SL y perteneciente al sector de suministro de equipos industriales. A fin de dar a conocer su producto y mostrar hacia que tipos de mercados se puede destinar, seguidamente se puede observar la información extraída de su Web (www.wavegarden.com , 2018) :

Wavegarden representa una interesante y atractiva oportunidad de negocio en cualquier parte del mundo pudiéndose adaptar a diferentes segmentos de mercado:

Sector público

Es un proyecto muy atractivo para cualquier administración pública que quiera expandir sus instalaciones deportivas o de ocio promoviendo el turismo, tanto local como nacional. Un proyecto de estas características también crea empleo y ayuda al crecimiento económico del lugar. Con la inclusión del surf en los Juegos Olímpicos, las instituciones deportivas y sus gobiernos necesitarán complejos de alto rendimiento para el entrenamiento de sus mejores deportistas.

Instalaciones privadas

Puede adaptarse a clientes interesados a tener su propia ola en su propiedad o en su centro de trabajo. Si dispone de una superficie mínima de 1 hectárea, podemos crear su spot de surf soñado, personalizando el tamaño, forma y longitud de recorrido de la ola según sus necesidades. Ideal para sesiones de entrenamiento o, simplemente, para disfrutar surfeando...

Para atender las necesidades de nuestros clientes que quieran subcontratar el servicio de comidas y bebidas definido en nuestra línea de negocio denominada Roar Pool Surfing Food & Drinks, tenemos previsto que la empresa local que nos suministrará será BONA CUINA S.L., cita en Ciudadela de Menorca, a unos escasos 2 minutos por carretera de nuestras instalaciones.

A continuación se detalla en la tabla 5, tabla 6 y tabla 7, los diferentes tipos de comidas a las cuales nuestros clientes tendrán acceso si contratan el servicio y, el precio al cual nosotros posteriormente agregaremos la suma correspondiente para cubrir el uso de nuestras instalaciones por parte del cliente y el transporte hasta nuestro centro.

Tabla 5. *Menú del día que proporciona BONA CUINA S.L. y Precio*

MENU DEL DIA	PRECIO	POSTRE
Días laborales	6,60 euros	No incluido
Fin de semana	7,80 euros	Incluido

Nota. Elaboración propia, precios y producto obtenido a través de BONA CUINA S.L.

Tabla 6. *Paellas que suministra BONA CUINA S.L. y precio por persona.*

PAELLAS	PRECIO POR PERSONA
Paella mixta	7,80 euros
Paella de Marisco	9,80 euros
Arroz negro	9,80 euros
Fideuá mixta	7,80 euros
Fideuá de marisco	9,80 euros
Arroz ciego	11,00 euros
Paella o Fideuá de verduras	7,80 euros

Nota. Elaboración propia, precios y productos obtenidos a través de BONA CUINA S.L.

Todos Los Fines de semana: Pollo asado + ración patatas = 8,25 euros

Tabla 7. Comidas preparadas BONA CUINA S.L. y precio Kg.

PRODUCTO	PRECIO KG	PRODUCTO	PRECIO KG
Albóndigas con tomate	10,50 euros	Frito Mallorquín	11,90 euros
Albóndigas a la pimienta	12,10 euros	Frito marinero	12,90 euros
Albóndigas de calamar	10,95 euros	Filete de pescado	14,45 euros
Arroz de guarnición	7,55 euros	Garbanzos	5,95 euros
Arroz tres delicias	11,25 euros	Habas a la catalana	7,75 euros
Bacalao a la vizcaína	11,25 euros	Lentejas	5,85 euros
Bacalao Gratinado	21,00 euros	Cocido de alubias	5,95 euros
Berenjenas rellenas	10,10 euros	Lomo a la pimienta	15,50 euros
Calabacines rellenos	10,75 euros	Lomo con col	13,10 euros
Chuletas al horno	8,65 euros	Macarrones boloñesa	7,35 euros
Lomo rebozado	14,95 euros	Manitas de cerdo	8,75 euros
Callos	11,95 euros	Mejillones al horno	2,90 euros/bandeja
Canelones carne	3,55 euros/bandeja	Pastel de pescado	13,05 euros
Canelones pescado	3,55 euros/bandeja	Pechuga de pollo al queso	13,55 euros
Carne con guisantes	10,45 euros	Pechuga rebozada	13,65 euros
Croquetas de pollo	11,05 euros	Pollo Asado al horno	8,25 euros
Croquetas de pescado	10,95 euros	Muslo de pollo con patatas	8,65 euros
Escalibada	10,95 euros	Pulpo a la gallega	31,50 euros
Ensalada de pasta	9,25 euros	Raya al horno	14,45 euros
Ensalada de Arroz	10,75 euros	Riñones al jerez	8,75 euros
Ensaladilla rusa	10,25 euros	Salchichas al vino	8,90 euros
Ensalada pobre	8,90 euros	Sepia en salsa	20,00 euros
Espagueti boloñesa/carbonara	8,95 euros	Sepia a la plancha	26,00 euros
Estofado de cordero	6,855 euros	Sopas mallorquinas	8,75 euros

Nota. Elaboración propia, precios y productos obtenidos mediante BONA CUINA S.L.

