



UNIVERSIDAD DE JAÉN
Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

PLAN DE NEGOCIO PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UNA EMPRESA

Alumno: Natalia Cuevas Martínez

Junio, 2017

ENGLISH ABSTRACT.

This project is based on the creation of a company, an amusement park, which are located in the municipality of Jaén. It will have a dimension of 260,000 square meters, and will have four diversified areas: Fun Zone (where are the attractions), Rest Area, Water Zone and Restaurant.

Customers will find a total of 21 attractions in the park and a large swimming pool. There will be monitors, lifeguards and security guards. In addition, customers can buy the ticket online, or at the park ticket office. There are different prices, depending on the type of customer (Adults, children, ancients or disabled).

The project starts with four promoters, who will be partners and workers in the company. Natalia Cuevas Martínez, Desireé Beteta García, Álvaro Pérez Rodríguez and Maria del Carmen Herrera Román. Each will contribute € 25,000 to the company's share capital at the beginning

the project has an initial outlay of € 14,137,959.69 and will be financed with a long-term loan of € 1,000,000 and a grant of € 500,000. When studying the economic and financial viability of this project, the result is positive. Therefore, if the company were really created, the result would be very satisfactory.

ÍNDICE.

1. INTRODUCCIÓN.....	1
1.1. Motivación y justificación del TFG.....	1
2. DESCRIPCION DE LA IDEA.....	2
3. PRESENTACION DE LOS PROMOTORES.....	3
4. ESTUDIO DE MERCADO Y ANALISIS ESTRATEGICO.....	3
4.1. Definición del sector de actividad.....	3
4.2. Fuentes de información y recogida de datos.....	4
4.3. Análisis del entorno genérico.....	4
4.4. Análisis del entorno específico.....	11
4.5. Análisis interno	12
4.6. Análisis DAFO	12
5. PLAN DE MARKETING.....	13
5.1. Marketing estratégico.....	13
5.2. Marketing operativo.....	16
5.3. Previsión de ventas.....	21
5.4. Cuantificación de las inversiones y los gastos corrientes de esta área.....	21
6. PLAN DE OPERACIONES.....	21
6.1. Descripción de los bienes y/o servicios desde una perspectiva de producción.....	21
6.2. Descripción de los procesos de elaboración/prestación de bienes y/o servicios.....	29
6.3. Determinación de la capacidad productiva.....	31
6.4. Proveedores y gestión de aprovisionamiento.....	31
6.5. Aplicación de la gestión de la calidad.....	33
6.6. Selección de la localización.....	34
6.7. Cuantificación de las inversiones y los gastos corrientes de esta área.....	36
7. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.....	36
7.1. Evaluación y selección del modelo organizativo de referencia para el diseño de la estructura de la empresa.....	36
7.2. Determinación de las necesidades de personal, diseño de puestos, determinación de funciones y responsabilidades.....	37
7.3. Representación del organigrama.....	39
7.4. Descripción de la política de recursos humanos.....	40
7.5. Cuantificación de las inversiones y los gastos corrientes de esta área.....	41
8. FORMA JURÍDICA Y TRAMITACIÓN PARA LA PUESTA EN MARCHA.....	42
8.1. Breve descripción de las principales formas jurídicas a considerar para dar cobertura a la actividad.....	42
8.2. Establecimiento de los criterios a tener en cuenta a la hora de evaluar su idoneidad.....	44

8.3. Selección justificada de una forma jurídica concreta.....	44
8.4. Descripción de los tramites a realizar para dar inicio a la actividad de la empresa.....	45
8.5. Cuantificación de las inversiones y los gastos corrientes de esta área.....	47
9. PLAN ECONOMICO-FINANCIERO.....	47
9.1. Determinación de la estructura económica y financiera del proyecto.....	47
9.2. Elaboración de los estados financieros previsionales.....	48
10. ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA.....	52
10.1. Cálculo de indicadores de rentabilidad absoluta (VAN) y relativa (TIR).....	52
10.2. Cálculo de ratios.....	53
11. CONCLUSIONES.....	56

Bibliografía

Lista de tablas, gráficos e imágenes

Anexos

1. INTRODUCCIÓN.

El Trabajo Fin de Grado a realizar tiene como fundamento el Plan de Negocio para la puesta en marcha de una empresa. Se conoce como la herramienta de trabajo necesaria para aquellas personas que quieran emprender una iniciativa empresarial, siendo un documento escrito por los promotores del proyecto, en el que se recogen los diferentes factores y objetivos de cada una de las áreas que intervienen, teniendo como finalidad el estudio de la viabilidad de dicho proyecto.

A lo largo del plan se abordarán los distintos análisis necesarios para la implantación de la empresa, como son el estudio del entorno genérico y específico en los que desarrollará su actividad; el plan de marketing, que determinará el mercado al que va dirigido; el plan de operaciones, incluyendo temas como el proceso productivo, la ubicación o los proveedores; la organización de los recursos humanos y su política; la forma jurídica a adoptar; el estudio financiero y económico, junto con el análisis de la viabilidad; y por último el resumen y las conclusiones, que pondrán fin a este estudio.

Para desarrollar este trabajo, hemos aplicado los contenidos de la mayoría de asignaturas impartidas en el Grado de Finanzas y Contabilidad de la Universidad de Jaén, como por ejemplo: Contabilidad financiera, Dirección de Marketing, Finanzas corporativas, Finanzas de Mercado, Contabilidad de gestión, Micro y macro economía, Régimen fiscal, Administración y dirección de empresas, Estados financieros, Economía mundial y española, Gestión jurídica laboral, y sobre todo la asignatura de Creación de empresas, ya que ha servido de gran apoyo para la elaboración de cada apartado de este Trabajo Fin de Grado.

1.1.Motivación, objetivos y justificación del tfg.

Para la elaboración del trabajo fin de grado, se me asignó la realización de un plan de empresa, sintiéndome afortunada, ya que es una cuestión muy interesante y necesaria a la hora de emprender, algo que está en auge hoy en día. En consecuencia, se ha escogido la representación de un proyecto que estudie la viabilidad de un parque de atracciones en Jaén, puesto que en esta provincia no hay implantada ninguna empresa que desarrolle dicha actividad. La idea surge de la búsqueda de una empresa novedosa en Jaén, de la que se pueda obtener una viabilidad positiva y que llame la atención de los lectores de este TFG.

El objetivo principal de un plan de negocio es describir el entorno en el que se desarrollará la empresa y las acciones necesarias a llevar a cabo para ponerla en marcha, analizando, además, la viabilidad económica-financiera del proyecto.

Los objetivos que se quieren alcanzar a través de este proyecto son los siguientes:

- Ofrecer una visión detallada del entorno en que se desarrolla la actividad.

- Conocer la competencia existente o los productos sustitutivos.
- Definir las tareas a realizar para poner en marcha el negocio.
- Servir de garantía, tanto para las instituciones públicas, entidades privadas o futuros socios potenciales, a la hora de recibir financiación o subvenciones.
- Constituir un instrumento de análisis para los promotores de la empresa, siendo más fácil detectar errores y buscar soluciones a los mismos.
- Determinar los objetivos y metas establecidos para la empresa.
- Establecer un plan estratégico para la empresa y sus planes de acción.
- Determinar los puestos de trabajo necesarios, analizando las horas trabajadas y su coste salarial total.
- Implementar las estrategias financieras y operativas necesarias para cumplir con sus obligaciones fiscales, municipales y/o sociales.

2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA.

Green Park Jaén es una empresa de ocio y tiempo libre dedicada a la explotación de las actividades recreativas y de entretenimiento. Concretamente, se trata de un parque de atracciones, que incluye zonas acuáticas, ubicado en el municipio de Jaén.

Las características principales del proyecto de dicha empresa se encuentran en la tabla 2.1., las cuales se justificarán y desarrollarán a lo largo de los siguientes capítulos.

Tabla 2.1. Características generales de Green Park Jaén.

Sector	Servicios de ocio y tiempo libre
Actividad	Actividades recreativas de los parques de atracciones
Código de CNAE	9321. Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento
Forma Jurídica	Sociedad Anónima Laboral
Localización	Jaén Norte
Instalaciones	260.000m ² de recinto dividido en: - Zona de diversión (Atracciones) - Zona acuática (Atracciones acuáticas y piscina) - Zona de descanso (Zonas verdes, merendero, fuentes y baños) - Restaurante - Oficinas y recepción
Equipos y maquinaria	Equipos informáticos, software, mobiliario y atracciones.
Personal y estructura organizativa	El personal estará formado por los cuatro promotores y veintinueve trabajadores.
Cartera de Servicios	Atracciones mecánicas y acuáticas, piscina, restaurante y zonas verdes dedicadas al descanso.
Clientes	Todo tipo de clientes: Niños, Jóvenes y Adultos.
Herramientas de promoción	Prensa, radio, televisión, vallas publicitarias, página web y redes sociales
Inversión	13.787.659,69€
Facturación	1.857.612,37€

Fuente: Elaboración propia.

3. PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES.

Green Park Jaén será un proyecto empresarial fundado por cuatro promotores: Natalia, Desirée, Álvaro y M^o Carmen. En la siguiente tabla se especifica la formación y la experiencia profesional, junto a las capacidades y habilidades de cada uno de los promotores.

Tabla 3.1. Presentación de los promotores de Green Park Jaén.

	FORMACIÓN	EXPERIENCIA PROFESIONAL	CAPACIDADES Y HABILIDADES NECESARIAS
Natalia Cuevas Martínez	Grado en Finanzas y Contabilidad Nivel B2 (Inglés)	Auxiliar administrativo en S.C.A. San Isidro Director contable en Expoliva	Liderazgo empresarial Resolución de conflictos Asunción de riesgos y responsabilidad Competitividad profesional Decisión y ambición
Desirée Beteta García	FP Superior en Contabilidad y Recursos Humanos Nivel B1 (Inglés)	Auxiliar administrativo en S.C.A. San Isidro Jefa de recursos humanos en Cruzcampo	Confianza en sus acciones Responsabilidad Empatía con los demás empleados Adaptación a los cambios
Álvaro Pérez Rodríguez	Ingeniería Mecánica	Ingeniero jefe en Lomparado S.L.U.	Capacidad de sacrificio Responsabilidad y seguridad en sus acciones Asunción de riesgos Persistencia
M ^o Carmen Herrera Román	FP Superior Secretariado Nivel B2 (Inglés)	Auxiliar de secretaría en Adeslas	Responsabilidad Simpatía y respeto hacia los clientes

Fuente: Elaboración propia.

4. ESTUDIO DE MERCADO Y ANÁLISIS ESTRATEGICO.

En este capítulo vamos a recopilar información acerca de la situación del entorno de nuestra empresa, interno y externo, analizando cada uno de sus factores para así poder saber a qué nos enfrentamos y establecer una estrategia a la hora de introducir nuestros servicios en el mercado actual.

Para ello, contaremos con una serie de puntos clave que abordaremos a continuación.

4.1. Definición del sector de la actividad

Nuestra empresa se encuentra catalogada dentro del epígrafe “Actividades de los parques de atracciones y los parques temáticos” con el código 9321 del CNAE, formando parte del sector servicios, atribuyéndosele la denominación de “Actividades artísticas, recreativas y de entretenimiento”.

Según la Ley de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas de Andalucía que expone la normativa acerca de nuestro sector, las actividades recreativas se definen como:

“Conjunto de operaciones desarrolladas por una persona natural o jurídica, o por un conjunto de personas, tendente a ofrecer y procurar al público, aislada o simultáneamente con otra

actividad distinta o no catalogada, situaciones de ocio, diversión, esparcimiento o consumición de bebidas y alimentos.”

Dentro de los tipos de actividades recreativas encontramos nuestra especialidad, las atracciones recreativas, que se detallan de la siguiente manera:

“Aquella mediante la cual se ofrece al público asistente un tiempo de diversión o de ocio mediante el funcionamiento y utilización de instalaciones fijas o eventuales de elementos mecánicos o de habilidad, previo pago del precio por su uso o por acceder al establecimiento o recinto en el que se encuentren instaladas, tales como atracciones acuáticas, carruseles, norias, montañas rusas, barracas y cualesquiera otras de similares características.”

4.2. Fuentes de información y recogida de datos

Elaborar un estudio de mercado es una función compleja que necesita recabar información acerca del macro y micro entorno de la empresa y de todos los factores que le puedan influir. Hemos visitado varias páginas web que nos han servido de ayuda a la hora de realizar nuestro análisis, las cuales se citan a continuación:

- Datos Macro.
- Instituto Nacional de Estadística.
- Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía.
- Junta de Andalucía.
- Pyme.

4.3. Análisis del entorno genérico (Pestel)

El objetivo del análisis del entorno general es identificar los factores que puedan afectar a la actuación de la empresa. A través del mismo obtendremos un diagnóstico profundizado de la situación, tanto actual como futura, del entorno para poder detectar las amenazas y oportunidades que afecten a nuestra empresa.

El análisis PESTEL es un instrumento de planificación estratégica que define el contexto de una empresa, analizando una serie de factores que influirán, directa o indirectamente, al curso de la actividad empresarial.

Seguidamente, procedemos a la realización de dicho análisis.

4.3.1. Factores Políticos.

España se rige por una monarquía constitucional basada en una democracia parlamentaria, aunque el poder está muy descentralizado, es decir, las comunidades autónomas disponen de un alto nivel de autonomía legislativa, ejecutiva y legal.

Por ello, nuestra empresa deberá seguir las leyes de la comunidad autónoma de Andalucía para su creación, atendiendo también a lo que dictamine la Diputación de Jaén en cuestiones de emprendimiento.

Dentro del ámbito de las subvenciones públicas hay varias opciones que pueden ayudarnos a que la gran inversión inicial de nuestro proyecto sea menor:

Subvenciones para el fomento de la iniciativa empresarial de jóvenes titulados universitarios.

Convocada por la Diputación Provincial de Jaén, para la realización de proyectos de inversión en inmovilizado material necesario para poner en funcionamiento ideas de negocio ubicadas en la provincia de Jaén.

Podrán disfrutar de esta ayuda jóvenes titulados universitarios (menores de 35 años) que estén empadronados en dicha provincia.

Ayudas para jóvenes emprendedores.

La Empresa Nacional de Innovación (Enisa) ofrece varias ayudas a los jóvenes para que puedan emprender, destacando el Préstamo Participativo de Creación de Empresas para Jóvenes, con el fin de adquirir los activos necesarios para desarrollar la actividad, estableciendo como único requisito que el emprendedor sea menor de 40 años.

Subvenciones a proyectos de inversión intensivos en creación de empleo.

Convocada por la Diputación Provincial de Jaén, para proyectos de inversión que fomentan la creación de empleo en la provincia de Jaén. Se requieren, como mínimo, 15 nuevos puestos de trabajo que estén directamente relacionados al proyecto de inversión. La base de la subvención se constituirá por los costes salariales incurridos durante dos años. La cuantía total de la convocatoria es de 2.700.000€ + 2.300.000€ (condicionado a la disponibilidad de crédito).

Ayudas a Autónomos/as de nueva creación.

Concedidas por el Servicio Andaluz de Empleo, Conserjería de Economía, Innovación, Ciencia y Empleo. Dichas ayudas están destinadas a la creación de empresas en nuevos yacimientos de empleo, es decir, fomentar sectores que estén poco cubiertos en el mercado, en nuestro caso el sector de ocio en Jaén.

La cuantía de la ayuda es a partir de 5.000€, teniendo como requisitos haber estado en situación de desempleo y estar dado de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos durante los últimos 6 meses.

Ayudas para mujeres emprendedoras.

El Ministerio de Igualdad ofrece determinadas ventajas a las mujeres que deseen emprender. Por ejemplo, aquellos proyectos calificados como viables no necesitan presentar aval.

Por otra parte, el Instituto dela Mujer ofrece numerosas ayudas como, por ejemplo, asesoramiento técnico y financiero.

4.3.2. Factores Económicos.

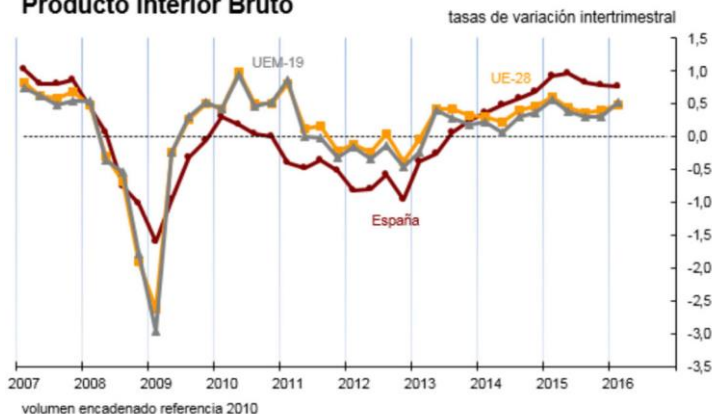
En cuanto a la economía española, podemos decir que ocupa el cuarto puesto de la Eurozona y el quinto de la Unión Europea debido a su Producto Interior Bruto. Desde la implantación de la Unión Económica y Monetaria y la adopción al Euro como moneda común (en 1999), España ha cumplido con los compromisos económicos establecidos en el Pacto de Estabilidad y Crecimiento para la Eurozona.

Sin embargo, después de una larga etapa de crecimiento económico, con tasas por encima de la media de la UE, a partir de 2008 comienzan a manifestarse en España los primeros síntomas de la crisis financiera internacional, vinculada a una elevada exposición financiera al sector inmobiliario.

Dicha crisis se traduce en una reducción de la actividad financiera y económica, con una serie de consecuencias vividas a lo largo de los últimos años:

- Pronunciada caída de la actividad económica.
- Elevada tasa de desempleo.
- Reducción de ingresos fiscales y aumento del gasto público.
- Incremento de la deuda pública sobre el PIB.

Grafico 4.1. Evolución del PIB de España, la Eurozona y la UE.
Producto Interior Bruto



Fuente: RTVE noticias.

Los ciclos económicos de España y la Unión europea han sido prácticamente análogos durante los últimos años, como podemos observar en el gráfico 4.1. Sin embargo, al entrar en la crisis financiera, en la que España sigue sumergida actualmente, hubo una importante caída del Producto

Interior Bruto para nuestro país, aunque bastante más pronunciada para la Unión Europea en su conjunto. A partir de ahí, el PIB comenzó a crecer para ambos, registrando España una subida menor, con niveles por debajo del cero hasta el año 2013. A mitad de dicho año, el PIB español alcanza valores positivos, que continua con una tasa creciente hasta llegar a superar los niveles de la Unión Europea en el año 2016.

Nos encontramos así, ante una mejoría del PIB español desde que nos introdujimos en la crisis económica por el año 2007-2008, lo cual beneficia a todas las empresas españolas en general.

Particularmente, aunque aún estemos sumergidos en la crisis financiera, el incremento de los valores del PIB hará que nuestra empresa pueda obtener financiación ajena.

Además, al subir el PIB, la renta de las familias aumentará, y por consiguiente, el gasto en actividades de ocio será mayor. Por lo tanto, suponemos que nuestra empresa contará con un nivel medio-alto de clientes, lo que en años anteriores no sucedería. Por lo tanto, la creación de dicha sociedad incrementará el desarrollo económico (social y cultural) del municipio de Jaén y a su vez, el sector del turismo también mejorará.

Debido al citado crecimiento económico sucedido, el Gobierno español ha ido proponiendo durante varios años una serie de medidas y reformas urgentes contra la crisis económica.

Dentro de las medidas que incumben a las pymes y los emprendedores (las cuales podrán favorecerlos) podemos encontrar, a su vez, las siguientes:

- Liberalización del comercio y diferentes servicios, con el objetivo de agilizar los trámites para abrir comercios, dinamizar la actividad del sector minorista y fomentar la competencia.
- Liberalización de los horarios comerciales, con ampliación a 90 horas semanales del horario máximo de apertura en días laborables.
- Ampliación de las líneas de crédito del Instituto de Crédito Oficial para el desarrollo de proyectos empresariales de pequeñas y medianas empresas y autónomos (Créditos por valor de 22.000 millones de euros).

4.3.3. Factores Socio-culturales.

España, con una población de 46.455.123 personas, destaca por estar entre los países con mayor tasa de desempleo del mundo, aunque, en su mayoría, los españoles disfrutan de una buena calidad de vida.

Según datos del Instituto Nacional de Estadística, España cuenta con una tasa de desempleo del 18% y una tasa de paro del 18,6%, con 4.238 personas en situación de paro.

La introducción de nuestra empresa en el mercado supondrá la oferta de varios puestos de trabajo, lo que disminuirá, aunque en pequeñas medidas, la tasa de desempleo español.

Según la tabla 4.1., observamos que entre los años

2014 y 2016, la población española disminuye, teniendo en Junio de 2016 casi 13.000

Tabla 4.1. Población en España según sexo. Años 2014-2016			
Fecha	Hombres	Mujeres	Total
Junio 2014	22.813.635	23.654.467	46.468.102
Diciembre 2014	22.809.420	23.636.408	46.445.828
Junio 2015	22.800.864	23.609.285	46.410.149
Diciembre 2015	22.826.546	23.623.019	46.449.565
Junio 2016	22.840.091	23.615.032	46.455.123

Fuente: Elaboración propia con datos de DATOS MACRO.

personas menos que en Junio de 2014, lo que se explica con la gran emigración sucedida en los últimos años debido a la crisis, y además con la disminución de la tasa de natalidad.