2.11. Competencia

Seguidamente en la tabla 8 se procede analizar el impacto que representan nuestros competidores directos utilizando una tabla comparativa.

Tabla 8. Análisis comparativo competidores

ANALISIS COMPENTENCIA	ROAR POOL SURFING	SURF SNOWDONIA	NLAND SURF PARK
Precio lección de surf en temporada alta principiantes	60 euros	62 euros	70 euros
Precio lección de surf en temporada baja principiantes	50 euros	51 euros	70 euros
Precio lección de surf en temporada alta nivel intermedio	70 euros	73 euros	70 euros
Precio lección de surf en temporada baja nivel intermedio	60 euros	62 euros	70 euros
Precio lección de surf niños temporada alta	40 euros	45 euros	70 euros
Precio lección de surf niños temporada baja	35 euros	39 euros	70 euros
Precio temporada alta surf libre principiantes	55 euros	45 euros	57 euros
Precio temporada baja surf libre principiantes	45 euros	45 euros	57 euros
Precio temporada alta surf libre nivel intermedio	60 euros	51 euros	59 euros
Precio temporada baja surf libre nivel intermedio	50 euros	39 euros	59 euros
Precio temporada alta surf libre nivel avanzado	70 euros	56 euros	74 euros
Precio temporada baja surf libre nivel avanzado	65 euros	49 euros	74 euros
Curso de un día principiantes	70 euros	108 euros	70 euros
Curso de un día nivel intermedio	80 euros	119 euros	70 euros
Curso de un día nivel avanzado	90 euros	198 euros	70 euros
Curso de un día para niños	40 euros	73 euros	X
Surf Camp de tres días	250 euros	285 euros	7 días/ 529 euros
Lecciones escolares 5 semanas	100 euros	113 euros	X
Precio Alojamiento	12,5 / 25 / 40	28,50 euros	X
Alquiler tabla surf	10 euros	11,40 euros	X
Alquiler Neopreno	5 euros	5,70 euros	X
Días de sol al año	300 aprox.		
Ubicación	Menorca, ES	Gales, UK	Texas, EU
Precio billete aproximado de avión desde España	100 euros	300 euros	1.200 euros

Nota. Elaboración propia, precios y productos obtenidos a través (www.nlandsurfpark.com , 2018) y (www.surfsnowdonia.com , 2018).

En cuanto al precio de alojamiento para el caso de Roar Pool Surfing, varía dependiendo de si se pernocta en cabaña o en habitación compartida y de si se trata de temporada alta o temporada baja.

2.12. Previsión de ventas

La instalaciones de la tercera línea de negocio, Roar Pool Surfing Relaxed, se diseñan para albergar una ocupación máxima de 120 camas, las cuales se dividen en cabañas y habitaciones compartidas. Se dispone de 20 cabañas para 4 personas y 2 habitaciones compartidas con capacidad de 20 personas cada una, haciendo un total de 120 personas noche si la ocupación es del 100%.

Roar Pool Surfing Food & Drinks la segunda línea de negocio prevé que los usuarios de dicha línea deberán abonar la cantidad de 1 euro por persona y por comida o cena, dicha cantidad se reduce a 0,50 euros por persona si se trata de desayuno o merienda, en concepto de alquiler del mobiliario, lo que les permitirá disponer de todos los utensilios necesarios para nutrirse e hidratarse de la forma que más les convenga.

Los precios, relativos a la primera línea de negocio Roar Pool Surfing se observan en la tabla 8 de la página anterior. En cuanto a la capacidad conjunta de surfistas en la piscina se estima será de 60 surfistas simultáneamente, repartidos entre la zonas de aprendizaje para principiantes, zona de nivel intermedio, zona de avanzados y freesurfing.

Tabla 9. Previsión de ventas

Línea de Negocio	Precio	Cantidad	Total día	Total mes	Total año
Línea 1 T. Baja 75% ocupación	40 (media)	45	1.800	54.000	324.000
Línea 1 T. Alta 100% ocupación	60 (media)	60	3.600	108.000	648.000
Línea 2 T. Baja 75%	3	90	270	8.100	48.600
Línea 2 T. Alta 100%	3	120	360	10.800	64.800
Línea 3 Cabaña T. Baja 75% ocupación	25	60	1.500	45.000	270.000
Línea 3 Cabaña T. Alta 100% ocupación	40	80	3.200	96.000	576.000
Línea 3 Habitación Compartida todo el año	12,50	40	500	15.000	180.000
TOTALES	euros	personas	11.230 euros	336.900 euros	2.111.400 euros

Nota. Elaboración propia.