Nos centramos ahora en nuestro ámbito territorial, la provincia de Jaén, que cuenta con 659.033 habitantes registrados en el año 2014, y 116.417 en la capital.

Según datos del Padrón Municipal del año 2014 del Instituto Nacional de Estadística, elaboramos la tabla 4.2., segmentando la población por grupos de edad y sexo, calculamos un total de 476.710 hombres y mujeres, de 5 a 59 años. Nuestra empresa tendrá un mercado objetivo de personas, sin segmentar por sexo, con una edad comprendida entre 5 y 59 años, ya que creemos que a partir de los 60 años las personas no satisfacen sus necesidades de

ocio con este tipo de actividades; además, un niño menor de 5 años no está preparado para este tipo de instalaciones. Sin embargo, si una persona de 70 años quisiera utilizar alguna de nuestras atracciones no habría ningún problema. Por lo tanto, nuestra entidad no tendrá una segmentación de mercado establecida como tal.

Otros datos socio demográficos importantes para nuestro estudio de mercado, son la tasa de mortalidad y de natalidad de la provincia de Jaén.

A partir de la tabla 4.3., elaborada a partir de los datos del INE y de IECA, vemos que en el año 2013 sucedieron un total de 6.201 defunciones en la provincia de Jaén, con una tasa bruta de mortalidad del 9,33% y de mortalidad infantil del 3,80%. La esperanza de vida de los habitantes jiennenses se sitúa en 78 años en los hombres y 84 en las mujeres.



Tabla 4.2. Población según grupos de edad y sexo en Jaén. Año 2014.

AÑO 2014	Hombres	Mujeres	Total
5-14 años	35.458	33.721	69.179
15-24 años	41.671	39.242	80.913
25-34 años	45.509	42.029	87.538
35-44 años	49.893	46.750	96.643
45-59 años	71.790	70.647	142.437

FUENTE: elaboración propia con datos del INE.

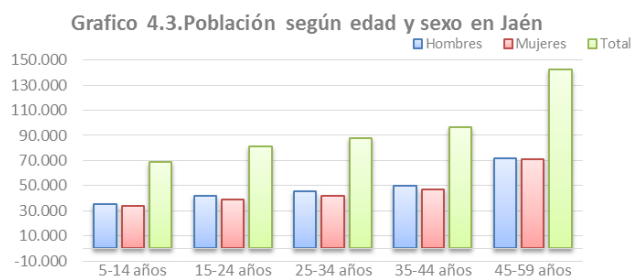
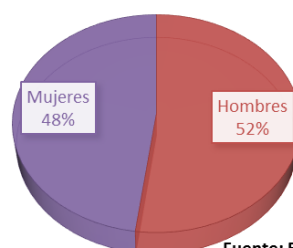


Tabla 4.3. Tasa de Mortalidad en Jaén.

-	Defunciones	Esperanza de vida (años)	Tasa bruta de mortalidad (%)	Tasa de mortalidad infantil (%)
Hombres	3.233	78,50	9,33%	3,80%
Mujeres	2.968	84,21		
Total	6.201			

FUENTE: Elaboración propia con datos de INE e IECA.

GRÁFICO 4.4. Nº DEFUNCIONES EN JAÉN SEGÚN SEXO.



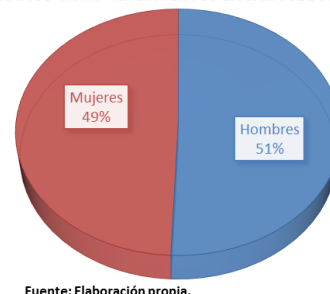
Asimismo, elaboramos la tabla 4.4. con los datos del INE y de IECA. En ella observamos que en el año 2013, nacieron 5521 niños y niñas, con una tasa bruta de natalidad del 8,31%.

Tabla 4.4. Tasa de natalidad en Jaén. Año 2013.

	Nº Nacimientos	Tasa bruta natalidad
Hombres	2.797	8,31
Mujeres	2.724	
Total	5.521	

FUENTE: Elaboración propia con datos de INE e IECA.

GRÁFICO 4.5. Nº NACIMIENTOS EN JAÉN SEGÚN SEXO.



Fuente: Elaboración propia.

Comparando las dos tablas, podemos concluir que en dicho año murieron más personas de las que nacieron, y por tanto la tasa de mortandad es mayor que la de natalidad, lo que afecta negativamente a nuestra sociedad, ya que si cada año nacen menos niños y mueren más personas nuestro nivel de clientes disminuirá, convirtiéndose directamente en pérdidas para la empresa.

4.3.4. Factores Tecnológicos.

Si nos centramos en los factores tecnológicos que pueden afectar a nuestra empresa, podemos encontrar infinidad de elementos. La tecnología va avanzando a pasos agigantados, lo que hace que las nuevas empresas estén obligadas a adaptarse para poder satisfacer los nuevos gustos de los clientes.

Nos encontramos ante un tipo de consumidores sin tiempo, que buscan satisfacer sus necesidades de manera fácil y rápida. En este aspecto, la tecnología cobra un papel muy importante, ya que gracias a los avances tecnológicos, empresas y consumidores podemos ahorrar tiempo y dinero.

Uno de los elementos tecnológicos empresariales más demandados por los clientes es la venta online, de bienes o prestación de servicios. La sociedad actual está compuesta por una gran mayoría de personas informatizadas, globalizadas y decididas a realizar cualquier tipo de operación cotidiana a través de Internet.

Por ello, nuestra empresa, ofrecerá a sus clientes una página web, a través de la cual comprar las entradas, eligiendo el precio según el tipo de cliente (junior, adulto y senior).

Además, se ofrecerán otro tipo de tecnologías como un app para Smartphone, con las mismas capacidades de la página web y perfiles en redes sociales (Facebook e Instagram) en las que poder seguir a nuestra empresa para serle informado de cualquier novedad o actividad.

Como parte interna de la empresa, implantaremos cámaras de seguridad monitorizadas en todo el recinto, para que no haya ningún posible problema.

Por último, la empresa se ira adaptando a los nuevos avances tecnológicos que vayan surgiendo a lo largo de los años.

4.3.5. Factores Ecológicos.

En España, y en el mundo en general, nos encontramos con dos problemas en cuanto a factores ecológicos nos referimos: el bajo nivel de educación y conciencia ambiental de los ciudadanos y la escasa participación de los entes locales en la gestión ambiental de municipios y comarcas.

Por lo tanto nuestra empresa llevara a cabo una serie de medidas para proteger el medioambiente, por ejemplo, el reciclaje de residuos, reducir el consumo de agua innecesario y/o concienciar a nuestros empleados a través de charlas o conferencias.

Aparte de dichas medidas, para poder reducir costes, **aumentar la efectividad**, conseguir más rentabilidad, incrementar los niveles de productividad, obtener una ventaja competitiva, así como mantener mayores niveles de calidad en nuestros servicios proporcionando una mayor satisfacción a nuestros clientes, nuestra empresa solicitará la certificación de las siguientes normas ISO:

Gestión de la calidad (norma ISO 9001:2015).

Gestión del medio ambiente (norma ISO 14001:2015).

Gestión de la seguridad y la salud en el trabajo (norma ISO OSHAS 18001:2007).

Gestión de la responsabilidad social (norma ISO 26000:2010).

4.3.6. Factores Legales.

Uno de los trámites necesarios para iniciar la actividad de la empresa es la solicitud de las licencias pertinentes en función del tipo de actividad de la empresa. En nuestro caso, para poder iniciar la actividad deberemos contar con una serie de licencias que se detallan a continuación:

- **Licencia de Actividades e instalaciones y obras (apertura):** para establecimientos públicos fijos dedicados al desarrollo de actividades recreativas permanentes. Se harán constar los datos de la persona titular, la denominación de la actividad establecida en el Nomenclátor, el periodo de vigencia de la autorización y el horario de apertura y cierre del establecimiento según lo establecido en la norma reguladora de horarios oficiales. Dicha licencia deberá solicitarse en el Ayuntamiento del municipio, acompañado de la Declaración Responsable del titular de la actividad en la que este manifiesta, bajo su responsabilidad, que cumple con los requisitos urbanísticos y sectoriales exigidos por la normativa vigente para ejercer la actividad -además de los establecidos para los establecimientos públicos en el artículo 10.1 de la Ley 13/1999, de 15 de Diciembre, de Espectáculos Públicos y Actividades Recreativas de Andalucía-, que dispone de la documentación que así lo acredita y que se compromete a mantener su cumplimiento durante el tiempo en que desarrolle la actividad.

- **Licencia de funcionamiento:** al considerarse nuestra actividad como calificada (“actividad molesta, insalubre, nociva y/o peligrosa que requiere adoptar medidas correctivas sanitarias, de seguridad y/o medioambientales”) necesitaremos solicitar dicha licencia para autorizar la puesta en marcha de las instalaciones, después de haber constatado que han sido efectuadas conforme a las condiciones de la licencia de actividades e instalaciones y de que se encuentran terminadas y aptas, según las condiciones urbanísticas, ambientales y de seguridad del municipio.

4.4. Análisis del entorno específico (cinco fuerzas competitivas de Porter)

Este análisis es un modelo estratégico elaborado por Michael Porter, en el que se investiga el nivel de competencia a través de las cinco fuerzas siguientes:

4.4.1. Amenaza de nuevos competidores

Existe la posibilidad de que alguna empresa tenga la idea de montar un parque de atracciones en Jaén, suponiendo la amenaza de un nuevo competidor, lo que nos llevará a tener que reajustar los precios e introducir alguna novedad para que nuestros clientes sigan confiando en nosotros.

4.4.2. Rivalidad entre los competidores existentes

Actualmente disfrutamos de un mercado libre en la provincia de Jaén, lo que supone una gran ventaja competitiva para nuestra empresa. Sin embargo, a nivel autonómico encontramos dos fuertes competidores, ISLA MAGICA, ubicada en Sevilla, y TIVOLI WORLD, en la ciudad de Benalmádena (Málaga).

A pesar de no constar competidores directos cercanos a Jaén, sí podemos indicar que dentro del sector de nuestra actividad encontramos los parques acuáticos, los cuales tienen una capacidad de satisfacción similar para los clientes. Los más próximos son el PARQUE ACUATICO AQUAOLIVA (Guaromán), AQUASIERRA (Villafranca de Córdoba), FUENTE TAZA (Pozo Alcón) y el PARQUE ACUATICO AQUAOLA (Cenes de la Vega)

4.4.3. Poder de negociación de los clientes

Los precios de nuestros servicios están preestablecidos a priori, por lo que nuestros clientes disponen de un poder de negociación bastante bajo. No obstante, se ofrecen descuentos exclusivos para grupos, familias, grupos escolares, y fiestas de cumpleaños, entre otros.

4.4.4. Amenazas de productos y servicios sustitutivos

Con respecto al servicio que ofrece nuestra empresa, vemos que no existe ningún servicio claramente sustitutivo ya que no hay competencia en la provincia, como ya se ha indicado anteriormente. Sin embargo, si contamos con los parques acuáticos al proporcionar una

actividad parecida a la nuestra. Por ello, podrán ser una amenaza para nuestra sociedad y deberemos ofrecer más novedades, mejor calidad y precios más baratos.

4.4.5. Poder de negociación de los proveedores

Al existir una gran cantidad de proveedores dedicados a la venta y montaje de atracciones, su poder negociador es bajo, puesto que tenemos en nuestro poder la posibilidad de seleccionar el que nos parezca más adecuado para satisfacer nuestras necesidades económicas y poder otorgar una mayor calidad a los clientes. Por tanto, podremos presionar a los diferentes proveedores para que nos rebajen el precio.

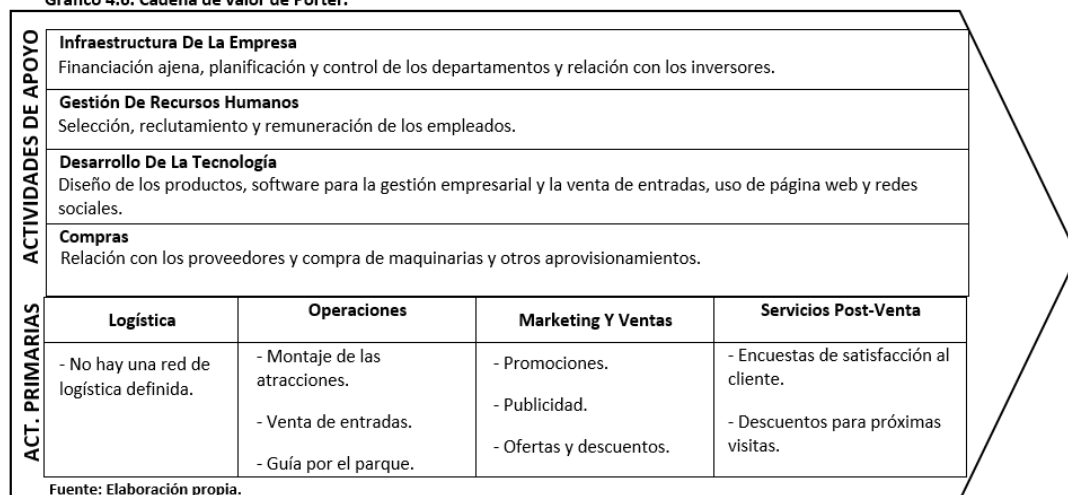
4.5. Análisis interno. La cadena de valor

La cadena de valor es otro instrumento importante para el análisis interno de la empresa, creado por Porter. El concepto de cadena de valor hace referencia a la desagregación de la empresa en actividades básicas, que es preciso efectuar para vender un producto o servicio. Para llevar a cabo dicha desagregación, las actividades se clasificaran en función de si su vinculación es directa o no:

- Actividades primarias: forman parte del proceso productivo básico de la empresa.
- Actividades de apoyo: no forman parte del proceso productivo pero sirven de soporte para las actividades primarias.

A partir del análisis de dichas actividades y de las interrelaciones que tienen entre ellas, o con proveedores y clientes, la empresa puede deducir sus puntos fuertes (ventajas competitivas) y puntos débiles. En el grafico 4.6. exponemos el análisis interno de nuestra empresa.

Gráfico 4.6. Cadena de valor de Porter.



4.6. Análisis DAFO y estrategias de actuación.

El análisis DAFO es una herramienta muy importante utilizada para estudiar la situación real de la empresa, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y externas (Amenazas y Oportunidades).

A partir de la matriz DAFO que se muestra a continuación, decidimos que lo más beneficioso para nuestra empresa será seguir una estrategia ofensiva que se basará en nuestra principal fortaleza: establecernos en un mercado libre de competencia. Aunque bien es cierto que existen empresas de ocio parecidas a la nuestra, como por ejemplo, parques acuáticos ubicados en los alrededores de la provincia, no existe ningún parque de atracciones instalado como tal, lo que nos lleva a destacar de manera importante en dicho sector. A partir de esta ventaja competitiva, ofreceremos nuestro servicio con la máxima calidad posible a un precio económico, con el fin de llegar a ser una empresa consolidada en el municipio de Jaén que perdure en el tiempo.

Tabla 4.5. Matriz DAFO.



Fuente: Elaboración propia

5. PLAN DE MARKETING.

El marketing está compuesto por dos vertientes totalmente diferentes, pero indudablemente complementarias. Por un lado, tenemos una parte enfocada al medio y largo plazo, como es el **marketing estratégico**; y por otro lado tenemos una parte táctica enfocada al corto plazo y a crear acciones de marketing, que es el **marketing operativo**, los cuales desarrollaremos profundamente a lo largo de este capítulo.

5.1. Marketing estratégico.

El marketing estratégico es una metodología de análisis y conocimiento del mercado, con el objetivo de detectar oportunidades que ayuden a la empresa a satisfacer las necesidades de los

consumidores de una forma más óptima y eficiente, que el resto de competidores. El objetivo es satisfacer necesidades no cubiertas que supongan oportunidades económicas rentables para la empresa. Para ello, contamos con cuatro apartados que nos ayudarán a conocer mejor el mercado al que nos enfrentamos y las oportunidades que podemos encontrar en él.

5.1.1. Perfil de los clientes.

Saber cuál es nuestro mercado objetivo y el perfil de los clientes que se encuentran en él es algo muy importante a la hora de crear nuestra empresa, ya que nos dará la oportunidad de conocerlos y entenderlos, poder ofrecerle los servicios que en realidad quieren disfrutar, desarrollar una estrategia de venta correcta y establecer los canales de promoción adecuados para llegar a ellos.

Para dicho análisis, hemos creado una encuesta a través de una herramienta de google, distribuida a través de Facebook, WhatsApp y correo electrónico a una muestra de 100 personas, que respondieron de manera anónima. Tanto la tabla de preguntas y respuestas, como los gráficos realizados se encuentra en el ANEXO I.

A partir de las respuestas de los encuestados se extrae la siguiente información:

El 59% de nuestra población son mujeres y más de un 70% tienen una edad comprendida entre 19 y 30 años, sin embargo, a pesar de los datos de la encuesta no haremos segmentación de mercado, ni por sexo ni por edad. De ellos, el 80% viven en Jaén capital, o en los municipios de la provincia.

Más del 80% ya han visitado un parque atracciones alguna vez, mientras que del porcentaje restante, un 86% querría ir por primera vez, y sólo un 14% no, por lo que los últimos, quedarían excluidos de nuestro mercado objetivo.

El 69% de las personas que han respondido esta encuesta han afirmado ir al parque de atracciones acompañados de sus amigos, mientras que un 51% suele ir con su familia, y solo un 27% con su pareja.

Más de la mitad de los encuestados, responden que lo que más valoran en un parque de atracciones es la variedad de las mismas, siendo las que más gustan las atracciones acuáticas, en primer lugar, y la montaña rusa en segundo, lo que nos llevará a hacer más hincapié en las mismas.

La gran mayoría prefiere pagar un precio total teniendo acceso a todas las atracciones del recinto las veces que deseen, en vez de pagar cada vez que decidan probar una de ellas, por lo tanto estableceremos un precio total por la entrada al parque. Afirman que estarían dispuestos a pagar por la entrada un precio oscilante entre 10 y 20 euros y 3,50 por cada ticket individual, asique la asignación del precio rondará esas cifras.

Más de la mitad de los encuestados responden que estarían dispuestos a celebrar su cumpleaños o el de algún ser cercano en un parque de atracciones, lo que nos anima a incluir este servicio en nuestra empresa.

En cuanto al momento de visitar el parque, el tramo de la semana más valorado es de viernes a domingo, afirmando, además, más del 80% que prefieren disfrutar del parque durante todo el día. La estación del año, que según los encuestados estaría más transitada sería, sin duda, el verano, sin embargo observamos que en invierno lo visitaría menos de un 10% de la población, por lo que tomamos la decisión de que el parque permanezca cerrado en dichos meses.

El 89% de nuestros encuestados estarían dispuestos a comprar las entradas a través de nuestra página web de manera online, lo que nos supone una ventaja competitiva, que comentaremos en el siguiente apartado. Además, en cuanto a las demás tecnologías se refiere, la gran mayoría afirma que utilizan habitualmente apps móviles y redes sociales, sobre todo Facebook, lo que nos abre un canal para promocionar, en principio, nuestra empresa, y después ganar seguidores y visitas, transformando los clientes potenciales en clientes reales gracias a las ofertas y novedades que ofreceremos.

5.1.2. Ventaja competitiva.

Una empresa posee una ventaja competitiva cuando tiene alguna característica diferencial respecto de sus competidores, que le confiere la capacidad para alcanzar unos rendimientos superiores a ellos, de manera sostenible en el tiempo.

Como principal ventaja competitiva, nuestra empresa será pionera en la implementación de este tipo de actividad recreativa destinada a clientes locales, nacionales y extranjeros. No hay competencia directa en la provincia de Jaén, descontando los parques acuáticos, definidos como un servicio sustitutivo al nuestro, pero que no llega a ofrecer lo que buscan nuestros clientes.

Nuestra segunda ventaja competitiva más importante es la venta de entradas online a través de la página web. El 23% de los parques españoles no tienen apartado de venta online, lo que resulta un atraso en la época que estamos, por eso nos supone una gran diferenciación frente a los demás competidores.

El resto de ventajas que nos ayudaran a situarnos por encima de la competencia son:

- Ofertas especiales para grupos y fiestas de cumpleaños, además, ofrecemos descuentos para familias numerosas.
- Ofreceremos atracciones acuáticas por petición popular.

- Contaremos con un convenio con los autobuses castillo para que introduzcan una nueva ruta que vaya desde los puntos clave de Jaén a nuestro recinto.

5.1.3. Posicionamiento en el mercado.

El posicionamiento en el mercado de un producto o servicio es la manera en la que los consumidores definen un producto a partir de sus atributos importantes, es decir, el lugar que ocupa el producto en la mente de los clientes en relación de los productos de la competencia. Nuestra estrategia de posicionamiento en el mercado se basará en ofrecer una gran diversidad de atracciones y seguridad en todas ellas, además del bajo coste de nuestras entradas.

Suponemos que estos tres factores harán que los clientes nos vean como una empresa segura, comprometida con su satisfacción y concienciada con que todo el mundo debe poder disfrutar de un día de diversión acompañado de sus amigos y/o su familia, y por ello ofrecemos precios asequibles para todo tipo de consumidores.

5.1.4. Objetivos de ventas.

Tenemos conciencia de que el primer año es difícil obtener beneficios, ya que la construcción del parque y todo lo que conlleva nos supondrá una inversión inicial bastante elevada, sin embargo, como objetivo de ventas establecemos la estimación siguiente:

Precio de la entrada: ronda los 20€

- Cada familia tiene una media de 4 personas x una estimación de 100 familias a la semana → 400 entradas
- Cada grupo de amigos tiene una media de 5 personas x una estimación de 100 grupos a la semana → 500 entradas
- Cada pareja son 2 personas x una estimación de 100 grupos a la semana → 200 entradas

Obtenemos una media de 4714 entradas vendidas al mes

4714 x 20€ → 94.280€ x 10 meses (2 meses de invierno cerrado) → 942.857€ al año.

Tabla 5.2. Estimación objetivo de ventas.						
Precio de la entrada		20 €				
Tipos de consumidores	Día	Semana	Mes	Año	€ Anuales	
Familias (4 personas)		57	400	1714	17143	342.857 €
Grupo de amigos (5 personas)		71	500	2143	21429	428.571 €
Parejas (2 personas)		29	200	857	8571	171.429 €
Total		157	1100	4714	47143	942.857 €
Fuente: Elaboración propia						

5.2. Marketing operativo.

El marketing operativo es el complemento perfecto a la estrategia inicial que busca conquistar el mercado deseado mediante una serie de diversas acciones prácticas para alcanzar el objetivo. Con esto se conseguirá determinar las ventas de la empresa y la rentabilidad a corto plazo y minimizar los costes.

Dentro del marketing operativo, se encuentra la herramienta del marketing mix (4P) que la empresa utiliza para implantar las estrategias desarrolladas anteriormente y alcanzar los objetivos establecidos. A continuación, iremos detallando las 4P del marketing operativo de nuestra empresa.

5.2.1. Política de producto.

El producto de una empresa se refiere a cualquier bien o servicio que se ofrezca en un mercado para su adquisición, uso o consumo y que satisfaga una necesidad para el consumidor. La política de producto incluye el estudio de dos elementos fundamentales:

5.2.1.1. La cartera de productos.

Nuestra empresa, Green Park Jaén, ofrece una amplia variedad de atracciones a los clientes (se detallarán en el plan de operaciones), que clasificaremos en los siguientes apartados:

- En las atracciones para niños podemos encontrar las siguientes: El gusano loco, la mini noria, la ranita saltarina, las tazitas y el parque de bolas.
- Dentro de las atracciones tradicionales encontramos el tiovivo, las sillas voladoras y la noria.
- Para la gente más atrevida tenemos las siguientes atracciones: La bestia, el dragón azul, la torre gigante, la máquina, el huracán, el disko volador, el martillo, el barco vikingo y la cárcel.
- Por último, las atracciones acuáticas son las siguientes: el gran tsunami, los donuts, el top gun, las barcas traicioneras y la piscina, que cuenta con toboganes.

Además del producto principal, nuestra empresa, ofrecerá otro tipo de servicios básicos, tales como:

- Transporte público Autobuses Castillo, que incluirá, mediante la firma de un convenio, una nueva línea de autobuses urbanos que traerá a los clientes desde las zonas más importantes de Jaén hasta la misma puerta del parque.
- Seguro médico incluido en el precio de la entrada, incluyendo una zona habilitada dentro del recinto para atender emergencias.
- Taquillas para que los clientes puedan guardar sus pertenencias con total seguridad por el módico precio de un euro.
- Por último, los clientes dispondrán de un restaurante-cafetería en el interior del parque.

5.2.1.2. La marca.

Según la Asociación Americana de Marketing, *“la marca es un nombre, un término, una señal, un símbolo, un diseño, o una combinación de alguno de ellos que identifica productos y servicios de una empresa y los diferencia de los competidores. Pero, la marca no es un mero*

nombre y un símbolo, sino que se ha convertido en una herramienta estratégica dentro del entorno económico actual. Se ha pasado de comercializar productos a vender no solo los atributos finales del producto, sino los intangibles y emocionales del mismo”.

Para que los clientes puedan diferenciar nuestro parque de atracciones del resto, hemos diseñado un logo en el que queremos transmitirles que Green Park Jaén es un lugar al que pueden asistir todo tipo de clientes, desde niños – incluso los más pequeños-, adolescentes y jóvenes, adultos y personas mayores. En él podrán disfrutar de una gran variedad de actividades, pero con un objetivo común: **la seguridad en todas ellas.**

El logo está formado por tres colores:

- El Azul cielo, que significa la tranquilidad que los clientes podrán tener al subirse a cada una de las atracciones, ya que nos cercioraremos de que tengan la seguridad necesaria.
- El Morado, que simboliza la diversión que les proporcionara nuestro parque y la gente atrevida, requisito indispensable para montar en las atracciones que aportan más adrenalina.
- El Verde oliva, que representa nuestra tierra, Jaén.

Gráfico 5.1. Logotipo de Green Park Jaén



Fuente: Elaboración propia.

5.2.2. Política de precio.

El precio se define como el valor de intercambio del producto, determinado por la utilidad o la satisfacción derivada de la compra y el uso o el consumo del producto. Es la única parte del marketing mix que genera ingresos, mientras que los demás generan gastos y se fija más a corto plazo, por lo tanto la empresa podrá adaptarse a él rápidamente según sus costes o la competencia que exista. Para determinar el precio, deberemos tener en cuenta los siguientes elementos: Costes de producción, precios de la competencia y objetivos establecidos.

5.2.2.1. Los costes de producción.

Debido a que no contamos con datos reales, procedemos a hacer una estimación de los gastos de nuestros servicios:

- Atracciones mecánicas → 585.100€
- Atracciones acuáticas → 480.600€
- Montaje atracciones mecánicas y acuáticas → 200.000€
- Taquillas → 6.220,40€
- Seguro médico → 100.000€
- Autobuses → No nos supone un gasto, ya que tenemos un convenio con la empresa.
- Restaurante-cafetería → No nos supone un gasto, ya que corre a cuenta de una empresa ajena.

Tabla 5.3. Estimación de gastos anuales

Gastos	Total anual €
Atracciones mecánicas	585.100,00 €
Atracciones acuáticas	480.600,00 €
Montaje	200.000,00 €
Otros servicios	
Taquillas	6.220,40 €
Seguro médico	100.000,00 €
	1.371.920,40 €
Fuente: Elaboración propia	

5.2.2.2. Los precios de la competencia.

Investigando en las páginas web de los diferentes parques de atracciones más importantes a nivel nacional: PortAventura, Parque de atracciones de Madrid, Parque Warner, Isla Mágica y Tivoli World, encontramos los tipos de entradas y los precios que cada uno ofrece.

Tabla 5.5. Precios PortAventura Park

	Web	Taquilla
Adulto (11-59 años)	47,00 €	47,00 €
Junior (4-10 años)	40,00 €	40,00 €
Senior (desde 60 años)	40,00 €	40,00 €
Discapacitado (<33%)	ND	24,00 €
Fuente: Página web PortAventura		

Tabla 5.6. Precios Parque de atracciones Madrid

	Online	Taquilla
General (>1,40 m)	19,90 €	31,90 €
Reducida (1,00-1,40m)	19,90 €	24,90 €
Senior (> 60 años)	19,20 €	19,20 €
Discapacitados (<33%)	19,60 €	19,60 €
Familia numerosa reducida	19,90 €	21,20 €
Menores de 1,00 m	GRATIS	GRATIS
Mayores 65 años acompañados	GRATIS	GRATIS
Fuente: Página web Parque atracciones Madrid		

Tabla 5.7. Precios Parque Warner Madrid

	Online	Taquilla
Individual (>1,40m)	25,90 €	39,90 €
Junior (>1,00m)	25,90 €	29,90 €
Senior (> 60 años)	25,90 €	29,90 €
Individual (familia numerosa)	25,90 €	29,90 €
Junior (familia numerosa)	25,90 €	25,90 €
Discapacitados (>33%)	25,90 €	25,90 €
Niños (<1,00m)	GRATIS	GRATIS
Horror west pasaje del terror	ND	4,90 €
Fuente: Página web Parque Warner		

Tabla 5.9. Precios Tivoli World

Entrada básica (solo online)	7,95 €
Combi ticket	9,95 €
Mansion terror	
Go-karts	
Barcas de choque	
Super tivolino	14,95 €
Uso ilimitado 35 atracciones	
Niños < 1,00m	GRATIS
Mayores 65 años	GRATIS
Fuente: Página web Tivoli World	

Tabla 5.8. Precios Isla Mágica Sevilla

	Día completo	Tarde	Noche
Adulto	29,00 €	20,00 €	11,00 €
Niño	21,00 €	15,00 €	11,00 €
Senior	21,00 €	21,00 €	21,00 €
Discapacitado	13,00 €	10,00 €	10,00 €
Fuente: Página web Isla Mágica			

5.2.2.3. Los objetivos establecidos.

Como bien se explica en un apartado anterior, fijaremos un objetivo de ventas anual de 47.143 entradas, lo que supone un importe total de 942.857€. Cada año, queremos aumentar las ventas, como mínimo, un 25% anual, para poder alcanzar mayores beneficios, y seguir ampliando el parque con nuevas atracciones y nuevos servicios.

A raíz del análisis de los anteriores elementos, procedemos a establecer el precio de nuestras entradas:

Tabla 5.10. Precios Green Park Jaén		
	Online	Taquilla
Adulto (>1,40 m)	19,90 €	25,90 €
Junior (>1,00m)	19,90 €	22,90 €
Senior (+60 años)	19,90 €	21,90 €
Discapacitados (>33%)	19,90 €	21,90 €
Niños (<1,00m)	GRATIS	GRATIS
Familia numerosa	Descuento	del 10%
Piscina (Suplemento)	5,90 €	5,90 €
Fuente: Elaboración propia.		

5.2.3. Política de distribución.

La distribución es el elemento del marketing mix que se utiliza para conseguir que el producto llegue al cliente satisfactoriamente. Nuestro sistema de distribución será ofrecer al cliente todos los productos y servicios en el recinto de Green Park Jaén de forma física y directa, ya que es la única manera de que pueda hacer uso y disfrute del mismo.

En relación a la venta de entradas, los clientes podrán elegir cualquiera de nuestros puntos de venta: compra directa en taquilla, compra online a través de la página web, o compra desde la aplicación para móviles y Tablet.

5.2.4. Política de comunicación.

La comunicación se encarga de difundir un mensaje que tenga una respuesta del público objetivo al que va destinado. Este elemento deberá servir para promocionar las características y los beneficios del producto y para que los clientes lo recuerden.

Para anunciar a nuestros clientes la nueva apertura de Green Park Jaén, contaremos con varios tipos de publicidad:

- **Cuñ de radio en los 40 Principales de Jaén:** De lunes a viernes, de 10:00 a 14:00. Programa Radio fórmula. Contratación de 20 cuñas (2 al día) durante 10 días.
- **Cuñ de radio en Canal Fiesta Radio Jaén:** sábados y domingos, de 9:00 a 21:00. Programa Formula fiesta. Contratación de 30 cuñas (3 al día) durante 10 días.

- **Canal Sur + Canal Sur 2:** De lunes a viernes, de 9:30 a 12:30, y sábados y domingos, de 12:00 a 13:30, durante un mes.
- **Diario Jaén:** Sección general a color. Media página, de martes a sábados.
- Contratación de 10 vallas publicitarias de 8x3 metros durante 14 días, que incluye el alquiler de las vallas, la impresión de cartelera en papel y el montaje.
- Se creará un perfil de Facebook y otro de Instagram para anunciar la nueva apertura. Se hará un sorteo de 2 entradas de entre las personas que den like y compartan dicha publicación dentro del perfil de Facebook.

5.3. Previsión de ventas del primer año.

TABLA 5.11. PREVISIÓN DE VENTAS PRIMER AÑO GREEN PARK.				
	1 Trimestre	2 Trimestre	3 Trimestre	4 Trimestre
Adulto (25,90€)	9334,6	14466	17545	8914
Junior (22,90€)	1036,2	1606	1978	1038
Senior (21,90)	932,8	1446	1781	935
Discapacitados (21,90€)	1027,4	1592	1962	1029
Niños (GRATIS)	943,8	1463	1802	946
Piscina (5,90€)	0	7457	25068	0
TOTAL UDS. FSICAS	13275	28029	50136	12861
TOTAL UDS. FSICAS ANUALES	104301			
	1 Trimestre	2 Trimestre	3 Trimestre	4 Trimestre
Adulto (25,90€)	241.766,14 €	374.666,09 €	454.406,71 €	230.868,28 €
Junior (22,90€)	23.728,98 €	36.772,91 €	45.304,64 €	23.771,37 €
Senior (21,90)	20.428,32 €	31.657,86 €	39.007,32 €	20.468,36 €
Discapacitados (21,90€)	22.500,06 €	34.868,45 €	42.958,70 €	22.540,55 €
Niños (GRATIS)	- €	- €	- €	- €
Piscina (5,90€)	- €	1.022.215,72 €	3.431.896,41 €	- €
TOTAL EUROS	308.423,50 €	1.500.181,02 €	4.013.573,76 €	297.648,56 €
TOTAL EUROS ANUALES	6.119.826,85 €			

Fuente: Elaboración propia a partir de una estimación.

5.4. Cuantificación de las inversiones y de los gastos corrientes a realizar en el área comercial.

Tabla 5.12. Gastos en publicidad.	
RADIO	1.478,65 €
<i>40 principales Jaén</i>	<i>734,46 €</i>
<i>C. Fiesta Jaén</i>	<i>744,19 €</i>
PRENSA	1.428,00 €
<i>Diario Jaén</i>	<i>1.428,00 €</i>
TELEVISION	1.410,00 €
<i>Canal Sur y Canal Sur 2</i>	<i>1.410,00 €</i>
VALLAS PUBLICITARIAS	3.450,00 €
<i>10 vallas (8x3 metros)</i>	<i>3.450,00 €</i>
REDES SOCIALES	GRATIS
<i>Facebook</i>	<i>GRATIS</i>
<i>Instagram</i>	<i>GRATIS</i>
Fuente: Elaboración propia a partir de páginas web de los diferentes tipos de publicidad	

6. PLAN DE OPERACIONES.

El Plan de Producción tiene como objetivo describir las operaciones de la empresa, es decir, el proceso fabricación del producto o de prestación del servicio, incluyendo los recursos humanos, materiales y tecnológicos que sean necesarios.

En este capítulo desarrollaremos los siguientes apartados:

6.1. Descripción de los servicios desde una perspectiva de producción.

Para realizar este apartado hay que tener en cuenta que, a diferencia del Plan de Marketing, en el que el servicio se describía desde un punto de vista comercial, aquí debemos exponer sus características técnicas. Clasificaremos los servicios ofrecidos en dos partes, por un lado el servicio principal, que serían las atracciones y la piscina, y por otro lado, los servicios complementarios, que englobaría el restaurante-cafetería, y el área de descanso (Zonas verdes, merendero y baños públicos).

6.1.1. Atracciones.

El Gusano Loco: Es una montaña rusa recomendada para niños –aunque podrán estar acompañados de algún adulto -, a partir del metro de altura. Tiene una longitud de recorrido de 150 metros, alcanza su altura máxima a los 2 metros y una velocidad máxima de 14km/h. Se compone de 10 vagones con dos asientos, con una capacidad total para 20 personas. Esta atracción utiliza de seguridad con sistema de bloqueo, que se bajan automáticamente antes de iniciar el viaje. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 6,5 kW/h.

Imagen 5.1. El Gusano Loco



Fuente: Alibaba.com

barras metálicas

La mini noria: Es una noria pequeña para niños, con una altura mínima de 1,00 metros y una máxima de 1,40 metros. Viaja a una velocidad máxima de 10km/h, y llega hasta una altura de 6 metros. Se compone de 5 gabinas con dos asientos, con una capacidad total para 10 personas. Antes de iniciar, el monitor se encargará de cerrar la puerta de cada gabiña, que cuenta con un sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 5,5 kW/h.

Imagen 5.2. La Mini Noria.



Fuente: Alibaba.com

La ranita saltarina: Es una lanzadera recomendada para niños de más de 1,00 metro de altura – aunque pueden ir acompañados de algún adulto-. Al llegar a los 2,5 metros, la caída se realiza a una velocidad de 16km/h. Tiene 4 elevadores, con 4 asientos cada uno, lo que supone una capacidad total para 16 personas. Esta atracción utiliza un arnés metálico con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 20 kW/h.

Imagen 5.3. La Ranita Saltarina.



Fuente: Alibaba.com

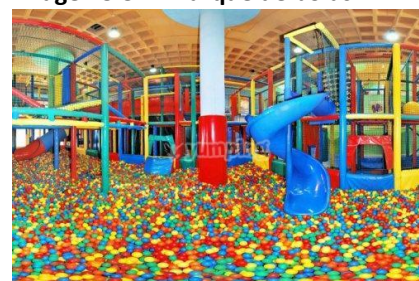
Las tazitas: Consiste en unas tazas gigantes, que giran alrededor de una plataforma circular y sobre si mismas a la vez, a una velocidad de 20 km/h. Está recomendado para niños de más de 1 metro, pero también pueden subir adultos. Hay 10 tazas habilitadas para 4 personas cada una, con una capacidad total para 40 personas. Esta atracción utiliza barras metálicas con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 20 kW/h.

Imagen 5.4. Las Tazitas.



Fuente: Párqu Warner

Imagen 5.5. El Parque de bolas.



Fuente: Alibaba.com

Parque de bolas: Es la zona de diversión ideal para los más pequeños. Se admitirán niños de hasta 1,20 metros de altura. La duración es ilimitada.

Las sillas voladoras: Consiste en unas sillas colgadas del techo de la estructura -12 metros- por unas cadenas que miden 5 metros, la plataforma gira a unos 25 km/h. Está recomendado para todos los públicos que midan más de 1 metro. Se compone de 50 sillas, con una capacidad para 50 personas. El sistema de seguridad es un cinturón con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 55 kW/h.

Imagen 5.7. Las Sillas Voladoras.



Fuente: Alibaba.com

Tiovivo: Es un carrusel recomendado para todos los públicos que midan más de 1 metro de altura, que viaja a una velocidad de 10 km/h, compuesto de 4 carrozas con 4 asientos en cada una, y 14 caballitos, con una capacidad total para 30 personas. Cada carroza tiene un sistema de seguridad de barras metálicas con sistema de bloqueo y los caballitos tienen cinturones. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 60 kW/h.

Imagen 5.6. El Tiovivo.



Fuente: Alibab.com

Noria: Se trata de una plataforma que gira a 15 km/h, con una altura máxima de 50 metros. Está recomendada para todas las personas que midan más de 1 metro. Se compone de 40 gabinas, con capacidad de 2 personas en cada una, en total caben 80 personas. Esta atracción utiliza barras metálicas con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 60 kW/h.

Imagen 5.8. La Noria.



Fuente: Diariodenavarra.es

La Bestia: Es una montaña rusa tradicional que recorre 980 metros, su altura máxima está en los 45 metros, alcanzando una velocidad máxima de 100 km/h. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,40 metros. Tiene una capacidad para 28 personas, dos trenes independientes, con 7 vagones cada uno, y dos asientos en cada vagón. Esta atracción utiliza barras metálicas y arnés con sistema de

Imagen 5.9. La Bestia.



Fuente: Nolos

Imagen 5.10. El Dragón Azul.



Fuente: Coastergallety.com

bloqueo. La duración del viaje es de 2 min y 45 segundos. Utiliza una potencia de 70 kW/h.

El Dragón Azul: Es una montaña rusa invertida que recorre 660 metros, su altura máxima está en los 31 metros, alcanzando una velocidad máxima de 80 km/h. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,40 metros. Tiene una capacidad para 28 personas, dos trenes independientes, con 7 vagones cada uno, y dos asientos en cada vagón. Esta atracción utiliza barras metálicas y arnés con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 2 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 70 kW/h.

La Torre Gigante: Es una lanzadera de 45 metros de altura, con una caída a una velocidad de 86 km/h. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,40 metros. Se compone de 4 elevadores con 4 asientos cada uno, con una capacidad total para 16 personas. Esta atracción utiliza barras metálicas y arnés con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 150 kW/h.

Imagen 5.11. La Torre Gigante.



La Máquina: Es un círculo gigante que realiza movimientos horizontales, recorriendo 15 metros y girando sobre su propio eje a 40 km/h, a una altura máxima de 40 metros. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,40 metros. Tiene una capacidad para 40 personas, cada una en un asiento. Esta atracción utiliza arnés con sistema de bloqueo y cinturón. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 100 kW/h.