3. Plan de Recursos Humanos

En este apartado del plan de negocio se identifican las diferentes áreas integradas en la empresa y, se determina la plantilla de trabajadores necesaria para cubrir los puestos de trabajo de cada área, a fin de poder hacer una previsión de los costes relativos al personal, a los cuales deberá hacer frente la empresa para poder desarrollar la actividad.

A continuación, se puede observar en la figura 12, el diseño del organigrama de la empresa, el cual refleja las diferentes áreas vinculadas al negocio y el personal que se integra en cada área.

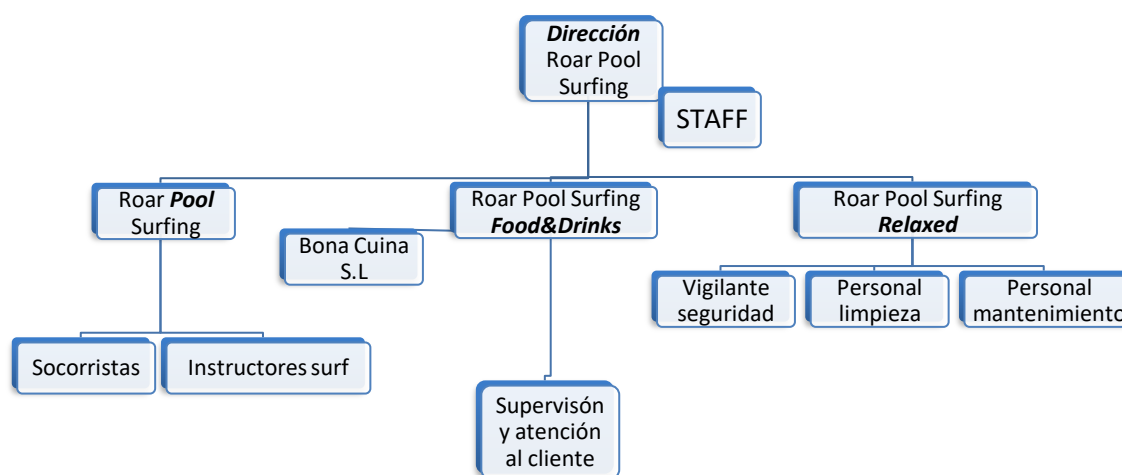


Figura 12. Organigrama empresa (elaboración propia).

Dirección

El área de dirección dispondrá de un solo directivo, su trabajo consistirá en llevar a cabo las principales funciones de la administración de la empresa como planificar, organizar, dirigir, coordinar y controlar el resto de áreas que conforman la organización. Para ello la dirección dispondrá de un Staff externalizado, contratando la prestación de sus servicios para asesoramiento jurídico, fiscal, laboral y contable. Su objetivo será incrementar las ventajas de cada competencia y disminuir las desventajas de las mismas, maximizando así la eficiencia de la dirección.

Roar **POOL** Surfing

El área Roar **Pool** Surfing hace referencia a la primera línea de negocio, esta área está situada en la piscina donde radica la ola. Las funciones principales en esta área serán instruir la disciplina del surf a nuestros clientes y velar por su seguridad, para ello se va a disponer de dos instructores de surf y dos socorristas, los cuales se complementarán para cubrir dicha actividad los siete días de la semana.

Roar Pool Surfing **Food & Drinks**

Esta área vinculada a la segunda línea de negocio, constará de un supervisor, que se encargará de velar sobre el buen uso del mobiliario ubicado en las instalaciones dedicadas a la alimentación, a las cuales nuestros clientes tendrán acceso para prepararse la dieta que más se ajuste a sus necesidades. El supervisor también se encargará de proporcionar a los clientes que así lo deseen todo lo relacionado con Bona Cuina S.L.

Roar Pool Surfing **Relaxed**

La siguiente área, vinculada a la tercera línea de negocio, la cual ofrece varias opciones para pernoctar en nuestras instalaciones a los clientes. Constará de un vigilante de seguridad nocturno, que se encargará de velar por la seguridad de nuestros clientes y sus bienes.

Además dos personas llevarán a cabo las tareas de limpieza de las cabañas y las habitaciones para grupos, y del área común, de forma que siempre estén preparadas y aseadas en el momento que nuestros clientes realicen el check-in o registro de entrada a nuestras instalaciones.

Por último esta área también dispondrá de una persona encargada del mantenimiento necesario para el correcto funcionamiento de nuestras instalaciones.

Seguidamente en la tabla 9, se pueden observar los costes del personal definido en las líneas anteriores, así como el tipo de contrato y su puesto de trabajo.