Imagen 5.12. La Máquina.



Fuente: Parque Atracciones de Madrid

Huracán: Es un péndulo gigante que realiza movimientos horizontales, recorriendo 12 metros y girando sobre su propio eje a 40 km/h, a una altura máxima de 20 metros. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,40 metros. Tiene una capacidad para 12 personas, cada una en un asiento. Esta atracción utiliza arnés con sistema de bloqueo y cinturón. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 80 kW/h.

Imagen 5.13. El Huracán.



Fuente: voreiferrambo de

Disko Volador: Es un círculo gigante parecido a la máquina - incluye la opción de balancearte sobre ti mismo- que realiza movimientos horizontales, recorriendo 8 metros y girando sobre su propio eje a 40 km/h, a una altura máxima de 18 metros. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,40 metros. Se compone de 40 asientos, con forma de moto,

con una capacidad para 40 personas, cada una en un asiento. Esta atracción utiliza un arnés trasero con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 110 kW/h.

Imagen 5.14. El Disko Volador.



Fuente: Flickr.com

El Martillo: Es un péndulo gigante que gira 360° sobre el eje central, recorriendo 12 metros a una velocidad máxima de 60 km/h, a una altura máxima de 30 metros. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,40 metros. Cuenta con 8 vagones, con 4 asientos cada uno, con una capacidad total para 32 personas. Esta atracción utiliza barras metálicas y un arnés con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 120 kW/h.

Imagen 5.15. El Martillo.



Fuente: Mundoaventura.com

El Barco Vikingo: Es una barca que realiza movimientos horizontales recorriendo 6 metros a una velocidad máxima de 50 km/h, a una altura máxima de 25 metros. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,20 metros. Cuenta con 4 vagones, con 4 asientos cada uno, y dos jaulas, con una capacidad total para 32 personas. Esta atracción utiliza arnés con sistema de bloqueo para los asientos, y sistema de bloqueo para la puerta de las jaulas. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 100 kW/h.

Imagen 5.16. El Barco Vikingo.



Fuente: Macobaferias.com

La Cárcel: Se trata de un péndulo que gira en torno al eje central, recorriendo 10 metros con una velocidad máxima de 50 km/h, a una altura máxima de 30 metros. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,20 metros. Se compone de 4 jaulas en las que caben 8 personas, con una capacidad total para 32. Las puertas de las jaulas se cierran con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 70 kW/h.

Imagen 5.17. La Cárcel.



Fuente: Feriadatabase.es

Gran Tsunami: Es una montaña rusa invertida que compagina una altura máxima de 20 m con el nivel del agua sobre el que se asienta, recorriendo 480 metros a una velocidad máxima de 80 km/h. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,40 metros. Se compone de 6 vagones con 4 asientos cada uno, con una capacidad total para 24 personas. Esta atracción utiliza un arnés con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 2 min y 15 segundos. Utiliza una potencia de 60 kW/h.

Imagen 5.18. El Gran Tsunami.



Fuente: Sea World Orlando

Los Donuts: Son barcas circulares que recorren un circuito acuático de 300 metros a una velocidad máxima de 25 km/h. Está recomendado para todos los públicos con una altura mínima de 1,00 metros. Se compone de 8 barcas independientes, con 6 asientos, con una capacidad total para 48 personas. Esta atracción utiliza un cinturón con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 80 kW/h.

Imagen 5.19. Los Donuts.



Fuente: Isla Mágica

Top Gun: Es un columpio gigante que realiza movimientos de atrás hacia delante, mientras va tomando fuerza para acabar girando completamente sobre su eje, y a la vez hay chorros de agua que salen desde el suelo de la plataforma. Alcanza una altura máxima de 10 metros y gira a una velocidad de 25 km/h máximo. Sólo podrán acceder personas con más de 12 años, con una altura mínima de 1,20 metros. Se compone de dos hileras, con 20 asientos cada una, con una capacidad para 40 personas. Esta atracción utiliza arnés con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 60 kW/h.

Imagen 5.20. El Top Gun.



Fuente: Feriadatabase.com

Barcas Traicioneras: Se trata de montaña rusa de agua que recorre 220 metros con una cascada de 15 metros de altura, a una velocidad de 50 km/h. Esta recomendado para todo el público, con una altura mínima de 1,00 metros. Se compone de dos barcas independientes con 10 asientos, con una capacidad 20 personas. Esta atracción utiliza un arnés con sistema de bloqueo. La duración del viaje es de 1 min y 30 segundos. Utiliza una potencia de 200 kW/h.

Imagen 5.21. Las Barcas Traicioneras.



Fuente: Chisland.com

PISCINA CON TOBOGANES: Se construirá una piscina de 40m de largo por 15m de ancho y 1,20m de profundidad, 600m² y 720m³. Contará con un tobogán básico de 6 metros, un tobogán liso de 10 metros con 4 pistas, dos toboganes enroscados de 30 metros cada uno. Según el reglamento técnico de piscinas, para las que estén al aire libre, se aplicará una regla de 3 personas por cada 2 m² de lámina de agua. En nuestro caso, la piscina tendrá un aforo de 1200 personas.

Imagen 5.22. Piscina con toboganes.



Fuente: entrechiquitines.com

Tabla 6.1. Descripción de las atracciones del parque desde una perspectiva de producción.

Nombre	Tipo atracción	Altura min (m)	Público recomienda	Capacidad	Altura	Longitud recorrido	Velocidad máx. (km/h)	Duración (min)	Potencia (kw)	Sistema seguridad
Gusano Loco	Mecánica	1 m	Niños	20	2m	150 m	14km/h	1 min 30 s	6,5	Barras + SB
Mini Noria	Mecánica	1 m	Niños	10	6m		10km/h	1 min 30 s	5,5	Puerta + SB
Ranita Saltarina	Mecánica	1 m	Niños	16	10m		16km/h	1 min 30 s	20	Arnés + SB
Tazitas	Mecánica	1 m	Niños	40	2,5m		20km/h	1 min 30 s	25	Barras + SB
Sillas voladoras	Mecánica	1 m	Todos	50	12m		25km/h	1 min 30 s	55	Cinturón + SB
Tiovivo	Mecánica	1 m	Todos	30	10m		10km/h	1 min 30 s	60	Barras + Cinturón + SB
Noria	Mecánica	1 m	Todos	80	50m		15km/h	1 min 30 s	60	Puerta + SB
Bestia	Mecánica	1,40 m	> 12 años	28	45m	980m	100km/h	2 min 45 s	70	Barras + Arnés + SB
Dragon Azul	Mecánica	1,40 m	> 12 años	28	31m	660m	80km/h	2 min 30 s	70	Barras + Arnés + SB
Torre Gigante	Mecánica	1,40 m	> 12 años	16	45m		86km/h	1 min 30 s	150	Barras + Arnés + SB
Máquina	Mecánica	1,40 m	> 12 años	40	40m	15m	40km/h	1 min 30 s	100	Arnés + Cinturón + SB
Huracán	Mecánica	1,40 m	> 12 años	12	20m	12m	40km/h	1 min 30 s	80	Arnés + Cinturón + SB
Disko Volador	Mecánica	1,40 m	> 12 años	40	18m	8m	40km/h	1 min 30 s	110	Arnés trasero + SB
Martillo	Mecánica	1,40 m	> 12 años	32	30m	12m	60km/h	1 min 30 s	120	Arnés + SB
Barco Vikingo	Mecánica	1,20 m	> 12 años	32	25m	6m	50km/h	1 min 30 s	100	Puerta + Barras + SB
Cárcel	Mecánica	1,20 m	> 12 años	32	30m	10m	50km/h	1 min 30 s	70	Puerta + SB
Gran Tsunami	Acuática	1,40 m	> 12 años	24	20m	480m	80km/h	2 min 15 s	60	Arnés + SB
Donuts	Acuática	1 m	Todos	48	8m	300m	25km/h	1 min 30 s	80	Cinturón + SB
Top Gun	Acuática	1,20 m	> 12 años	40	10m		20km/h	1 min 30 s	60	Arnés + SB
Barcas Traicioneras	Acuática	1 m	Todos	20	15m	220m	50km/h	1 min 30 s	200	Arnés + SB

Fuente: Elaboración propia a partir de algunos datos del Parque de Atracciones de Madrid (con los datos no encontrados se realiza una estimación).

6.1.2. Área de descanso.

Restaurante-Cafetería: Una empresa ajena se encargará de desarrollar esta actividad.

Zonas verdes: El parque contará con césped, diferentes árboles y una fuente grande. Se instalarán fuentes para el consumo público de agua y bancos por todo el recinto.

Baños públicos: Se construirán tres baños públicos en todo el recinto, uno de ellos estará ubicado en el recinto de la piscina y contará con duchas y vestuarios, y los otros dos estarán distribuidos en el resto del parque – sin incluir el del restaurante-. Todos contarán con cambiador de bebés y estarán habilitados para discapacitados.

Carpa y merendero: Se instalará una carpa con diez merenderos.

6.2. Descripción de los procesos de prestación de servicios.

Cada proceso de fabricación de productos o de prestación de servicios debe estar planificado y programado, detallándose los recursos físicos y humanos que son necesarios, así como la descripción de los diferentes procesos, actividades o tareas a realizar.

El proceso de prestación de servicios de Green Park Jaén, detallado en el grafico 6.1.comienza con la inversión inicial necesaria para la construcción del parque y la compra y montaje de las atracciones, a través del canal con el proveedor –detallado más adelante-. Una vez construido el parque, el departamento de marketing y ventas procederá a promocionar la apertura del parque para atraer a los clientes. A partir de este punto, empieza en realidad el proceso. El cliente tiene dos opciones a la hora de comprar las entradas: online y taquilla; si elige la opción online (página web o app) deberá realizar el pago en dicho momento. Se le enviará un correo con el ticket de compra que deberá canjear en taquilla el día programado de visita al parque. Si por el contrario elige la forma tradicional y compra la entrada en taquilla, abonará el importe en dicho momento.

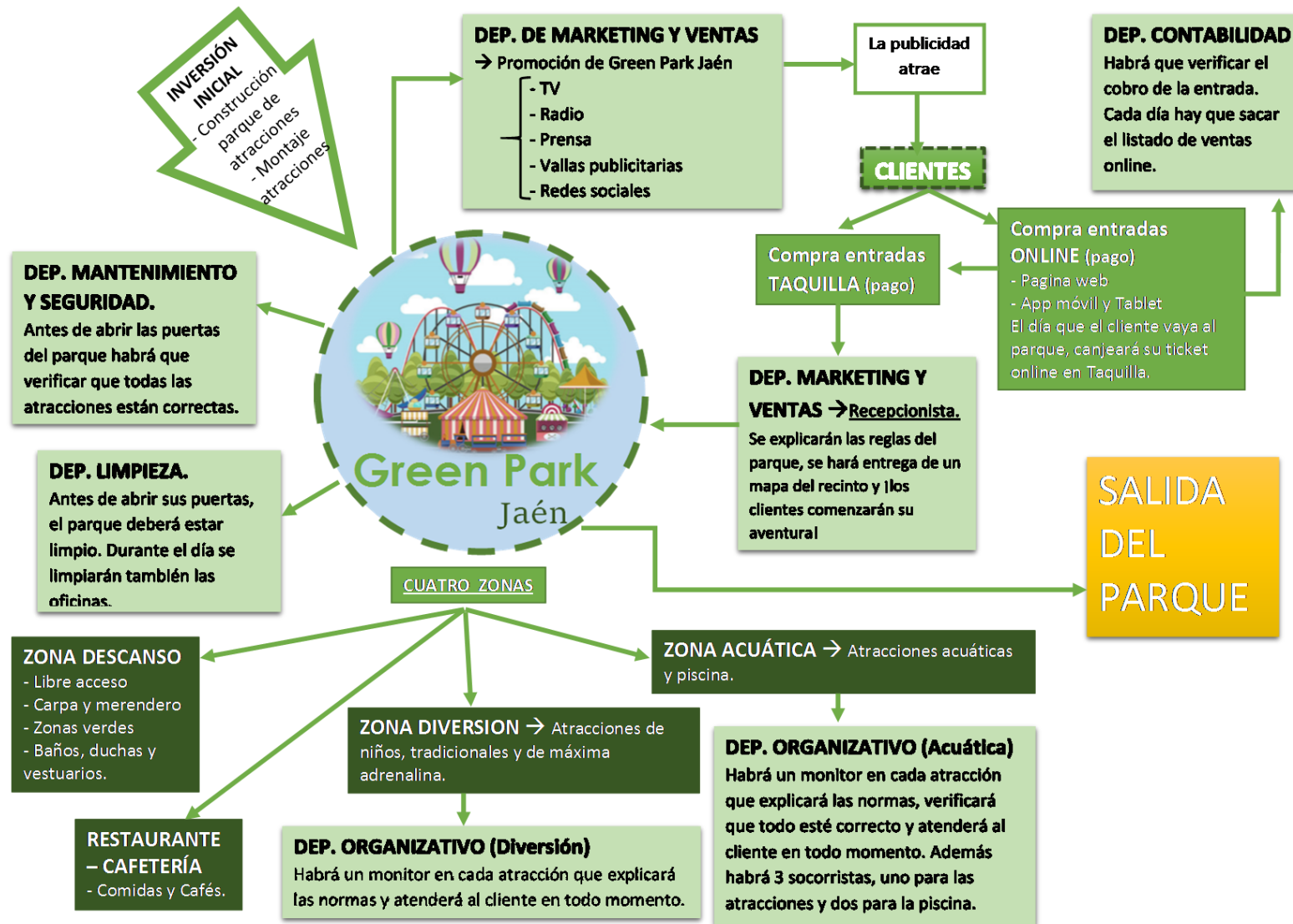
Por su parte, el departamento de contabilidad deberá verificar los cobros recibidos por venta de entradas online y se le facilitará un listado diario a recepción para que pueda canjear los tickets online por entradas. Seguidamente a la compra de entradas, el recepcionista (Departamento de marketing y ventas) explicará las reglas del parque a los clientes y se hará entrega de un mapa del recinto. El cliente entrará al parque, en el que encontrará cuatro zonas (ya detalladas anteriormente): Descanso, Restaurante-Cafetería, Diversión y Acuática.

Antes de la apertura del parque, los empleados del departamento de mantenimiento y seguridad deberán realizar una prueba de cada atracción para verificar que esta todo correcto, además los del departamento de limpieza deberán limpiar el parque y las oficinas.

El horario del parque es de 11:30h a 20:00h, con un descanso de 30 minutos de 14:00 a 14:30, en el que los empleados tomarán el almuerzo y las atracciones permanecerán cerradas.

A las 19:50 horas se realizará el último turno y todos los clientes deberán abandonar el parque, dando por finalizado el proceso.

Gráfico 6.1. Diagrama del proceso de prestación de servicios.



Fuente: Elaboración propia.

6.3. Determinación de la capacidad productiva.

La capacidad de producción o capacidad productiva es el máximo nivel de actividad que puede alcanzarse con una estructura productiva dada. Para determinar nuestra capacidad productiva hemos realizado una tabla con todas las atracciones, la duración de su viaje y la capacidad de cada atracción.

El parque de atracciones tiene un horario de 11:30 a 20:00, con un descanso de 30 minutos de 14:00 a 14:00 para que los empleados tomen un almuerzo, por lo que las atracciones permanecerán cerradas. En total el parque estará disponible 8 horas, 480 minutos. Al tiempo que tarda cada atracción desde que empieza el turno hasta que acaba, se le suman 30 segundos por cuestiones externas. Para saber cuántos turnos puede hacer cada atracción en un día, se dividen los minutos totales (480) entre la duración de cada turno. Seguidamente, se multiplica el resultado por la capacidad de cada atracción, para llegar a la capacidad total de cada atracción al día.

La capacidad total productiva de nuestra empresa es de 149.092 personas al día.

Tabla 6.2. Determinación de la capacidad productiva.				
Atracción	Duración (min) + 30	Capacidad (personas)	Nº viajes (en 8 horas)	Capacidad total
Gusano Loco	2	20	240	4800
Mini Noria	2	10	240	2400
Ranita Saltarina	2	16	240	3840
Tazitas	2	40	240	9600
Sillas voladoras	2	50	240	12000
Tiovivo	2	30	240	7200
Noria	2	80	240	19200
Bestia	3,25	28	147	4116
Dragon Azul	3	28	160	4480
Torre Gigante	2	16	240	3840
Máquina	2	50	240	12000
Huracán	2	12	240	2880
Disko Volador	2	40	240	9600
Martillo	2	32	240	7680
Barco Vikingo	2	32	240	7680
Cárcel	2	32	240	7680
Gran Tsunami	2,75	24	174	4176
Donuts	2	48	240	11520
Top Gun	2	40	240	9600
Barcas Traicioneras	2	20	240	4800
TOTAL	43	648	4561	149092
Fuente: Elaboración propia a partir de la tabla 6.1.				

6.4. Proveedores y gestión de aprovisionamiento.

6.4.1. Construcción, mantenimiento y limpieza del parque de atracciones.

Para la construcción del parque se contratarán los servicios de nuestro principal proveedor, la empresa Parques Reunidos, para que así Green Park Jaén se integre en su estructura operativa y pase a ser administrado por el Grupo, en el que se incluyen los parques de atracciones más importantes del mundo, siguiendo los mismos niveles de calidad, información, eficiencia y control. Esta empresa se encargará de todas las obras necesarias, con sus respectivas licencias, y la compra de las atracciones, firmando un contrato de mantenimiento de las mismas durante toda su vida útil.

En cuanto a la limpieza del parque y sus instalaciones se contará con el trabajo de los profesionales de la empresa SIRSA, los cuales nos ofrecen las más avanzadas técnicas y una metodología que garantizará el rendimiento más óptimo.

6.4.2. Suministros eléctricos, agua e internet.

Para el suministro de agua, tanto para las instalaciones como para las atracciones acuáticas y la piscina, se contratará una tarifa de uso comercial con la empresa Aqualia de Jaén. En el caso de la luz, contrataremos una tarifa de negocio con Endesa. Y con respecto a internet, encontramos la mejor oferta de ADSL + teléfono en Movistar por 31,40€ al mes.

6.4.3. Mobiliario y material de oficina.

Para el mobiliario de la oficina se necesitarán dos mesas, una para el director y otra para el contable que se comprarán en Viking.es por 114,94€ cada una y dos sillas por 59,95€ cada una en Pc Componentes. Además, es imprescindible que cada empleado cuente con un ordenador, por lo que se comprarán dos iguales al precio

de 399€ en HP store, una impresora multifunción de Media Mark por 59,90€ y un armario que cuenta con estantería por 102,06€ en la tienda Mobiliario de oficina. En cuanto al mobiliario de recepción se instalará un mostrador de Mobiocasion que cuesta 149,99€ y otra silla de Pc Componentes por el mismo precio. Será imprescindible un Tpv táctil con todos los accesorios para realizar el cobro a los clientes, que nos costará 450,65€ en la tienda All Store. Dispondrá de una impresora



multifunción y un armario igual que los de la oficina. El material de oficina que vaya siendo necesario en cada departamento se comprará en la tienda de Hiperoffice de Jaén.

6.5. Aplicación de la gestión de la calidad.

La calidad puede tener dos perspectivas: desde el punto de vista del cliente se entiende como la capacidad para satisfacer sus necesidades y desde el punto de vista del producto se entiende como la nulidad de defectos e incidencias. Su objetivo es alcanzar estándares de calidad para el producto y servicio prestado. Por ello, muchas empresas optan por certificarse, principalmente a través de las normas ISO. Nuestra empresa contará con las siguientes normas ISO, las cuales ya se enumeraron en el estudio de mercado:

- Gestión de la calidad (norma ISO 9001:2015).

Esta norma nos ayudará a mejorar la imagen de la empresa, la gestión de información y las relaciones con los proveedores y la subcontratación de empresas. Nos beneficiará en cuanto al enfoque al cliente, a la gestión por procesos, la mejora continua y hará que se incremente la participación y el compromiso del personal de la empresa.

- Gestión del medio ambiente (norma ISO 14001:2015).

La certificación de esta norma nos evitara multa y sanciones por infracción, mejorara la imagen de la empresa, disminuirá los accidentes laborales, garantizará el cumplimiento de la legislación vigente, nos hará ahorrar en consumos, fortalecerá la posición de la empresa en el mercado y además, incrementará la valoración patrimonial de la empresa.

Imagen 6.2. Beneficios de la norma ISO 9001.



Fuente: www.gesycal.com

Imagen 6.3. Beneficios de la norma ISO 14001.



Fuente: www.gesycal.com

- Gestión de la seguridad y la salud en el trabajo (norma ISO OSHAS 18001:2007).

Esta certificación nos proporcionará una mejora de la imagen de la empresa, evitaremos multas y sanciones, incrementaremos la participación del personal y su satisfacción, disminuirémos los accidentes laborales, fortalecerá su posición en el mercado, mejorará las relaciones internas y garantizará el cumplimiento de la legislación vigente.