Tabla 10. Cuadro de planificación de RRHH

Puesto	Tipo contrato	Retribución mensual
Director	A tiempo completo	3.000,00 euros
Staff Asesores	Prest.serv.Profesionales	2.000,00 euros
Instructor 1	A tiempo completo	1.900,00 euros
Instructor 2	A tiempo completo	1.900,00 euros
Socorrista 1	A tiempo completo	1.000,00 euros
Socorrista 2	A tiempo completo	1.000,00 euros
Supervisor	A tiempo completo	1.700,00 euros
Seguridad	A tiempo completo	1.250,00 euros
Limpieza 1	A tiempo completo	900,00 euros
Limpieza 2	A tiempo completo	900,00 euros
Mantenimiento	A tiempo completo	1.400,00 euros

Nota. Elaboración propia

4. Plan Jurídico Mercantil

Se establece como forma jurídica la Sociedad de Responsabilidad Limitada, en adelante se procede a describir sus características principales, así como los tramites de constitución y puesta en marcha.

Según publicación de la Dirección General de Industria y de la PYME, perteneciente al Ministerio de Economía, Industria y competitividad del Gobierno de España, las principales características de la “Sociedad Limitada” son:

Sociedad de Responsabilidad Limitada

Descripción

Sociedad en la que el capital social, que estará dividido en participaciones sociales, individuales y acumulables, estará integrado por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.

Características

Es una sociedad de capital, cualquiera que sea la naturaleza de su objeto, con carácter mercantil y personalidad jurídica propia.

Dos formas de constitución: telemática y presencial.

Denominación social: Libre, debiendo figurar necesariamente la indicación “Sociedad de Responsabilidad Limitada”, “Sociedad Limitada” o sus abreviaturas “S.R.L.” o “S.L.”. La denominación social deberá obtenerse a través del Registro Mercantil; no se podrá adoptar una denominación idéntica a la de una sociedad ya existente.

Tiene que llevar un Libro de inventarios y Cuentas anuales, un Diario (registro diario de sus operaciones) y un Libro de actas que recogerá los acuerdos tomados por las Juntas Generales y Especiales y los demás órganos colegiados de la sociedad. También llevará un Libro de registro de los socios, en la que se harán constar la titularidad originaria y las transmisiones de las participaciones sociales.

Socios

La sociedad sólo reputará socio a quien se halle inscrito en el Libro de registro de socios.

Derechos de los Socios: participar en el reparto de beneficios y en el patrimonio resultante de la liquidación de la sociedad, participar en las decisiones sociales y ser elegidos como administradores.

Órganos sociales: Junta General de socios; órgano deliberante que expresa en sus acuerdos la voluntad social. Los Administradores; órgano ejecutivo y representativo de la entidad en sus relaciones con terceros.

Normativa

- Real Decreto Legislativo 1/2010 por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.
- Real Decreto 421/2015, de 29 de mayo, por el que se regulan los modelos de estatutos-tipo y de escritura pública estandarizadas de las sociedades de responsabilidad limitada, se aprueba modelo de estatutos-tipo, se regula la Agenda Electrónica Notarial y la bolsa de denominaciones sociales con reserva.
- Orden JUS/1840/2015, por la que se aprueba el modelo de escritura pública en formato estandarizado y campos codificados de las sociedades de responsabilidad limitada, así como la relación de actividades que pueden formar parte del objeto social.
- Real Decreto-ley 13/2010, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo.
- Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores y su internacionalización.

Número de socios: Mínimo 1.

Capital

El capital social, constituido por las aportaciones de los socios, no podrá ser inferior a 3.000 euros. Deberá estar íntegramente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución. Solo podrán ser objeto de aportación social los bienes o derechos patrimoniales susceptibles de valoración económica en ningún caso trabajo o servicios. Las participaciones sociales no tendrán el carácter de valores, no podrán estar representadas por medio de títulos o anotaciones en cuenta, ni denominarse acciones. La transmisión de las participaciones sociales se formalizará en documento público.

Aportaciones sociales: toda aportación se considera a título de propiedad, salvo que se estipule lo contrario.

Fiscalidad: Impuesto sobre Sociedades.

Responsabilidad: Limitada al capital aportado.

A continuación se resumen en la tabla 10 los tramites de constitución y los trámites para la puesta en marcha.