Imagen 6.4. Beneficios de la norma ISO 18001.



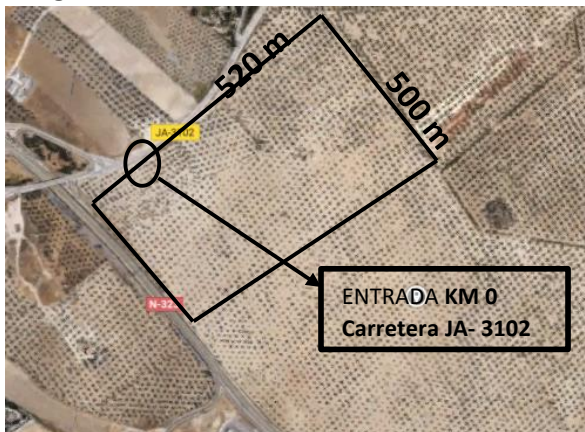
Fuente: www.gesycal.com

- Gestión de la responsabilidad social (norma ISO 26000:2010).

Esta norma mejora la relación con las empresas, gobiernos, medios de comunicación, proveedores, organizaciones de la competencia, clientes y la sociedad que compone el entorno de la empresa. De esta forma, y tal y como nos dice la publicación “ISO 26000 visión general del proyecto”, la “ISO 26000 será una herramienta de Responsabilidad Social poderosa para ayudar a las organizaciones a pasar de las buenas intenciones a las buenas acciones”.

6.6. Selección de la localización.

Imagen 6.5. Ubicación de Green Park Jaén.



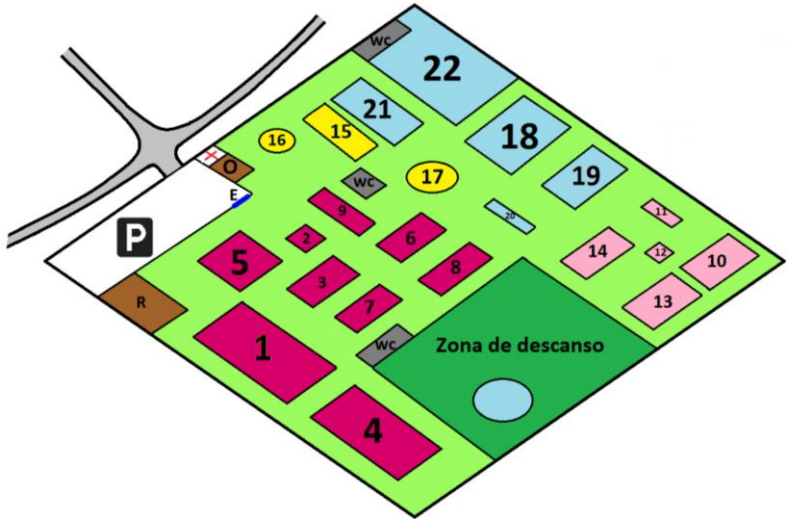
Fuente: Google Maps.

El parque de atracciones se instalará en las afueras del municipio de Jaén, entre la carretera JA-3102 y la nacional 322. Se accederá al parking y a la entrada por el km 0 de dicha carretera JA-3102. Se ha elegido esta ubicación puesto que es un terreno edificable de grandes dimensiones alejado de la vía urbana, ideal para instalar el parque

de atracciones. El terreno tiene unas dimensiones de 520x500 metros, un total de 260.000 m².

A continuación, según la imagen del plano del recinto, explicaremos detalladamente la ubicación de sus instalaciones.

Imagen 6.6. Plano técnico del recinto.



Fuente: Elaboración propia.

Lo primero que encontramos en el exterior es el parking, que contará con 1000 plazas en total -según lo dispuesto en la legislación vigente-, a continuación vemos la recepción y las oficinas en la planta de arriba. El interior del parque se divide en cuatro zonas, ya comentadas anteriormente: Descanso, Restaurante, Acuática y Diversión.

En la zona de descanso podemos encontrar una carpa con merenderos, una gran fuente y zonas verdes. A lo largo de todo el parque podemos encontrar bancos, fuentes para beber agua y papeleras. Habrá tres baños públicos, sin contar el del restaurante, uno en la zona de descanso, otro cerca de la entrada y otro en la zona de la piscina, que además dispondrá de vestuarios y duchas. Todos los baños públicos estarán habilitados para discapacitados y tendrán cambiador para bebés. El restaurante se encuentra al inicio. Las atracciones se ubicarán de la siguiente manera:

Tabla 6.3. Ubicación de las atracciones del parque.

Para los más atrevidos		Para niños	Para los tradicionales	Acuáticas
1. Bestia	6. Disko volador	10. Gusano loco	15. Noria	18. Gran tsunami
2. Torre gigante	7. Martillo	11. Mini noria	16. Tiovivo	19. Donuts
3. Máquina	8. Barco vikingo	12. Ranita saltarina	17. Sillas voladoras	20. Top gun
4. Dragón azul	9. Cárcel	13. Tazitas		21. Barcas traicioneras
5. Huracán		14. Parque de bolas		22. Piscina con toboganes
Fuente: Elaboración propia.				

6.7. Cuantificación de las inversiones y de los gastos corrientes a realizar en el área de operaciones.

Tabla 6.4. Inversiones y gastos corrientes (Área producción)	
Nombre	Gasto anual
Adquisición del terreno	10.000.000,00 €
Construcción del parque y sus instalaciones	2.500.000,00 €
Compra y montaje de atracciones mecánicas	685.100,00 €
Compra y montaje de atracciones acuáticas	580.600,00 €
Mobiliario oficinas	2.132,29 €
Suministros	109.675,40 €
Página web	1.607,00 €
Certificación normas ISO	12.000,00 €
Seguro médico	100.000,00 €
Taquillas	6.220,40 €
TOTAL	13.997.335,09 €
Fuente: Elaboración propia	

7. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.

El Plan de Organización y de Recursos Humanos tiene como finalidad analizar, seleccionar, evaluar y controlar los recursos humanos en la empresa. Para ello, se deberá elaborar un organigrama y definir las funciones, tareas, responsabilidades y perfil de cada puesto de trabajo, así como las políticas reclutamiento, selección, contratación, formación y motivación del personal.

En este apartado analizaremos las siguientes cuestiones:

7.1. Evaluación y selección del modelo organizativo de referencia para el diseño de la estructura de la empresa.

A la hora de seleccionar el modelo organizativo que sirva de referencia para la estructura de nuestra empresa, a pesar de que existen diversos tipos, nos decantamos por el modelo funcional, puesto que nuestra empresa estará dividida en departamentos, y creemos que, según la descripción y las características que concierne –explicado a continuación–, es la que mejor se ajusta a nuestras necesidades.

La organización funcional trata de estructurar de la forma más adecuada los recursos humanos e integrar éstos con los recursos materiales y financieros con el fin de aplicar eficazmente las estrategias elaboradas y los medios disponibles, y conseguir los objetivos propuestos. Este tipo de organización determina la existencia de diversos supervisores, los cuales deberán estar especializados en cada una de sus áreas o departamentos. Sus características son:

- La autoridad se define como funcional o dividida.

- Cada superior tiene autoridad parcial o relativa sobre sus subordinados, nunca total.
- Existe una línea directa de comunicación, sin intermediarios, puesto que busca la mayor rapidez posible entre los diferentes niveles.
- Hay descentralización en las decisiones.
- Se hace un énfasis en la especialización de todos los órganos a cargo.

7.2. Determinación de las necesidades de personal, diseño de puestos, determinación de funciones y responsabilidades.

Para el correcto funcionamiento de la empresa es muy importante saber que puestos de trabajo están cubiertos por los promotores y para los que no, habrá que buscar trabajadores que lo cubran, y para ello habrá que diseñar los puestos, determinando las funciones básicas y sus responsabilidades.

En el caso de Green Park, los cuatro promotores empresariales prestaran su trabajo a la empresa. En las tablas siguientes se detallan los puestos necesarios y sus características correspondientes.

Tabla 7.1. Diseño del puesto de Director General	
Puesto	DIRECTOR GENERAL
Departamento	Dirección
Empleado	Natalia Cuevas Martinez
Función básica	Se encargará de la supervisión de todos los departamentos para asegurar que la empresa marcha correctamente.
Responsabilidades	1. Desarrollar las actividades directivas y de control para incrementar la rentabilidad y eficiencia de la empresa. 2. Establecer programas a corto y largo plazo para garantizar la viabilidad empresarial. 3. Establecer medidas de evaluación de eficiencia para garantizar que se cumplen los objetivos establecidos. 4. Mantener una comunicación directa y fluida con el resto de departamentos.
Estudios necesarios	Administración de empresas, Finanzas y contabilidad, o similares
Horario	9:00 - 14:00 / 16:00 - 19:00
Salario	1.435,15 €
Fuente: Elaboración propia	

Tabla 7.2. Diseño del puesto de Oficial Administrativo	
Puesto	OFICIAL ADMINISTRATIVO
Departamento	Contabilidad
Empleado	Desireé Beteta García
Función básica	Se encargará de todas las labores administrativas, económicas y financieras de la empresa.
Responsabilidades	1. Contabilizar las facturas diarias, tanto ingresos como gastos. 2. Elaboración de las cuentas anuales y demás documentos oficiales. 3. Manejo de la página web. 4. Gestionar pagos a proveedores y otras empresas subcontratadas. 5. Servirá de apoyo al departamento de marketing y ventas.
Estudios necesarios	Administración de empresas, Finanzas y contabilidad, o similares
Horario	9:00 - 14:00 / 16:00 - 19:00
Salario	941,83 €
Fuente: Elaboración propia	

Tabla 7.3. Diseño del puesto de Recepcionista	
Puesto	RECEPCIONISTA
Departamento	Marketing y ventas
Empleado	M ^{re} Carmen Herrera Román
Función básica	Se encargará de atender a los visitantes, cobrar la entrada y explicarles las normas y funcionamiento del parque.
Responsabilidades	1. Gestionar la publicidad empleada para la promoción del parque. 2. Atender a los clientes por correo o llamadas telefónicas. 3. Gestionar la reserva de entradas a través de la página web o app. 4. Cobrar la entrada en taquilla. 5. Explicar el funcionamiento del parque junto con sus normas.
Estudios necesarios	Secretariado
Horario	11: 30 - 14: 00 / 14:30 - 20:00
Salario	852,12 €
Fuente: Elaboración propia	

Tabla 7.4. Diseño del puesto de Jefe de Departamento	
Puesto	JEFE DE DEPARTAMENTO
Departamento	Mantenimiento y seguridad
Empleado	Álvaro Pérez Rodríguez
Función básica	Se encargará de revisar el mantenimiento y la seguridad de cada una de las atracciones del parque. Además, será el supervisor del departamento organizativo.
Responsabilidades	1. Antes de que el parque abra las puertas, revisar todas las atracciones para comprobar si están correctas. 2. Si alguna presentara fallos, deberá cerrarla temporalmente. 3. Contratar los servicios necesarios para la reparación. 4. Supervisar el departamento organizativo y controlar que todo marche correctamente.
Estudios necesarios	Ingeniería mecánica
Horario	9:00 - 14:00 / 16:00 - 19:00
Salario	1.255,76 €
Fuente: Elaboración propia	

Tabla 7.5. Diseño del puesto de Monitor de ocio	
Puesto	MONITOR DE OCIO
Departamento	Organizativo
Nº de puestos	22
Función básica	Será el encargado de controlar el funcionamiento de la atracción, ayudar a los clientes y verificar que se cumplan las normas.
Responsabilidades	1. Verificar que la atracción está correctamente. 2. Monitorizar el viaje de la misma. 3. Atender a los clientes en la subida y la bajada, para que no ocurra ningún problema.
Estudios necesarios	Grado medio de monitor turístico
Horario	11: 30 - 14: 00 / 14:30 - 20:00
Salario	941,82 €
Fuente: Elaboración propia	

Tabla 7.6. Diseño del puesto de Socorrista	
Puesto	SOCORRISTA
Departamento	Organizativo
Nº de puestos	3
Función básica	Será el encargado de velar por la seguridad de los bañantes y de verificar que se cumplan todas las normas
Responsabilidades	1. Deberá de permanecer atento a la vigilancia. 2. Mantener la piscina y los alrededores en orden para su correcto funcionamiento. 3. En caso de que ocurra algún percance, deberá socorrer a las personas afectadas.
Estudios necesarios	Curso de socorrista y primeros auxilios
Horario	11: 30 - 14: 00 / 14:30 - 20:00
Salario	969,27 €
Fuente: Elaboración propia	

Tabla 7.7. Diseño del puesto de Vigilante de Seguridad	
Puesto	VIGILANTE DE SEGURIDAD
Departamento	Organizativo
Nº de puestos	4
Función básica	Vigilar todo el recinto a fin de que no exista ningún riesgo de accidente que pueda interceptar con la marcha de la actividad del parque.
Responsabilidades	1. Permanecer atento a todos los movimientos. 2. Verificar el cumplimiento de las normas de funcionamiento del parque. 3. En caso contrario, advertir al cliente y/o expulsarlo de la zona.
Estudios necesarios	Curso de vigilante de seguridad
Horario	11: 30 - 14: 00 / 14:30 - 20:00
Salario	908,24 €
Fuente: Elaboración propia	

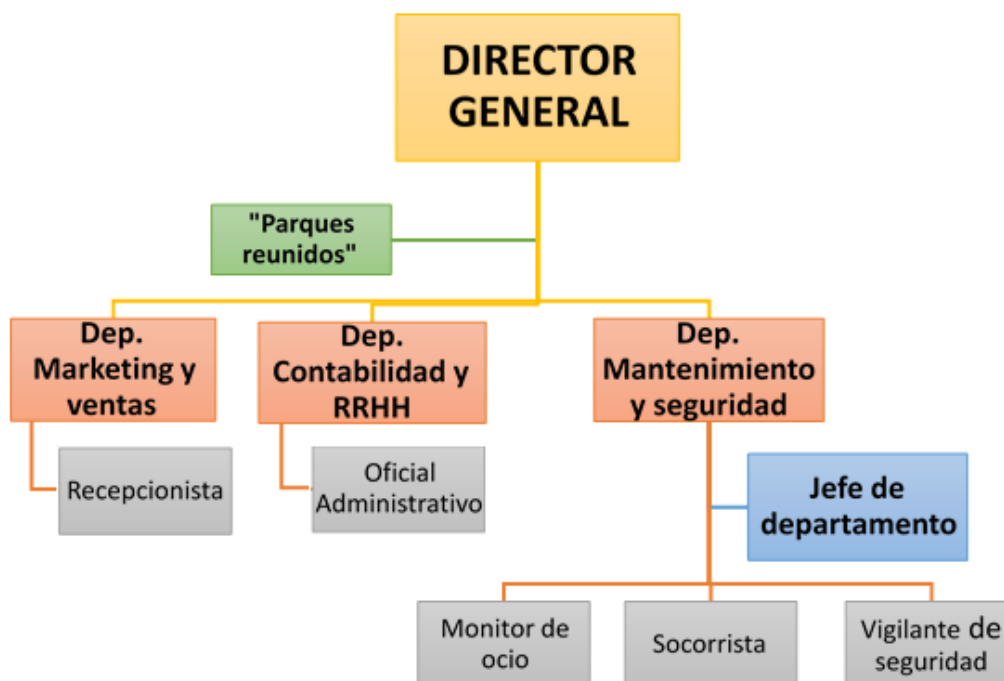
7.3. Representación del organigrama

El objetivo de este apartado es organizar el personal de la empresa a través de un organigrama que se estructurará por funciones, áreas o departamentos, con el fin de ubicar cada puesto de trabajo. Si fuese necesario, cada función podría dividirse, a su

vez, en sub-áreas. El organigrama determina, por tanto, la organización funcional de la empresa: sus áreas, relaciones, jerarquía y dependencia.

La organización de nuestra empresa se representa en el siguiente gráfico.

Gráfico 7.1. Organigrama Green Park Jaén.



Fuente: Elaboración propia.

7.4. Descripción de la política de recursos humanos.

Este apartado tiene como objetivo resumir las políticas de la empresa en materia de contratación, selección, motivación, formación, además de la seguridad y prevención de riesgos laborales. Todos los empleados de la empresa deberán seguir una serie de valores y principios básicos con el fin de crear un buen clima de trabajo, y así, conseguir los objetivos establecidos. Dichos principios son:

- Compromiso de integridad.
- Creatividad, desarrollo de alternativas y resolución de problemas.
- Honestidad, solidaridad y respeto.
- Puntualidad y responsabilidad.
- Liderazgo y auto-confianza.
- Orientación al cliente y al logro.
- Mejoramiento continuo.
- Comunicación abierta y fluida entre todos los trabajadores.

7.4.1. Política de contratación.

La política de contratación de Green Park Jaén establece que los cuatro promotores tendrán un contrato indefinido, con una jornada de ocho horas al día y el salario establecido según convenio. Para los demás empleados se implantará un periodo de prueba y posteriormente un contrato de duración determinada. En el caso de los monitores, los vigilantes de seguridad y el socorrista de las atracciones acuáticas, el contrato durará los diez meses que la empresa permanezca abierta al público; sin embargo, los dos socorristas de la piscina y su monitor tendrán una duración de tres meses (Mediados de Junio, Julio, Agosto y mediados de Septiembre).

7.4.2. Política de selección.

La empresa tendrá que cubrir 29 puestos de trabajo antes de la apertura del parque, y para conseguirlos se publicarán las ofertas en determinadas páginas de búsqueda de empleo. Las personas que cumplan los requisitos podrán enviarnos sus “curriculum vitae”, que serán analizados por el oficial administrativo con supervisión del director general. Seguidamente se propondrá una entrevista a los candidatos seleccionados, y se ofrecerá el puesto al que se considere más adecuado para su desarrollo.

7.4.3. Política de formación.

Una vez abierto el parque, se establecerá un plan de formación específico para cada perfil profesional de la empresa, con el fin de mejorar continuamente las competencias de cada trabajador.

7.4.4. Política de motivación.

Para que los trabajadores puedan ofrecer su máxima productividad deberán estar motivados. Para ello, se ofrecerá una retribución justa atendiendo a lo que el convenio disponga. Además, la labor de cada empleado será reconocida en todo momento, ofreciéndole libertad y responsabilidad a la hora de ejercer su actividad. Se permitirán ideas, sugerencias o alternativas posibles en cuanto al puesto en particular o la empresa en general.

7.4.5. Política de seguridad y prevención de riesgos laborales.

La Ley de Prevención de Riesgos Laborales exige a la empresa la absoluta preocupación por la seguridad y salud de sus empleados. Por ello, se establecerá un plan dedicado a proteger y garantizar la seguridad y la salud de nuestros trabajadores en el caso de existir algún accidente o riesgo laboral.

7.5. Cuantificación de las inversiones y de los gastos corrientes a realizar en el área de personal.

Los gastos propios del área de personal son los sueldos y salarios de cada trabajador, que se establecen según los convenios colectivos correspondientes a cada puesto de trabajo. Dicho convenio indica además que cada año el salario deberá incrementarse en un 5%.

Tabla 7.8. Gastos de personal de la empresa (Año 1)						
	Salario base	S. Social	Salario total	Nº empleados	Duración (meses)	Coste anual
Director general	1.435,15 €	23,60%	1.773,85 €	1	10	17.738,45 €
Oficial administrativo	941,82 €	23,60%	1.164,09 €	1	10	11.640,90 €
Recepcionista	852,12 €	23,60%	1.053,22 €	1	10	10.532,20 €
Jefe de departamento	1.255,76 €	23,60%	1.552,12 €	1	10	15.521,19 €
Monitor atracciones	941,82 €	23,60%	1.164,09 €	21	10	244.458,80 €
Monitor piscina	941,82 €	23,60%	1.164,09 €	1	3	3.492,27 €
Socorrista atracciones	969,27 €	23,60%	1.198,02 €	1	10	11.980,18 €
Socorrista piscina	969,27 €	23,60%	1.198,02 €	2	3	7.188,11 €
Vigilante de seguridad	908,24 €	23,60%	1.122,58 €	4	10	44.903,39 €
Fuente: Elaboración propia.					COSTE TOTAL	367.455,48 €

8. SELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA Y TRAMITACIÓN PARA LA PUESTA EN MARCHA.

8.1. Descripción de las principales formas jurídicas a considerar para dar cobertura a la actividad.

Antes de elegir la forma jurídica de nuestra empresa, debemos de tener consciencia de los principales tipos de sociedades que pueden constituirse en España: Empresario individual, Comunidad de bienes, Sociedad limitada o anónima (y sus variaciones) y Sociedad cooperativa.

Para la elección de la forma jurídica más adecuada, procedemos a rellenar un cuestionario, ubicado en la página web del Ministerio de Economía del Gobierno de España, ilustrado en la imagen 8.1., introduciendo las características que necesita nuestra sociedad.

Imagen 8.1. Elección de la forma jurídica de la empresa.