Tabla 11. *Tramites para la Constitución y para la Puesta en Marcha de la “S.L.”*

Trámites CONSTITUCIÓN		Trámites PUESTA EN MARCHA	
Registro Mercantil	Certificación negativa del nombre de la sociedad	AEAT	Alta censo de empresarios, Profesionales y Retenedores
AEAT	Solicitud número de identificación fiscal	AEAT	Alta impuesto actividades económicas (IAE)
Notaria	Firma de la escritura de constitución de la sociedad	TGSS	Alta socios y administradores
Consejería Hacienda CCAA	(ITP y AJD) Exenta la creación de empresas	Registro Mercantil	Legalización Libros
Registro mercantil	Inscripción empresa		
AEAT	Solicitud NIF		
Trámites CONTR. TRABAJADORES		Trámites ACTIVIDAD EMPRESARIAL	
TGSS	Inscripción empresa (obtención código CCC)	Ayuntamiento	Licencia actividad
TGSS	Afiliación trabajadores	Organismos oficiales	Comunicación alta
TGSS	Alta de los Trabajadores	Agencia Española protección de datos	Registro de ficheros de carácter personal
SEPE	Alta Contratos	Trámites COMPLEMENTARIOS	
Consejería trabajo CCAA	Comunicación de apertura centro trabajo	OFICINA ESPAÑOLA DE PATENTES Y MARCAS	Registro marca, nombre comercial o patente.
Inspección provincial de trabajo	Obtención calendario laboral		

Nota. Elaboración propia, trámites obtenidos a través de la Dirección General de Industria y de la PYME.

Roar Pool Surfing S.L. debe constituirse con un capital social de 3.000.000 de euros para poder llevar acabo este plan de negocio, cuyo monto debe ser aportado por los socios. Por tanto la dirección contempla la posibilidad de buscar inversores solventes interesados en esta idea de negocio, que puede ser atractiva para empresas hoteleras de la isla que quieran ofrecer actividades alternativas de ocio a sus clientes, así como para los ayuntamientos, organismos públicos, o personas físicas que crean en nuestra innovadora idea.

5. Plan Económico Financiero

5.1. Financiación

A continuación, se detallan las características del préstamo por valor de 8.000.000 euros que se va a solicitar para poder hacer frente a la inversión necesaria para llevar a cabo este plan de negocio. Toda la información ha sido extraída del Instituto Oficial de Crédito (ICO), a través de su página Web www.ico.es.

Según el Instituto Oficial de Crédito el producto que ofrecen es el siguiente:

ICO EMPRESAS Y EMPRENDEDORES 2018

Clientes

Podrán solicitar estos préstamos los autónomos, las entidades públicas y privadas (empresas, fundaciones, ONG's, Administración Pública), que realicen inversiones en España y/o necesiten cubrir sus necesidades de liquidez con independencia del domicilio social o fiscal y de si la mayor parte del capital es español o extranjero.

También podrán solicitar financiación a través de esta Línea los particulares, las comunidades de propietarios y las agrupaciones de comunidades de propietarios para rehabilitar viviendas y edificios o reforma de sus elementos comunes.

Conceptos financiables

1. Liquidez: necesidades de circulante tales como gastos corrientes, nóminas, pagos a proveedores, compra de mercancía, etc.
2. Inversiones dentro de territorio nacional:
 - Activos fijos nuevos o de segunda mano.
 - Vehículos turismos, cuyo precio no supere los 30.000 euros más IVA. Los Vehículos industriales podrán financiarse en un 100%.
 - Adquisición de empresas.
 - IVA o impuestos análogos.
 - Liquidez con el límite del 50% de la financiación obtenida.
 - Rehabilitación o reforma de edificios.

Desde la fecha de firma de la operación el cliente dispondrá de un año para realizar la inversión objeto de financiación.

Dónde se puede solicitar la financiación

En cualquiera de las Entidades de Crédito que colaboran con ICO en este producto. Puede consultar el listado completo de entidades

a las que se puede dirigir en el apartado “Donde solicitar” que figura en la ficha del producto <http://www.ico.es/web/ico/home>

Importe máximo por cliente

El importe máximo por cliente y año es de 12,5 millones de euros, en una o varias operaciones.

Modalidad de la operación

Cuando el destino sea Inversión podrá pedirse bajo la modalidad de préstamo o de leasing y cuando sea Liquidez se solicitará bajo la modalidad de préstamo o de línea de crédito.

Plazo amortización y carencia

Dependiendo del destino de la financiación, el cliente puede escoger entre las siguientes alternativas:

1. Liquidez 100%:

- 1 Año con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 2 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 3 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 4 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal

2. Inversión:

- 1 Año con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 2 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 3 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 4 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 5 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 6 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 7 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 8 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 9 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 10 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 12 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 15 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal
- 20 Años con 0 ó 1 año de carencia de principal

Para aquellas operaciones cuya finalidad sea Inversión y Liquidez, se podrá elegir cualquiera de los plazos de amortización establecidos para Inversión.

Tipo de interés del préstamo

El cliente podrá elegir entre un tipo de interés fijo o variable.

TAE de la operación

La Tasa Anual Equivalente (TAE) aplicable a la operación estará compuesta por el coste de la comisión inicial que en su caso aplique la Entidad de Crédito más el tipo de interés.

La TAE no podrá superar los límites siguientes:

- Para operaciones a plazo igual a 1 año: tipo fijo o variable más hasta 2,30%.
- Para operaciones a plazo de 2, 3 ó 4 años: tipo fijo o variable más hasta 4,00%.
- Para operaciones a un plazo igual o superior a 5 años: tipo fijo o variable más hasta 4,30%.

En el apartado “TAE” que figura en la ficha del producto en www.ico.es podrá consultar el coste máximo para el cliente (TAE) que se puede aplicar a las nuevas operaciones que se formalicen dentro de esta línea. Esta TAE se actualiza con carácter quincenal.

Garantías

La Entidad de Crédito podrá solicitar las garantías que estime oportunas salvo aval de SGR o SAECA.

Compatibilidad

Compatibilidad de esta financiación con las ayudas que conceden otros organismos. Esta financiación será compatible con ayudas recibidas de las Comunidades Autónomas (CCAA) u otras instituciones.

Documentación

El cliente tendrá que presentar la documentación que cada Entidad de Crédito considere necesaria para estudiar la operación.

Vigencia

El cliente podrá formalizar operaciones con la Entidad de Crédito hasta el 21 de diciembre de 2018.

5.1.2. Cesión del derecho de uso

Según (Labatut, 2016) Profesor Titular de la Universidad de Valencia y miembro del Consejo General de Economistas:

Una cesión del derecho de uso de un activo es aquel acuerdo por el que una de las partes (cedente) cede un activo a la otra parte (cesionario o beneficiario) para que esta lo pueda utilizar y aprovechar para la obtención de unos fines determinados. El acuerdo de cesión de derecho de uso es un derecho real limitado, pues no se cede la propiedad del bien que queda en poder del cedente, no siendo inscribible en el registro de la propiedad.

Desde el punto de vista contable, el problema de registro de los contratos de cesión de uso, escriba en considerar dicho contrato como una venta o un alquiler, de tal modo que:

Para realizar las siguientes afirmaciones se aplica la Norma y Registro de Valoración (NRV) 8ª del Plan General de Contabilidad sobre arrendamientos:

Cedente: Puede registrar la operación de dos modos:

- Considerarlo un alquiler y mantener el activo en su patrimonio. De esta forma el activo queda en el patrimonio del cedente, y en consecuencia a la totalidad de los importes recibidos se consideran ingresos del ejercicio o de ejercicios futuros, en función del devengo de los mismos, con independencia del momento de cobro.
- Considéralo una venta, y en consecuencia dar de baja el activo de su patrimonio: De modo que registra la baja del activo de su patrimonio, y la contraprestación recibida es la compensación por dicha baja, pudiendo surgir un ingreso o gasto por diferencias de valoración.

Todo esto, depende de la calificación contable que se le otorgue al contrato, en función de si mediante el mismo se transmite el control o no a la empresa cesionaria.

De tal modo que si la duración del período de cesión abarca casi toda la vida útil del activo, el control lo detecta el cesionario por lo que deberá registrarse como una venta (arrendamiento financiero), mientras que si esto no es así, el control lo sigue teniendo el cedente por lo que se considera como un alquiler (arrendamiento operativo).

Aclarado el concepto de cesión del derecho de uso, se informa de un posible acuerdo con la marca Rip Curl pionera en el mundo del surf, cediéndole derechos de uso exclusivos de nuestras instalaciones durante 5 años y solo en la temporada baja sin que puedan ejercitarlo durante los fines de semana, y siempre acordando unas fechas y horarios que no interrumpen ninguna de las actividades previstas por Roar Pool Surfing.

Algunos de los derechos que se formalizaran en el contrato se citan seguidamente; sesiones fotográficas, videos de sus atletas patrocinados, ejecutar campeonatos invitacionales, utilizar nuestras tres líneas de negocio de nuestras instalaciones en las fechas acordadas en el contrato, transporte y recogida del aeropuerto o puerto según proceda, entre otros beneficios relacionados con Roar Pool Surfing.

Dicho acuerdo se establece a cambio de una contraprestación económica de 1.500.000 euros, recibido anticipadamente, la cual se utilizará para poder hacer frente a gastos de constitución y disponer de flujo de efectivo suficiente para sustentar las operaciones necesarias para este plan de negocio. Este acuerdo también proporcionará publicidad que será beneficiosa para Roar Pool Surfing.

Se destaca que todos los productos adquiridos por Roar Pool Surfing en relación a la práctica de surf en nuestras instalaciones serán marca Rip Curl, condición impuesta por Rip Curl, entre otras, para poder proceder con el acuerdo de Cesión.