Tipo de empresa	Nº socios	Capital	Responsabilidad
Sociedad Anónima	Mínimo 1	Mínimo 60.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Anónima Laboral	Mínimo 2	Mínimo 60.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad Limitada Nueva Empresa	Mínimo 1 Máximo 5	Mínimo 3.000 Máximo 120.000	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedades Profesionales	Mínimo 1	Según la forma social que adopte	Limitada al capital aportado en la sociedad
Sociedad de Responsabilidad Limitada	Mínimo 1	Mínimo 3.000 euros	Limitada al capital aportado en la sociedad

Fuente: Página web Ministerio de economía, industria y competitividad (Gobierno de España)

A partir de las características seleccionadas, nos recomiendan elegir una de las siguientes formas jurídicas:

- **Sociedad anónima:** Sociedad de carácter mercantil en la cual el capital social, dividido en acciones, está integrado por las aportaciones de los socios, los cuales no responden personalmente de las deudas sociales.

Tabla 8.1. Características de la Sociedad Anónima.

Nº socios	Responsabilidad	Capital	Fiscalidad
Mínimo 1	Limitada al capital aportado	Mínimo 60.000€	Imp. Sociedades

Fuente: Pagina web Ministerio de economía, industria y competitividad (Gobierno de España)

- **Sociedad anónima laboral:** Sociedades anónimas en las que la mayoría del capital social es propiedad de los trabajadores que prestan en ellas servicios retribuidos en forma personal y directa, cuya relación laboral es por tiempo indefinido.

Tabla 8.2. Características de la Sociedad Anónima Laboral.

Nº socios	Responsabilidad	Capital	Fiscalidad
Mínimo 2	Limitada al capital aportado	Mínimo 60.000€	Imp. Sociedades

Fuente: Pagina web Ministerio de economía, industria y competitividad (Gobierno de España)

- **Sociedad limitada nueva empresa:** Es una especialidad de la sociedad limitada.

Tabla 8.3. Características de la Sociedad Limitada Nueva Empresa.

Nº socios	Responsabilidad	Capital	Fiscalidad
Máximo 5	Limitada al capital aportado	Mín. 3.000€ Máx. 120.000€	Imp. Sociedades

Fuente: Pagina web Ministerio de economía, industria y competitividad (Gobierno de España)

- **Sociedades profesionales:** Descartamos esta opción puesto que no es posible registrar nuestra actividad en ningún Colegio profesional.
- **Sociedades de responsabilidad limitada:** Sociedad en la que el capital social, que estará dividido en participaciones sociales, indivisibles y acumulables, estará integrado por las aportaciones de todos los socios, quienes no responderán personalmente de las deudas sociales.

Tabla 8.4. Características de la Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Nº socios	Responsabilidad	Capital	Fiscalidad
Mínimo 1	Limitada al capital aportado	Mínimo 3.000€	Imp. Sociedades

Fuente: Pagina web Ministerio de economía, industria y competitividad (Gobierno de España)

- **Sociedad limitada laboral:** Sociedades de responsabilidad limitada en las que la mayoría del capital social es propiedad de los trabajadores que prestan en ellas

servicios retribuidos en forma personal y directa, cuya relación laboral es por tiempo indefinido.

Tabla 8.5. Características de la Sociedad Limitada Laboral.

Nº socios	Responsabilidad	Capital	Fiscalidad
Mínimo 2	Limitada al capital aportado	Mínimo 3.000€	Imp. Sociedades

Fuente: Página web Ministerio de economía, industria y competitividad (Gobierno de España)

8.2. Establecimiento de los criterios a tener en cuenta a la hora de evaluar su idoneidad.

Para seleccionar la forma jurídica que más se adecúe a nuestra empresa, de entre las descritas anteriormente, tendremos en cuenta cinco criterios principales:

- Tipo de actividad: Para ejercer nuestra actividad, podemos elegir cualquiera de las sociedades anteriores, exceptuando las sociedades profesionales.
- Número de socios: nuestra empresa cuenta con cuatro promotores, por lo tanto podríamos elegir cualquiera de las opciones citadas.
- Tipo de responsabilidad: La responsabilidad será limitada al capital aportado, lo que nos permite elegir cualquiera de las opciones citadas.
- Capital social mínimo: Nuestro proyecto supondrá una gran inversión inicial, y los gastos anuales también serán elevados, por lo tanto el capital aportado de cada socio deberá ser proporcional. esta característica nos permite elegir cualquiera de las opciones citadas.
- Tipo de socios: Los socios pueden ser capitalistas o laborales, en nuestro caso, los promotores ofrecerán su trabajo a la empresa y serán retribuidos. Por lo tanto, la forma jurídica más adecuada para nuestra empresa será la sociedad laboral (Anónima o de Responsabilidad Limitada).

8.3. Selección justificada de una forma jurídica concreta.

Para crear nuestra empresa, elegimos la Sociedad Anónima Laboral como forma jurídica puesto que, entre la S.A.L. y la S.L.L hay una gran diferencia: El capital mínimo de la S.L.L. es de 3.000€ pero debe estar desembolsado al 100% en el momento de la suscripción; sin embargo, en la S.A.L., sólo es necesario desembolsar el 25%, lo que beneficiaría a los socios, ya que el capital aportado será una cantidad elevada.

La **Sociedad Anónima Laboral** es una variación de la sociedad anónima en la que la mayoría del capital social (+50%) es propiedad de los trabajadores, que prestan servicios retribuidos en la empresa y que gozan de una duración por tiempo indefinido en la misma. Las características más importantes se describen a continuación:

- La normativa se regirá por la Ley 44/2015 de Sociedad Laborales y Participadas, y por la Ley de Sociedades de Capital para lo no contemplado por dicha norma.
- El capital social mínimo será de 60.000€, dividido en acciones nominativas. Todas las acciones tendrán el mismo valor nominal y otorgaran los mismos derechos económicos.
- Cómo mínimo, deberá haber dos socios, siendo el importe total de las aportaciones de cada socio menor de 1/3 del capital social. La responsabilidad de los socios se limita al capital aportado.
- Además de las reservas legales (o estatutarias) que procedan, se obliga a crear un Fondo de Reserva Especial (10% sobre el beneficio líquido de cada ejercicio), hasta que se alcance, al menos, una cifra superior al doble del capital social.
- El número de horas al año trabajadas por los empleados contratados por tiempo indefinido que no sean socios, no podrá ser superior al 49% del total de horas al año trabajadas por el conjunto de socios trabajadores.
- En la denominación deberá figurar la indicación “Sociedad Anónima Laboral” o sus siglas S.A.L.
- Será obligatorio llevar un Libro de inventarios y Cuentas anuales, un Diario y un Libro de actas.
- Deberá tributar por el impuesto sobre sociedades. Además, se gozará de una bonificación del 99% de las cuotas que se devenguen en la transmisión patrimonial de bienes y derechos provenientes de la empresa en el Impuesto sobre Transmisiones y Actos Jurídicos Documentados.

8.4. Descripción de los trámites a realizar para dar inicio a la actividad de la empresa.

Para poder constituir nuestra Sociedad Anónima Laboral habrá que realizar un proceso de constitución, siguiendo los pasos siguientes:

- En primer lugar, habrá que solicitar ante el Registro Mercantil Central la certificación negativa del nombre de la sociedad, lo que asegura que no haya otra empresa con la misma denominación social que la nuestra.
- En segundo lugar, se solicitará el número de identificación fiscal (NIF) en la Agencia Tributaria.
- Como tercer paso, se otorgará la escritura pública de la sociedad por los cuatro fundadores, ante notario, asumiendo la totalidad de las acciones nominativas. En dicha escritura deberá expresarse lo siguiente: la identidad de los socios junto a la voluntad de constituir una Sociedad Anónima Laboral; las aportaciones que realice cada socio junto al número de acciones asignadas; la organización de la administración de la sociedad; y los estatutos sociales. Una vez obtenida la escritura de constitución deberá ser inscrita en el Registro mercantil, adjuntando el certificado de la calificación de sociedad “laboral” y de estar inscrita en el Registro

de Sociedades Laborales, el cual será emitido por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social (o el órgano competente de la Comunidad Autónoma)

- Seguidamente, se dispondrá a liquidar el impuesto sobre transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados ante la Consejería de Hacienda de Andalucía. (Se disfruta de una bonificación del 99% en dicho impuesto y la exención sobre las cuotas devengadas por operaciones societarias de constitución y aumento de capital).
- Por último, se podrá inscribir a la empresa en el Registro Mercantil Provincial de Jaén, adjuntando la escritura pública de constitución, la fotocopia del número de identificación fiscal y el impreso del modelo 600.

Una vez constituida la sociedad, se deberán realizar una serie de trámites necesarios para la puesta en marcha de la actividad empresarial. Hay cuatro tipos de trámites: Generales, según la actividad y en caso de contratar trabajadores.

Tramites generales

- Para las personas jurídicas que desempeñen actividades empresariales, es necesario darse de alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas, en las inmediaciones de la Agencia Tributaria, sin embargo, las empresas de nueva creación quedarán exentas durante los dos primeros ejercicios.
- Se deberá solicitar, en las inmediaciones de la Tesorería General de la S.S, el alta de los socios en el régimen general de la Seguridad Social.
- Será obligatoria la legalización en el Registro Mercantil Provincial de Jaén del Libro de actas, Libro Diario, Libro de Inventarios y Cuentas anuales, del Libro-registro de socios y del Libro-registro de las acciones nominativas.
- Se solicitará la obtención del certificado electrónico en la Agencia Tributaria Estatal.

Trámites según la actividad

- Se solicitará en el Ayuntamiento de Jaén la licencia de Actividades e instalaciones y obras (licencia urbanística municipal para la obra del parque de atracciones y la calificación apta de sus instalaciones) y la licencia de funcionamiento, puesto que nuestra empresa supone una actividad “calificada”.
- Se procederá al registro en la Agencia Española de Protección de Datos para la posible utilización de ficheros de carácter personal.

Tramites en caso de contratar trabajadores

- Será necesario la inscripción de la empresa en la Tesorería General de la S.S y la afiliación y alta de los trabajadores en el Régimen de la Seguridad Social.
- Se darán de alta los contratos de trabajo en el SEPE.
- Se procederá a la comunicación de apertura del centro de trabajo en la Consejería de Trabajo de Andalucía.

- Por último, se solicitará la obtención del calendario laboral a través de la página web de la Seguridad Social.

8.5. Cuantificación de las inversiones y de los gastos corrientes a realizar en el área.

Tabla 8.6. Gastos constitucion y puesta en marcha de Green Park Jaén.	
Trámites	Importe
Certificacion negativa del nombre (Entrega telemática)	16,36 €
Notario (Escritura pública constitución y Estatutos sociales)	580,80 €
Inscripcion en el Registro Mercantil	123,78 €
Adquisicion y legalizacion de los Libros	64,49 €
Licencias urbanisticas (Obras, Actividad y funcionamiento)	9.692,35 €
TOTAL	10.477,78 €
Fuente: Elaboración propia.	

9. PLAN ECONOMICO-FINANCIERO.

9.1. Determinación de la estructura económica y financiera del proyecto.

A continuación se muestra la estructura económica y la determinación financiera del proyecto.

Para contar con liquidez en la empresa se contratará un préstamo a largo plazo, por un importe de 1.000.000€, que deberá amortizarse en cuatro años, y por el que habrá que pagar un 3,12% anual en concepto de intereses.

Además, la Junta de Andalucía nos ofrecerá 500.000€ en concepto de subvención, que estará destinada principalmente a la compra de inmovilizado.

Por último, los cuatro socios aportarán 100.000€ al capital social en partes iguales.

TABLA 9.1. ESTRUCTURA ECONÓMICA DEL PROYECTO

ESTRUCTURA ECONÓMICA	
Activo No Corriente	14.137.959,69 €
<i>Inmovilizado intangible</i>	<i>13.607,00 €</i>
Aplicaciones informaticas	1.607,00 €
Otro inmovilizado intangible	12.000,00 €
<i>Inmovilizado material</i>	<i>14.124.352,69 €</i>
Terrenos	12.850.000,00 €
Instalaciones	1.265.700,00 €
Mobiliario	6.984,24 €
Equipos informaticos	1.368,45 €
Material de oficina	300,00 €
Activo Corriente	1.586.393,00 €
Bancos	1.586.393,00 €
TOTAL ACTIVO	15.724.352,69 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 9.2. ESTRUCTURA FINANCIERA DEL PROYECTO

ESTRUCTURA FINANCIERA	
Patrimonio Neto	600.000,00 €
Capital social	100.000,00 €
Subvenciones de capital	500.000,00 €
Pasivo No Corriente	15.124.352,69 €
Deudas l/p con entidades de credito	1.000.000,00 €
Proveedores inmovilizado	1.274.352,69 €
Acreedores por prestacion de servicios	12.850.000,00 €
Pasivo Corriente	- €
TOTAL PASIVO Y P.NETO	15.724.352,69 €

Fuente: Elaboración propia

9.2. Elaboración de los estados financieros previsionales.

Seguidamente se muestran en las tablas los estados previsionales financieros del primer año: Previsión de ventas (Cada año las ventas suben un 5% con respecto al anterior); Cuenta de resultados; Presupuesto de capital y Presupuesto de tesorería.

TABLA 9.3. Previsión de ventas AÑO 1

Adulto	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Unidades	0	5092	4243	5516	6067	7888	11832	12778	11616	7744	3971	0
Precio venta/ud	25,90 €	25,90 €	25,90 €	25,90 €	25,90 €	25,90 €	25,90 €	25,90 €	25,90 €	25,90 €	25,90 €	25,90 €
Ingresos	- €	131.872,44 €	109.893,70 €	142.861,81 €	157.147,99 €	204.292,39 €	306.438,58 €	330.953,67 €	300.866,97 €	200.577,98 €	102.860,50 €	- €
Junior	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Unidades	0	565	471	612	674	876	1313	1418	1351	1175	602	0
Precio venta/ud	22,90 €	22,90 €	22,90 €	22,90 €	22,90 €	22,90 €	22,90 €	22,90 €	22,90 €	22,90 €	22,90 €	22,90 €
Ingresos	- €	12.943,08 €	10.785,90 €	14.021,67 €	15.423,84 €	20.050,99 €	30.076,48 €	32.482,60 €	30.935,81 €	26.900,70 €	13.795,23 €	- €
Senior/Discapacidad	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Unidades	0	1069	891	1158	1274	1656	2485	2683	2556	2222	1140	0
Precio venta/ud	21,90 €	21,90 €	21,90 €	21,90 €	21,90 €	21,90 €	21,90 €	21,90 €	21,90 €	21,90 €	21,90 €	21,90 €
Ingresos	- €	23.415,48 €	19.512,90 €	25.366,77 €	27.903,45 €	36.274,48 €	54.411,72 €	58.764,66 €	55.966,34 €	48.666,38 €	24.957,12 €	- €
Piscina	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Unidades	0	0	0	0	0	11217	16826	18172	16753	0	0	0
Precio venta/ud	5,90 €	5,90 €	5,90 €	5,90 €	5,90 €	5,90 €	5,90 €	5,90 €	5,90 €	5,90 €	5,90 €	5,90 €
Ingresos	- €	- €	- €	- €	- €	66.181,52 €	99.272,27 €	107.214,05 €	98.844,94 €	- €	- €	- €
TOTAL INGRESOS	- €	168.231,00 €	140.192,50 €	182.250,25 €	200.475,28 €	326.799,37 €	490.199,06 €	529.414,98 €	486.614,07 €	276.145,07 €	141.612,86 €	- €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 9.4. CUENTA DE RESULTADOS AÑO 1

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Ingresos por ventas	- €	168.231,00 €	140.192,50 €	182.250,25 €	200.475,28 €	326.799,37 €	490.199,06 €	529.414,98 €	486.614,07 €	276.145,07 €	141.612,86 €	- €
Coste de las ventas	-19.244,43 €	-66.117,54 €	-74.345,92 €	-66.077,54 €	-74.345,92 €	-68.157,60 €	-80.206,05 €	-69.937,67 €	-78.125,98 €	-66.077,54 €	-66.579,27 €	-5.800,00 €
Suministros	0,00 €	-6.873,38 €	-15.101,76 €	-6.833,38 €	-15.101,76 €	-7.133,38 €	-17.401,76 €	-7.133,38 €	-17.101,76 €	-6.833,38 €	-15.101,76 €	0,00 €
Luz	0,00 €	6.801,98 €	6.801,98 €	6.801,98 €	6.801,98 €	7.101,98 €	7.101,98 €	7.101,98 €	6.801,98 €	6.801,98 €	6.801,98 €	0,00 €
Agua	0,00 €	0,00 €	8.268,38 €	0,00 €	8.268,38 €	0,00 €	10.268,38 €	0,00 €	10.268,38 €	0,00 €	8.268,38 €	0,00 €
Teléfono	0,00 €	71,40 €	31,40 €	31,40 €	31,40 €	31,40 €	31,40 €	31,40 €	31,40 €	31,40 €	31,40 €	0,00 €
Publicidad	-7.766,65 €	-7.766,65 €	-7.766,65 €	-7.766,65 €	-7.766,65 €	-7.766,65 €	-7.766,65 €	-7.766,65 €	-7.766,65 €	-7.766,65 €	0,00 €	0,00 €
Radio	1.478,65 €	1.478,65 €	1.478,65 €	1.478,65 €	1.478,65 €	1.478,65 €	1.478,65 €	1.478,65 €	1.478,65 €	1.478,65 €	0,00 €	0,00 €
Prensa	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	1.428,00 €	0,00 €	0,00 €
Televisión	1.410,00 €	1.410,00 €	1.410,00 €	1.410,00 €	1.410,00 €	1.410,00 €	1.410,00 €	1.410,00 €	1.410,00 €	1.410,00 €	0,00 €	0,00 €
Vallas publicitarias	3.450,00 €	3.450,00 €	3.450,00 €	3.450,00 €	3.450,00 €	3.450,00 €	3.450,00 €	3.450,00 €	3.450,00 €	3.450,00 €	0,00 €	0,00 €
Gastos de personal	0,00 €	-45.677,51 €	-45.677,51 €	-45.677,51 €	-45.677,51 €	-47.457,57 €	-49.237,64 €	-49.237,64 €	-47.457,57 €	-45.677,51 €	-45.677,51 €	0,00 €
Salarios	0,00 €	28.865,30 €	28.865,30 €	28.865,30 €	28.865,30 €	30.305,48 €	31.745,66 €	31.745,66 €	30.305,48 €	28.865,30 €	28.865,30 €	0,00 €
Seguridad Social	0,00 €	6.812,21 €	6.812,21 €	6.812,21 €	6.812,21 €	7.152,09 €	7.491,98 €	7.491,98 €	7.152,09 €	6.812,21 €	6.812,21 €	0,00 €
Trabajos realizados por otras empresas	0,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	10.000,00 €	0,00 €
Otros gastos de explotacion	-11.477,78 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €
Servicios bancarios	1.000,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Gastos de constitución	10.477,78 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Primas de seguros	0,00 €	5.800,00 €	5.800,00 €	5.800,00 €	5.800,00 €	5.800,00 €	5.800,00 €	5.800,00 €	5.800,00 €	5.800,00 €	5.800,00 €	5.800,00 €
Margen de explotacion	-19.244,43 €	102.113,46 €	65.846,58 €	116.172,71 €	126.129,35 €	258.641,77 €	409.993,01 €	459.477,32 €	408.488,09 €	210.067,53 €	75.033,59 €	-5.800,00 €
Imputación a la subvención	8.333,33 €	8.333,33 €	8.333,33 €	8.333,33 €	8.333,33 €	8.333,33 €	8.333,33 €	8.333,33 €	8.333,33 €	8.333,33 €	8.333,33 €	8.333,33 €
Amortizaciones técnicas	- 21.202,79 €	21.202,79 €	21.202,79 €	21.202,79 €	21.202,79 €	21.202,79 €	21.202,79 €	21.202,79 €	21.202,79 €	21.202,79 €	21.202,79 €	21.202,79 €
Resultado de expotacion (BAIT)	-32.113,89 €	89.244,00 €	52.977,12 €	103.303,25 €	113.259,89 €	245.772,31 €	397.123,55 €	446.607,86 €	395.618,63 €	197.198,07 €	62.164,13 €	-18.669,46 €
Gastos financieros	0,00	2836,36	2777,27	2718,18	2659,09	2600,00	2540,91	2481,82	2422,73	2363,64	2304,55	2245,45
Resultado antes de impuestos (BAT)	-32.113,89 €	92.080,36 €	55.754,39 €	106.021,43 €	115.918,99 €	248.372,31 €	399.664,46 €	449.089,68 €	398.041,35 €	199.561,71 €	64.468,67 €	-16.424,00 €
Impuestos sobre beneficios	0,00 €	-13.812,05 €	-8.363,16 €	-15.903,21 €	-17.387,85 €	-37.255,85 €	-59.949,67 €	-67.363,45 €	-59.706,20 €	-29.934,26 €	-9.670,30 €	0,00 €
Beneficio neto	-32.113,89 €	78.268,31 €	47.391,23 €	90.118,22 €	98.531,14 €	211.116,46 €	339.714,79 €	381.726,23 €	338.335,15 €	169.627,45 €	54.798,37 €	-16.424,00 €
DIVIDENDOS	0,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €
RESERVAS	0,00 €	75.768,31 €	44.891,23 €	87.618,22 €	96.031,14 €	208.616,46 €	337.214,79 €	379.226,23 €	335.835,15 €	167.127,45 €	52.298,37 €	-18.924,00 €
AUTOFINANCIACION	29.536,13 €	105.304,44 €	74.427,36 €	117.154,34 €	125.567,26 €	238.152,59 €	366.750,92 €	408.762,35 €	365.371,28 €	196.663,58 €	81.834,50 €	10.612,12 €