Si finalmente el acuerdo no se llevara a cabo, la dirección de Roar Pool Surfing podrá realizar el acuerdo con alguna otra marca interesada, en disponer los derechos de uso durante un tiempo determinado inferior a la mitad de la vida útil de los activos, de modo que los activos siempre serán propiedad de Roar Pool Surfing S.L.

5.2. Balance situación

A fin de recoger toda la información de carácter económico y financiero en relación a este proyecto, se elabora un balance en el cual se reflejan la cantidades correspondientes al activo de la empresa que hacen referencia a la inversión inicial, así como las cantidades correspondientes al patrimonio neto y pasivo de la empresa, referentes a la financiación de la inversión.

Tabla 12. Balance situación inicial.

ACTIVO		PASIVO	
A) Activo No corriente		A) Patrimonio Neto	
Inmovilizado intangible	150.000	Capital	3.000.000
Inmovilizado material	5.750.000	B) Pasivo No corriente	
Inversiones inmobiliarias	3.050.000	Deudas a l/p ent. crédito	6.934.203,2
B) Activo Corriente		C) Pasivo Corriente	
Existencias	550.000	Deudas a c/p ent. Crédito	1.065.796,8
Cientes		Proveedores	
Deudores			
Bancos	1.400.000		
Efectivo	100.000		
Total Activo (A+B)	11.000.000	Total PN y Pasivo	11.000.000
	euros	(A+B+C)	euros

Nota. Elaboración propia.

5.3. Cuotas préstamo

En la siguiente Tabla 12 se observa una simulación sobre las cuotas de amortización del préstamo ICO para empresas y emprendedores 2018, el cual ha sido detallado anteriormente en el plan económico financiero del presente plan de negocio. Aplicando el tipo de interés vigente y TAE correspondiente según el Instituto oficial de crédito.

El Capital a devolver es de 8 millones de euros y se estiman una tasa de interés del 6%, a devolver en un plazo de 10 años, 120 cuotas mensuales de 88.816,40 euros.

Préstamo con amortización a la francesa, la cuota incluye la parte del capital que devolvemos (amortización) y los intereses generados en el período, calculados sobre el capital pendiente de amortizar, de forma que se irá pagando menos intereses a medida que aumente el número de cuota.

Tabla 13. Simulación amortización préstamo ICO emprendedores 2018.

Número Cuota	Interés	Amortización	Capital Pendiente
0	-	-	8.000.000 euros
1	40.000,00 euros	48.816,40 euros	7.951,183,60 euros
2	39.755,92 euros	49.060,48 euros	7.902.123,11 euros
3	39.510,62 euros	49.305,79 euros	7.852.817,33 euros
4	39.264,09 euros	49.552,31 euros	7.803.265,01 euros
5	39.016,33 euros	49.800,08 euros	7.753.464,94 euros
6	38.767,32 euros	50.049,08 euros	7.703.415,86 euros
7	38.517,08 euros	50.299,32 euros	7.653.116,54 euros
8	38.265,58 euros	50.550,82 euros	7.602.565,72 euros
9	38.012,83 euros	50.803,57 euros	7.551.762,15 euros
10	37.758,81 euros	51.057,59 euros	7.500.704,56 euros
11	37.503,52 euros	51.312,88 euros	7.449.391,68 euros
12	37.246,96 euros	51.569,44 euros	7.397.822.23 euros
-	-	-	-
-	-	-	-
-	-	-	-
119	881,55 euros	87.934,85 euros	88.374,53 euros
120	441,87 euros	88.374,53 euros	0,00 euros

Nota. Elaboración propia

5.4 Ratios y comentarios

Liquidez = Activo corriente / Pasivo corriente

$$\text{Liquidez} = 2.050.000 / 1.065.796,80 = 1,9$$

El valor óptimo de este ratio está entre 1,5 y 2, debiendo ser en cualquier caso positivo. En este caso resulta 1,9 ajustándose al valor óptimo, lo cual es un buen indicador.

Fondo de Maniobra = Activo corriente – Pasivo Corriente

$$\text{Fondo de Maniobra} = 2.050.000 - 1.065.796,80 = 984.203,20 \text{ euros.}$$

El fondo de maniobra es un indicador de liquidez y debe ser positivo ya que si es negativo indica una situación de insolvencia a corto plazo. En este caso es positivo, por lo tanto indica que no habrá problemas de insolvencia en el corto plazo.

Ratio Endeudamiento = (Pasivo corriente + Pasivo no corriente) / Total Pasivo

$$\text{Ratio Endeudamiento} = (1.065.796,80 + 6.934.203,20) / 11.000.000 = 0,7$$

El valor óptimo de este ratio oscila entre el 0,4 y 0,6. Un resultado inferior indica que se está utilizando mal el dinero y un valor muy superior se traduce en excesivo endeudamiento. En el presente caso el valor es 0,7 justo por encima del valor óptimo superior, indicando un de endeudamiento superior al óptimo.