9.5. PRESUPUESTO DE TESORERIA AÑO 1

	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
Saldo inicial	0,00 €	1.333.871,91 €	1.175.470,47 €	986.191,95 €	839.640,42 €	701.501,80 €	675.948,51 €	778.993,55 €	924.050,03 €	1.025.715,43 €	958.673,12 €	776.801,74 €
Cobros por ventas		168.231,00 €	140.192,50 €	182.250,25 €	200.475,28 €	326.799,37 €	490.199,06 €	529.414,98 €	486.614,07 €	276.145,07 €	141.612,86 €	
Aportacion al Capital social	100.000,00 €											
Cobro por Subvencion de capital	500.000,00 €											
Cobro por Préstamo	1.000.000,00 €											
Cobro por alquiler restaurante	0,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	
TOTAL COBROS	1.600.000,00 €	183.231,00 €	155.192,50 €	197.250,25 €	215.475,28 €	341.799,37 €	505.199,06 €	544.414,98 €	501.614,07 €	291.145,07 €	156.612,86 €	0,00 €
Coste de las ventas	-19.244,43 €	-66.117,54 €	-74.345,92 €	-66.077,54 €	-74.345,92 €	-68.157,60 €	-80.206,05 €	-69.937,67 €	-78.125,98 €	-66.077,54 €	-66.579,27 €	-5.800,00 €
Pagos a proveedores inmovilizado	21.239,21 €	21.239,21 €	21.239,21 €	21.239,21 €	21.239,21 €	21.239,21 €	21.239,21 €	21.239,21 €	21.239,21 €	21.239,21 €	21.239,21 €	21.239,21 €
Pagos a acreedores ptc. Servicios	-214.166,67 €	-214.166,67 €	-214.166,67 €	-214.166,67 €	-214.166,67 €	-214.166,67 €	-214.166,67 €	-214.166,67 €	-214.166,67 €	-214.166,67 €	-214.166,67 €	-214.166,67 €
Pagos otros gastos explotacion	-11.477,78 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €	-5.800,00 €
Pago amortizacion financiera		-20.833,33 €	-20.833,33 €	-20.833,33 €	-20.833,33 €	-20.833,33 €	-20.833,33 €	-20.833,33 €	-20.833,33 €	-20.833,33 €	-20.833,33 €	-20.833,33 €
Pago de intereses financieros		2.836,36 €	2.777,27 €	2.718,18 €	2.659,09 €	2.600,00 €	2.540,91 €	2.481,82 €	2.422,73 €	2.363,64 €	2.304,55 €	2.245,45 €
Pago de dividendos		-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €	-2.500,00 €
Pago de impuestos		-13.812,05 €	-8.363,16 €	-15.903,21 €	-17.387,85 €	-37.255,85 €	-59.949,67 €	-67.363,45 €	-59.706,20 €	-29.934,26 €	-9.670,30 €	
TOTAL PAGOS	-266.128,09 €	-341.632,44 €	-344.471,02 €	-343.801,79 €	-353.613,89 €	-367.352,66 €	-402.154,02 €	-399.358,51 €	-399.948,67 €	-358.187,37 €	-338.484,24 €	-268.093,76 €
Saldo Final de Tesoreria	1.333.871,91 €	1.175.470,47 €	986.191,95 €	839.640,42 €	701.501,80 €	675.948,51 €	778.993,55 €	924.050,03 €	1.025.715,43 €	958.673,12 €	776.801,74 €	508.707,99 €
Tesoreria acumulada	1.333.871,91 €	2.509.342,38 €	3.495.534,33 €	4.335.174,75 €	5.036.676,55 €	5.712.625,06 €	6.491.618,61 €	7.415.668,64 €	8.441.384,07 €	9.400.057,19 €	10.176.858,93 €	10.685.566,92 €

Fuente: Elaboración propia

Por último, encontramos en las siguientes tablas los estados previsionales comparativos de los tres años: Cuenta de resultados, Presupuesto de capital, Presupuesto de tesorería y Balance de situación a 31 de Diciembre.

TABLA 9.6. CUENTA DE RESULTADOS COMPARATIVA

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos por ventas	2.941.934,44 €	4.372.933,37 €	5.028.873,37 €
Coste de las ventas	-735.015,46 €	-718.375,61 €	-770.667,02 €
Suministros	-114.615,70 €	-127.575,70 €	-140.575,70 €
<i>Luz</i>	68.919,80 €	75.419,80 €	81.919,80 €
<i>Agua</i>	45.341,90 €	51.841,90 €	58.341,90 €
<i>Teléfono</i>	354,00 €	314,00 €	314,00 €
Publicidad	-77.666,50 €	-46.971,65 €	-46.971,65 €
<i>Radio</i>	14.786,50 €	16.265,15 €	16.265,15 €
<i>Prensa</i>	14.280,00 €	7.854,00 €	7.854,00 €
<i>Televisión</i>	14.100,00 €	3.877,50 €	3.877,50 €
<i>Vallas publicitarias</i>	34.500,00 €	18.975,00 €	18.975,00 €
Gastos de personal	-467.455,48 €	-485.828,26 €	-525.119,67 €
<i>Salarios</i>	297.294,08 €	312.158,78 €	327.766,72 €
<i>Seguridad Social</i>	70.161,40 €	73.669,47 €	77.352,95 €
<i>Trabajos realizados por otras empresas</i>	100.000,00 €	100.000,00 €	120.000,00 €
Otros gastos de explotacion	-75.277,78 €	-58.000,00 €	-58.000,00 €
<i>Servicios bancarios</i>	1.000,00 €		
<i>Gastos de constitución</i>	10.477,78 €		
<i>Primas de seguros</i>	63.800,00 €	58.000,00 €	58.000,00 €
Margen de explotacion	2.206.918,97 €	3.654.557,76 €	4.258.206,35 €
Imputación a la subvención	100.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €
Amortizaciones técnicas	-254.433,51 €	-254.433,51 €	-254.433,51 €
Resultado de expotacion (BAIT)	2.052.485,46 €	3.500.124,25 €	4.103.772,84 €
Gastos financieros	27.950,00 €	-20.475,00 €	-12.675,00 €
Resultado antes de impuestos (BAT)	2.080.435,46 €	3.479.649,25 €	4.091.097,84 €
Impuestos sobre beneficios	-319.346,00 €	-526.960,62 €	-1.236.965,82 €
Beneficio neto	1.761.089,46 €	2.952.688,62 €	2.854.132,02 €
DIVIDENDOS	-27.500,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €
RESERVAS	1.765.703,35 €	2.922.688,62 €	2.824.132,02 €
AUTOFINANCIACION	2.120.136,86 €	3.277.122,14 €	3.178.565,53 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 9.7. PRESUPUESTO DE TESORERÍA COMPARATIVO

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Saldo inicial	10.176.858,93 €	7.623.438,14 €	2.751.268,10 €
Cobros por ventas	2.941.934,44 €	4.372.933,37 €	5.028.873,37 €
Aportacion al Capital social	100.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobro por Subvencion de capital	500.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobro por Préstamo	1.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobro por alquiler restaurante	150.000,00 €	150.000,00 €	0,00 €
TOTAL COBROS	4.691.934,44 €	4.522.933,37 €	5.028.873,37 €
Coste de las ventas	-735.015,46 €	-718.375,61 €	-770.667,02 €
Pagos a proveedores inmovilizado	-254.870,54 €	-203.896,43 €	-163.117,14 €
Pagos a acreedores ptc. Servicios	-2.570.000,00 €	-2.056.000,00 €	-1.644.800,00 €
Pagos otros gastos explotacion	-75.277,78 €	-58.000,00 €	-58.000,00 €
Pago amortizacion financiera	-229.166,67 €	-250.000,00 €	-250.000,00 €
Pago de intereses financieros	27.950,00 €	-20.475,00 €	-12.675,00 €
Pago de dividendos	-27.500,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €
Pago de impuestos	-319.346,00 €	-526.960,62 €	-1.236.965,82 €
TOTAL PAGOS	-4.183.226,45 €	-3.863.707,66 €	-4.166.224,99 €
Saldo Final de Tesoreria	10.685.566,92 €	8.282.663,84 €	3.613.916,49 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 9.8. BALANCES PREVISIONALES COMPARATIVOS

	31/12/x1	31/12/x2	31/12/x3
Activo No Corriente	13.883.526,18 €	13.629.092,66 €	13.024.659,15 €
<i>Inmovilizado intangible</i>	<i>13.607,00 €</i>	<i>13.607,00 €</i>	<i>13.607,00 €</i>
Aplicaciones informaticas	1.607,00 €	1.607,00 €	1.607,00 €
Otro inmovilizado intangible	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €
<i>Inmovilizado material</i>	<i>13.869.919,18 €</i>	<i>13.615.485,66 €</i>	<i>13.011.052,15 €</i>
Terrenos	12.850.000,00 €	12.850.000,00 €	12.500.000,00 €
Instalaciones técnicas	1.265.700,00 €	1.265.700,00 €	1.265.700,00 €
Mobiliario	6.984,24 €	6.984,24 €	6.984,24 €
Equipos informaticos	1.368,45 €	1.368,45 €	1.368,45 €
Amortizacion acumulada	-254.433,51 €	-508.867,03 €	-763.300,54 €
Material de oficina	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Activo Corriente	2.560.428,12 €	2.763.664,26 €	2.123.072,62 €
Bancos	2.051.720,13 €	1.625.863,12 €	1.260.424,23 €
Tesoreria	508.707,99 €	1.137.801,14 €	862.648,39 €
TOTAL ACTIVO	16.443.954,29 €	16.392.756,93 €	15.147.731,76 €
Patrimonio Neto	4.026.792,80 €	6.275.377,25 €	5.978.264,03 €
Capital Social	100.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €
Subvenciones de capital	400.000,00 €	300.000,00 €	200.000,00 €
Resultado del ejercicio	1.761.089,46 €	2.952.688,62 €	2.854.132,02 €
Reservas	1.765.703,35 €	2.922.688,62 €	2.824.132,02 €
Pasivo No Corriente	12.070.315,49 €	9.560.419,05 €	7.502.501,91 €
Préstamo a largo plazo	770.833,33 €	520.833,33 €	270.833,33 €
Proveedores inmovilizado	1.019.482,15 €	815.585,72 €	652.468,58 €
Acreedores prestacion servicios	10.280.000,00 €	8.224.000,00 €	6.579.200,00 €
Pasivo Corriente	346.846,00 €	556.960,62 €	1.666.965,82 €
Deudores			400.000,00 €
Dividendos a pagar	27.500,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Impuestos a pagar	319.346,00 €	526.960,62 €	1.236.965,82 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	16.443.954,29 €	16.392.756,92 €	15.147.731,76 €

Fuente: Elaboración propia

9.2.1. Estados financieros previsionales: Escenario optimista y pesimista.

Para que nuestro plan financiero tenga más seguridad, elaboramos un escenario optimista y otro pesimista. En el escenario optimista, las ventas aumentan en un 5% respecto al escenario central, mientras que los gastos disminuyen en ese mismo 5%. Para el escenario pesimista, disminuimos las ventas en un 5%, y aumentamos los gastos en un 5%, también. Los dos escenarios se muestran en el ANEXO III.

10. ANALISIS DE LA VIABILIDAD ECONOMICA.

10.1. Cálculo de los indicadores de rentabilidad.

Gracias a los indicadores financieros, VAN y TIR, podemos evaluar la rentabilidad de nuestro proyecto de inversión. Para su cálculo, necesitamos los flujos netos de caja y el valor residual de las partidas de activo actualizado al año 3. La tasa de actualización, se calcula a partir de los flujos de pasivo, dando un resultado de 7,189%.

Tabla 10.1. Cálculo del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Rentabilidad.

FLUJOS DE CAJA NETOS	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Desembolso inicial	- 14.137.959,69 €			
Qi exp. (d.i)		1.761.089,46 €	2.952.688,62 €	2.854.132,02 €
VR (d.i.)				13.964.769,26 €
TOTAL	- 14.137.959,69 €	1.761.089,46 €	2.952.688,62 €	16.818.901,27 €
VAN	3.731.602,85 €			
TIR	17,080%			

Fuente: Elaboración propia

10.1.1. Escenario optimista y pesimista.

Para evaluar la viabilidad del proyecto también se ha calculado en el escenario optimista y pesimista.

Tabla 10.1.1. Cálculo del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Rentabilidad. (Escenario optimista)

FLUJOS DE CAJA NETOS	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Desembolso inicial	- 14.137.959,69 €			
Qi exp. (d.i)		1.871.125,83 €	3.145.584,83 €	3.221.056,89 €
VR (d.i.)				13.964.769,26 €
TOTAL	- 14.137.959,69 €	1.871.125,83 €	3.145.584,83 €	17.185.826,15 €
VAN	3.863.894,82 €			
TIR	18,529%			

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10.1.2. Cálculo del Valor Actual Neto y la Tasa Interna de Rentabilidad. (Escenario pesimista)

FLUJOS DE CAJA NETOS	INICIO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Desembolso inicial	- 14.137.959,69 €			
Qi exp. (d.i)		1.607.285,69 €	2.759.792,42 €	2.504.808,20 €
VR (d.i.)				13.964.769,26 €
TOTAL	- 14.137.959,69 €	1.607.285,69 €	2.759.792,42 €	16.469.577,45 €
VAN	3.750.206,65 €			
TIR	15,535%			

Fuente: Elaboración propia

10.2. Cálculo de ratios.

A continuación, se elabora el cálculo de los ratios financieros, necesarios para la evaluación de la viabilidad del proyecto.

- El ratio de tesorería ($D+R/\text{Activo}$), ratio de liquidez (AC/PC) y el test prueba ácida ($\text{Efectivo}/P.\text{Corriente}$), nos dan un resultado superior al óptimo, lo que representa que tenemos un exceso de tesorería.
- El Fondo de Maniobra, o Fondo de Rotación real ($A.\text{Corriente}/P.\text{Corriente}$), representa la parte del activo corriente que está financiada con el pasivo corriente. El ratio de Rotación indica la parte del fondo de maniobra dentro del activo corriente.
- El ratio de Endeudamiento ($\text{Pasivo}/PN \text{ y Pasivo}$), representa la parte de capitales ajenos de la empresa. El valor óptimo está entre 0,5 y 0,6. Por lo tanto, vemos que nuestra empresa se ajusta, más o menos, a dichos valores.
- La Autofinanciación es la suma de Amortizaciones técnicas, Reservas y Dividendos.
- El Pay-out o ratio de dividendos ($\text{Dividendos}/\text{Resultado}$) debe ser reducido, para poder tener una autofinanciación elevada.
- El Punto Muerto o Umbral de Rentabilidad ($CF/(P_v - C_v)$) nos indica cuanto tiene que vender la empresa para cubrir sus costes fijos.
- Rentabilidad Económica ($BAIT/\text{Activo}$), representa la tasa con la cual son remunerados los activos de la empresa.
- Rentabilidad Financiera (BN/PN_{Neto}), mide la rentabilidad obtenida por los fondos propios respecto del beneficio neto. Ya que la RF es mayor que la RE, a la empresa no le conviene aumentar sus deudas.
- Coste V/B ($\text{Margen bruto}/\text{Ventas}$), representa el porcentaje de las ventas dedicado a los costes
- Ratio de firmeza ($A.\text{Fijo}/P.\text{Largo Plazo}$), muestra la parte del activo no corriente que está financiado por el pasivo a largo plazo. El resultado normal es 2 y nuestra empresa se acerca a ese valor.
- Apalancamiento ($\text{Activo}/\text{Deudas con entidades financieras}$), muestra la parte del activo que está financiada por el pasivo de entidades financieras. Si el resultado

es mayor a 0,7, empezaría a considerarse peligroso, por lo que no es el caso de nuestra empresa.

- Ratio de garantía (Activo/Pasivo), muestra la capacidad que tiene la empresa de hacer frente a sus deudas. El valor óptimo se encuentra entre 1,5 y 2,5, por lo que nuestra empresa tiene una garantía aceptable.

Tabla 10.2. Cálculo de Ratios.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
BAI	2.052.485,46 €	3.500.124,25 €	4.103.772,84 €
Fondo Rotacion Real	2.213.582,11 €	2.206.703,64 €	456.106,79 €
Autofinanciacion	2.120.136,86 €	3.277.122,14 €	3.178.565,53 €
Rentabilidad Económica	0,12	0,21	0,27
Rentabilidad Financiera	0,44	0,47	0,48
Ratio de Solvencia	7,38	4,96	1,27
Ratio de Tesoreria	7,38	4,96	1,27
Ratio de Liquidez	0,16	0,17	0,14
Ratio de Fondo de Rotacion	0,86	0,80	0,21
Ratio de endeudamiento	0,76	0,62	0,61
Coste V/B	0,75	0,02	0,02
Ratio de firmeza	1,15	1,43	1,74
Ratio de garantía	1,32	1,62	1,65
Test de prueba ácida	1,47	2,04	0,52
Pay-out	0,02	0,01	0,01
Apalancamiento	21,33	31,47	55,93
Punto muerto(uf)	55255,64	1739095,72	2145539,55
Punto muerto (€)	735.015,46 €	718.375,61 €	770.667,02 €

Fuente: Elaboración propia

10.2.1. Escenario optimista y pesimista.

El cálculo de los ratios del escenario optimista y pesimista.

Tabla 10.2.1. Cálculo de Ratios. (Escenario optimista)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
BAI	2.181.871,49 €	3.727.023,28 €	4.627.859,73 €
Fondo Rotacion Real	2.433.266,53 €	2.592.496,05 €	1.189.956,54 €
Autofinanciacion	2.229.784,90 €	3.470.018,34 €	3.545.490,40 €
Rentabilidad Económica	0,13	0,22	0,29
Rentabilidad Financiera	0,44	0,47	0,48
Ratio de Solvencia	7,64	5,39	1,65
Ratio de Tesoreria	7,64	5,39	1,65
Ratio de Liquidez	0,17	0,19	0,19
Ratio de Fondo de Rotacion	0,87	0,81	0,39
Ratio de endeudamiento	0,75	0,60	0,58
Coste V/B	0,76	0,02	0,02
Ratio de firmeza	1,15	1,43	1,74
Ratio de garantía	1,34	1,66	1,72
Test de prueba ácida	1,69	2,44	0,67
Pay-out	0,01	0,01	0,01
Apalancamiento	21,64	32,28	59,22
Punto muerto(uf)	52568,75	1805073,68	2338976,82
Punto muerto (€)	724.748,35 €	710.123,24 €	762.039,65 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 10.2.1. Cálculo de Ratios. (Escenario pesimista)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
BAI	1.871.608,38 €	3.273.225,21 €	3.604.830,32 €
Fondo Rotacion Real	1.906.362,91 €	1.820.911,22 €	- 242.540,84 €
Autofinanciacion	1.966.721,42 €	3.084.225,93 €	2.829.241,71 €
Rentabilidad Económica	0,12	0,20	0,25
Rentabilidad Financiera	0,43	0,47	0,47
Ratio de Solvencia	6,96	4,48	0,84
Ratio de Tesoreria	6,96	4,48	0,84
Ratio de Liquidez	0,14	0,15	0,09
Ratio de Fondo de Rotacion	0,86	0,78	-0,19
Ratio de endeudamiento	0,77	0,63	0,63
Coste V/B	0,73	0,02	0,02
Ratio de firmeza	1,15	1,43	1,74
Ratio de garantía	1,30	1,58	1,59
Test de prueba ácida	1,11	1,51	0,34
Pay-out	0,02	0,01	0,01
Apalancamiento	20,90	30,67	52,80
Punto muerto(uf)	56263,48	1671119,97	1958026,25
Punto muerto (€)	743.482,57 €	726.627,97 €	779.294,39 €

Fuente: Elaboración propia

11. CONCLUSIONES.

Tras la realización del estudio de esta idea de negocio, podemos concluir que Green Park Jaén es una empresa rentable, que aporta la seguridad necesaria para ponerla en marcha y que sea solvente y duradera.

Esta empresa encontrará una oportunidad de negocio dentro del mercado de las actividades de entretenimiento, puesto que no hay implantada una empresa como tal en la provincia. Aunque cuenta con la amenaza de los parques acuáticos cercanos en la época de verano, esto supondrá que la empresa, afianzando su calidad, llegará a ser una empresa fuerte dentro de este entorno.