Referencias bibliográficas:

- Buckley, R.C., Guitart, A., Shakeela, A. (2017). Contested surf tourism resources in the Maldives. *Elsevier. Annals of Tourism Research* 64 (2017) 185-189. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.annals.2017.03.005> (23/03/2018)
- Cano Ramírez, P. A. (2007). Diseño de un arrecife artificial como estructura para modificación del oleaje. (19/04/2018)
- Esparza, D. (2011). De Hawái al Mediterráneo: La génesis del surf en España. *RICYDE. Revista Internacional de Ciencias del Deporte*, VII (26), 370-383. Disponible en: <http://www.cafyd.com/REVISTA/02603.pdf> (12/03/2018)
- Fontrodona, M. (2017). *As.com*. Disponible en: https://as.com/deportes_accion/2017/11/20/aqua/1511201595_929238.html (31/03/2018)
- Frisch, K. (2011). Tecnología para generar olas : centro de surf y deportes acuáticos Wavegarden. *Piscinas XXI: Revista De La Construcción, Mantenimiento Y Equipos De La Piscina, Spas Y Saunas*, XXI (238), 56-58 Disponible en: UIB préstamo interbibliotecario petición n 13801322 (16/03/2018)
- Gibson, C., & Warren, A. (2017). Subcultural enterprises, brand value, and limits to financialized growth: The rise and fall of corporate surfing brands. *School of geography and sustainable communities, University of Wollongong, Australia, Geoforum* 86 (2017) 177-187. Disponible en: <http://doi.org/10.1016/j.geoforum.2017.09.017> (19/03/2018)
- Gibson, C., & Warren, A. (2017). Creative industries, global restructuring, and new forms of subcultural capitalism: The experience of Australia's surf industry. *Australian Geographer*, 1-13. Disponible en: <http://doi.org/10.1080/00049182.2017.1385118> (19/03/2018)
- Hritz, N., & Franzidis, A. (2015). Exploring the economic significance of the surf tourism market by experience level. *Journal Of Destination Marketing And Management*, 7 (2018) 164-169. Disponible en : <http://doi:10.1016/j.jdmm.2016.09.009> (19/03/2018)
- Instituto Oficial de Crédito. (2018). *ICO empresas y emprendedores 2018*. Disponible en: <http://www.ico.es> (09/05/2018)
- Instituto Nacional de Estadística (2018). Disponible en: www.ine.es (22/04/2018)
- Jones, F. (2006). Paraíso de surfistas. *Latin Trade (Spanish)*, 14(3), 14. (23/03/2018)
- Kruger, M., & Saayaman, M. (2017). Sand, sea and surf: Segmenting South Africa surfers. *South African Journal For Research In Sport, Physical Education And Recreation*, 39(2), 115-132. (21/03/2018)

Labatut Serer, G. (2016). Cesión de derechos de Uso. 25-02-2016 CASO PRACTICO SOBRE LA CONTABILIZACION DE LOS DERECHOS DE USO. Consejo General de Economistas. <http://gregorio-labatut.blogspot.com.es/> (10/05/2018)

Garcia, A., Palmero, M., López, J., Fragoso, A. (2018). "Sociedad Limitada: Creación y puesta en marcha". MINISTERIO DE ECONOMÍA, INDUSTRIA Y COMPETITIVIDAD, Secretaria General Técnica, Subdirección General de Estudios, Información y Publicaciones. Centro de Publicaciones. Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa. Edición: abril 2018. Disponible en: www.ipyme.org (11/05/2018)

Murphy, M., & Bernal, M. (2008). The impact of surfing on the local economy of Mundaka, Spain. Oregon State University, USA, and University Madrid, Spain. Comissioned by Save The Waves Coalition. (27/03/2018)

Ponting, J., McDonald, M., & Wearing, S. (2005). DE-CONSTRUCTING WONDERLAND: SURFING TOURISM IN THE MENTAWAI ISLANDS, INDONESIA. / *Deconstruction de Wonderland: le tourisme du surf dans les îles Mentawai, en Indonesie. Society & leisure / Loisir & Société*, 28(1), 141-162. Disponible en: <https://doi.org/10.1080/07053436.2005.10707674> (19/03/2018)

Sariego López, I. (2015). El desarrollo turístico y territorial basado en el surf: Ribamontán al Mar, "Surf a toda costa". *Estudios Turísticos* 205 (3er T 2015) 119-136. (27/03/2018).

Wavegarden. (2018) *Tecnología del producto*. Disponible en: <http://wavegarden.com/es/lagoon-tecnología/> (12/02/2018)

World surf league. (2018) *About the Company*. Disponible en: <http://www.worlsurfleague.com> (31/03/2018)