Gracias a sus recursos físicos, materiales y humanos, la empresa tendrá un nivel de ventas elevado, que irá mejorando a medida que avanza el horizonte temporal.

Sin embargo, para tener más seguridad a la hora de realizar el análisis financiero, hemos desarrollado dos escenarios alternativos con respecto a la previsión de ventas, optimista y pesimista. En el primero, las ventas se reducen en un 5%, y los gastos aumentan un 5%. En el segundo, las ventas disminuyen un 5% y los gastos se incrementan en un 5%. En los tres escenarios planteados vemos que los resultados del Valor Actualizado Neto y la Tasa Interna de Rentabilidad, son positivos, lo que nos demuestra que esta empresa será viable. Sin embargo, para asegurar más la viabilidad, se evalúan una serie de ratios, los cuales también nos reportan resultados optimos en los tres escenarios.

Nuestra empresa necesita una inversión inicial muy elevada, lo que supone un inconveniente, puesto que aunque los resultados de los tres primeros años sean positivos, hay que esforzarse para que sigan creciendo a lo largo de los años.

La financiación de la empresa estará formada por la aportación de los socios al Capital Social, un préstamo a largo plazo y una subvencion de capital ofrecida por la Junta de Andalucía.

En conclusión, según el estudio de la empresa, podemos deducir que Green Park Jaén podrá convertirse en una empresa rentable, fuerte y bien implantada en el mercado. Sin embargo, a lo largo de los años deberá seguir promocionándose y ofreciendo a los clientes novedades, tanto en el ámbito de las atracciones como en todo lo relacionado a la actividad, para así cumplir todas las metas y objetivos que se implanten dentro de la misma.

Bibliografía

Cano, M.; Gómez, P.; Moreno, F; Partal, A. (2014). *Introducción a las finanzas empresariales*.

Pirámide. (2010). *Creación y desarrollo de empresas*.

<http://www.guia.ceei.es/interior.asp?MP=14&MS=41>

<https://www.elrincondelferiante.com/>

<http://www.laferiasite.com/ATRACCIONESADULTAS.htm>

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/new-amusement-park-rides-jumping-frog-hopper-sky-tower-amusement-machine-rides-with-customized-design-1491097564.html>

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/cheap-china-amusement-rides-bruce-mela-roller-coaster-ride-60442200555.html?s=p>

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/creative-theme-park-attractions-mega-disco-ride-equipment-mega-disk-o-roller-coaster-60489966037.html?s=p>

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/cheap-amusement-equipment-thrilling-gaint-roller-coaster-for-sale-60620642205.html>

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/kids-attracion-2014-most-popular-luxury-kids-amusement-park-carousel-for-sale-60057590531.html>

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/luxury-amusement-rides-viking-ship-for-sale-viking-ship-60031344100.html>

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/thrilling-games-outdoor-park-ride-spin-out-top-spin-ride-60616587040.html>

<https://spanish.alibaba.com/p-detail/Alto-calificado-fabricante-comercial-merry-go-round-noria-300009664047.html>

<https://spanish.alibaba.com/p-detail/Atractivo-la-diversi%C3%B3n-utilizado-paseo-del-parque-de-mini-ni%C3%B1os-juegos-noria-venta-300007753320.html>

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/outdoor-center-amusement-park-attractions-mega-meteor-hammer-60574756637.html?s=p>

<http://www.laferiasite.com/nubejokerventa>

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/2017-new-theme-park-rides-big-pendulum-thrilling-amusement-rides-for-sale-60620575142.html>

<https://spanish.alibaba.com/product-detail/water-park-surgin-ahead-roller-coaster-60509343904.html>

<https://www.ractem.es/vestuarios/128-taquillas-monoblock-de-3-puertas-3-cuerpos.html?gclid=CLnbo7HB6NMCFFY4GwodiVUAyQ>

<http://aunar.com/servicios-sociosanitarios/equipamiento-medico/>

<http://www.elretodeemprender.com/umbral-de-rentabilidad-de-nuestro-negocio/>

<http://www.oblicua.es/publicidad/publicidad-en-10-vallas-publicitarias-en-jaen-en-jaen.html>

http://anuncios-radio.com/publicidad/index.php?manufacturers_id=42&page=2

http://www.oblicua.es/tarifas_publicidad/Publicidad_TV_Canal_Sur.pdf

<https://www.adpv.com/publicidad-prensa/detalle/129/diario-jaen#>

Lista de tablas, gráficos e imágenes.

Tabla 2.1. Características generales de Green Park Jaén.

Tabla 3.1. Presentación de los promotores de Green Park Jaén.

Gráfico 4.1. Evolución del PIB de España, la Eurozona y la UE.

Tabla 4.1. Población en España según sexo. Año 2014-2016.

Gráfico 4.2. Población en España según sexo. Año 2014-2014.

Tabla 4.2. Población según grupos de edad y sexo en Jaén. Año 2014.

Gráfico 4.3. Población según grupos de edad y sexo en Jaén. Año 2014.

Tabla 4.3. Tasa de mortalidad en Jaén.

Gráfico 4.4. Número de defunciones en Jaén según sexo.

Tabla 4.4. Tasa de natalidad en Jaén. Año 2013.

Gráfico 4.5. Número de nacimientos en Jaén según sexo.

Gráfico 4.6. Cadena de valor de Porter.

Tabla 4.5. Matriz DAFO.

Tabla 5.2. Estimación objetivo de ventas.

Gráfico 5.1. Logotipo de Green Park Jaén.

Tabla 5.3. Estimación de gastos anuales.

Tabla 5.5. Precios Port Aventura Park,

Tabla 5.6. Precios Parque de Atracciones Madrid.

Tabla 5.7. Precios Parque Warner Madrid.

Tabla 5.8. Precios Isla Mágica Sevilla.

Tabla 5.9. Precios Tivoli World.

Tabla 5.10. Precios Green Park Jaén.

Tabla 5.11. Previsión de ventas del primer año Green Park Jaén.

Tabla 5.12. Gastos de publicidad.

Imagen 5.1. El gusano loco.

Imagen 5.2. La mini noria.

Imagen 5.3. La ranita saltarina.

Imagen 5.4. Las tazitas.

Imagen 5.5. El parque de bolas.

Imagen 5.6. El tiovivo.

Imagen 5.7. Las sillas voladoras.

Imagen 5.8. La noria.

Imagen 5.9. La bestia.

Imagen 5.10. El dragon azul.

Imagen 5.11. La torre gigante.

Imagen 5.12. La maquina.

Imagen 5.13. El huracán.

Imagen 5.14. El disko volador.

Imagen 5.15. El martillo.

Imagen 5.16. El barco vikingo.

Imagen 5.17. La cárcel.

Imagen 5.18. El gran tsunami.

Imagen 5.19. Los donuts.

Imagen 5.20. el top gun.

Imagen 5.21. Las barcas traicioneras.

Imagen 5.22. Piscina con toboganes.

Tabla 6.1. descripción de las atracciones del parque desde una perspectiva de producción.

Gráfico 6.1. diagrama del proceso de prestación de servicios.

Tabla 6.2. determinación de la capacidad productiva.

Imagen 6.1. Mobiliario necesario para la oficina y la recepcion.

Imagen 6.2. beneficios de la norma ISO 9001.

Imagen 6.3. beneficios de la norma ISO 14001.

Imagen 6.4. beneficios de la normal ISO 18001.

Imagen 6.5. ubicación de Green Park Jaén.

Imagen 6.6. Plano técnico del recinto.

Tabla 6.3. ubicación de las atracciones del parque.

Tabla 6.4. inversiones y gastos corrientes (área de producción).

Tabla 7.1. diseño del puesto de director general

Tabla 7.2. diseño del puesto de oficial administrativo.

Tabla 7.3. diseño del puesto de recepcionista.

Tabla 7.4. diseño del puesto de jefe de departamento.

Tabla 7.5. diseño del puesto de monitor de ocio.

Tabla 7.6. diseño del puesto de socorrista.

Tabla 7.7. diseño del puesto de vigilante de seguridad.

Gráfico 7.1. Organigrama Green Park Jaén.

Tabla 7.8. gastos de personal de la empresa (Año 1).

Imagen 8.1. Eleccion de la forma jurídica de la empresa.

Tabla 8.1. características de la sociedad anónima.

Tabla 8.2. características de la sociedad anónima laboral.

Tabla 8.3. características de la sociedad limitada nueva empresa.

Tabla 8.4. características de la sociedad de responsabilidad limitada.

Tabla 8.5. características de la sociedad limitada laboral.

Tabla 8.6. Gastos de constitución y puesta en marcha de Green Park Jaén.

Tabla 9.1. Estructura económica del proyecto.

Tabla 9.2. estructura financiera del proyecto.

Tabla 9.3. previsión de ventas (año 1).

Tabla 9.4. Cuenta de resultados (año 1).

Tabla 9.5. Presupuesto de tesorería (año 1).

Tabla 9.6. Cuenta de resultados comparativa.

Tabla 9.7. presupuesto de tesorería comparativo.

Tabla 9.8. balances previsionales comparativos.

Tabla 10.1. calculo del Valor Actual Neto y la Tasa interna de rentabilidad.

Tabla 10.1.1. calculo del Valor Actual Neto y la Tasa interna de rentabilidad (escenario optimista)

Tabla 10.1.2. calculo del Valor Actual Neto y la Tasa interna de rentabilidad (escenario pesimista)

Tabla 10.2. Calculo de ratios.

Tabla 10.2.1. Calculo de ratios (escenario optimista).

Tabla 10.2.2. Calculo de ratios (escenario pesimista).

Anexos.

ANEXO I. Resumen de respuestas del cuestionario.

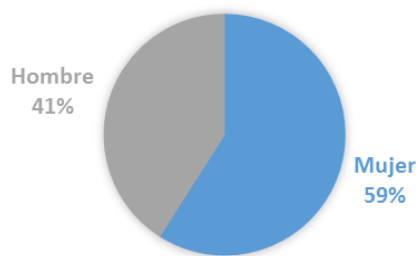
Tabla 5.1. Cuestionario perfil de clientes y mercado objetivo.	
Pregunta 1. Sexo	
mujer	59
hombre	41
Pregunta 2. Edad	
5-11 años	0
12- 18 años	12
19-30 años	70
31-50 años	13
Más de 50 años	5
Pregunta 3. Lugar de residencia	
Jaén capital	40
provincia Jaén	40
otras localidades	20
Pregunta 4. ¿Has estado alguna vez en un parque de atracciones?	
sí	86
no	14
Pregunta 5. Si tu respuesta anterior ha sido NO, ¿Te gustaría visitar alguno?	
sí	12
no	2
Pregunta 6. ¿Con quién sueles ir al parque de atracciones?	
amigos	69
familia	51
pareja	27
solo	1
Pregunta 7. ¿Qué es lo que más valoras de los parques de atracciones?	
Precio	29
variedad de las atracciones	60
nivel de adrenalina	20
atención de los empleados	6

Pregunta 8. ¿Qué tipo de atracción te gustaría más?	
montaña rusa	52
atracciones acuáticas	56
troncos, donuts o similar	45
atracciones de terror	28
lanzadera	27
noria	15
top gun (martillo)	13
atracciones infantiles	7
tiovivo	4
Pregunta 9. ¿Qué prefieres, pagar una vez para todas las atracciones del recinto o por cada vez que te subas a una?	
precio total	89
precio por ticket	9
Pregunta 10. ¿Cuánto estarías dispuesto a pagar por un día completo?	
6 - 10 euros	10
10 - 20 euros	61
20 - 30 euros	27
Pregunta 11. ¿Y por cada ticket?	
3.50 euros	82
4.50 euros	15
5.50 euros	1
Pregunta 12. ¿Celebrarías TÚ cumpleaños o el de algún ser querido en un parque de atracciones?	
sí	47
no	25
tal vez	26
Pregunta 13. ¿Qué día prefieres ir al parque de atracciones?	
fin de semana	62
lunes – jueves	36
Pregunta 14. ¿Prefieres ir por la mañana, por la tarde o todo el día?	
todo el día	85

tarde	10
mañana	3
Pregunta 15. ¿En qué época del año irías más?	
verano	61
primavera	28
otoño	6
invierno	3
Pregunta 16. ¿Te parece interesante la idea de comprar las entradas a través de la página web?	
sí	87
no	11
Pregunta 17. ¿Utilizas habitualmente aplicaciones para Smartphone?	
sí	87
no	11
Pregunta 18. Si tu respuesta es SÍ, ¿te gustaría poder informarte de todas nuestras ofertas y novedades a través de una aplicación móvil?	
sí	80
no	18
Pregunta 19. ¿Tienes redes sociales?	
sí	92
no	6
Pregunta 20. Si tu respuesta es SI, ¿Cuál de ellas utilizas más?	
Facebook	64
Instagram	53
twitter	27
otros	5
Fuente: elaboración propia con datos reales del cuestionario realizado.	

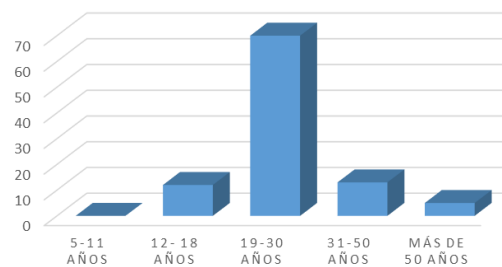
11.1. ANEXO II. Evaluación gráfica de las respuestas del cuestionario.

GRÁFICO 5.1. SEXO



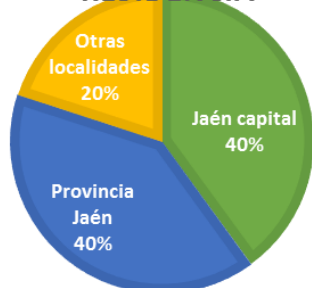
Fuente: Elaboración propia.

GRÁFICO 5.2. EDAD



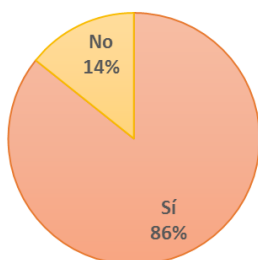
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.3. LUGAR DE RESIDENCIA



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.5. SI NUNCA HAS IDO, ¿TE GUSTARÍA IR?



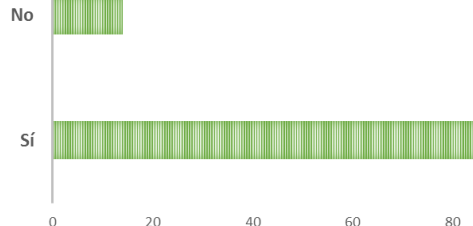
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.7. ¿QUÉ ES LO QUE MÁS VALORAS DE UN PARQUE DE ATRACCIONES?



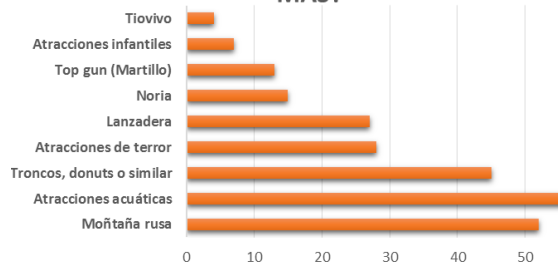
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.4. ¿HAS IDO ALGUNA VEZ A UN PARQUE DE ATRACCIONES?



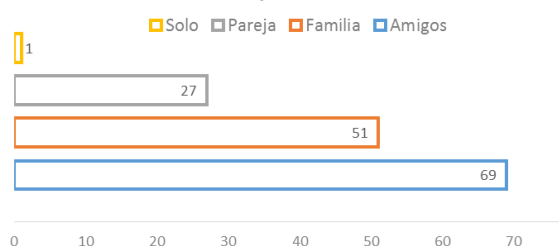
Fuente: Elaboración propia

5.6. ¿QUÉ TIPO DE ATRACCIÓN TE GUSTA MÁS?



Fuente: Elaboración propia

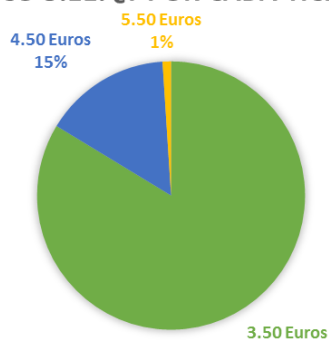
GRÁFICO 5.8. ¿CON QUIÉN SUELES IR AL PARQUE DE ATRACCIONES?



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.9. ¿QUÉ PREFIERES?

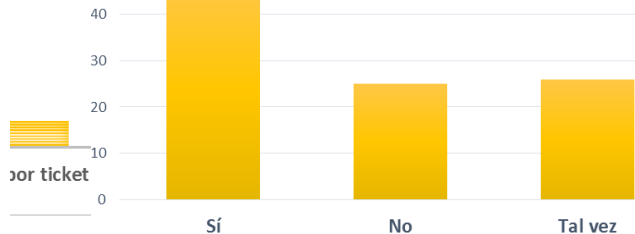
GRÁFICO 5.11. ¿Y POR CADA TICKET?



Fuente: Elaboración propia

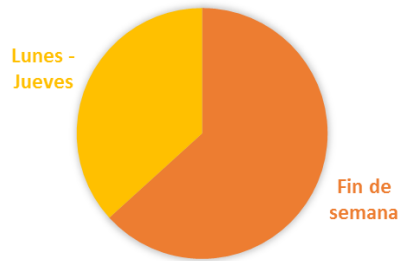
GRÁFICO 5.10. ¿CUÁNTO ESTARÍAS DISPUESTO A PAGAR POR UN DÍA COMPLETO?

GRÁFICO 5.12. ¿CELEBRARÍAS TU CUMPLEAÑOS EN UN PARQUE DE ATRACCIONES?



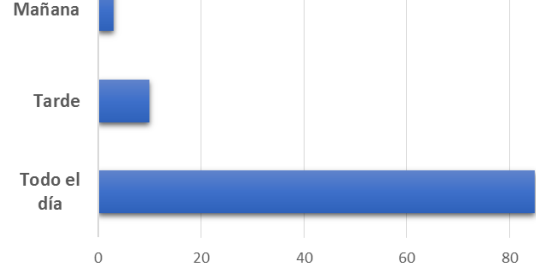
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.13. ¿CUÁNDO PREFIERES IR AL PARQUE DE ATRACCIONES?



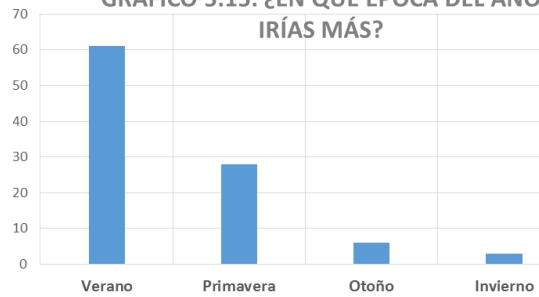
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.14. ¿EN QUÉ MOMENTO DEL DÍA?



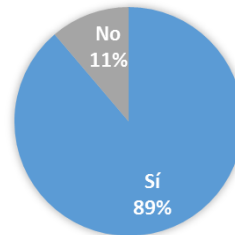
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.15. ¿EN QUÉ ÉPOCA DEL AÑO IRÍAS MÁS?



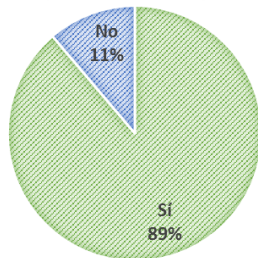
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.16. ¿COMPRARÍAS LAS ENTRADAS A TRAVÉS DE LA PAG. WEB?



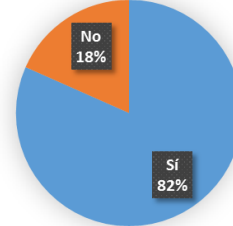
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.17. ¿UTILIZAS APPS PARA SMARTPHONE?



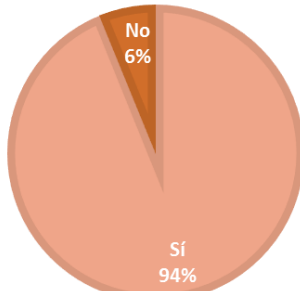
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.18. ¿TE GUSTARÍA ESTAR INFORMADO A TRAVÉS DE NUESTRA APP MÓVIL?



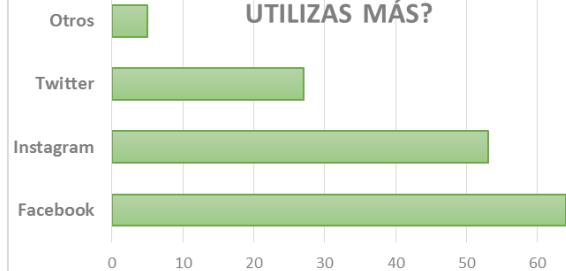
Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.19. ¿TIENES REDES SOCIALES?



Fuente: Elaboración propia

GRÁFICO 5.20. ¿QUÉ RED SOCIAL UTILIZAS MÁS?



Fuente: Elaboración propia

11.2. ANEXO III. Plan financiero del escenario optimista y pesimista.

- Escenario optimista:

TABLA 9.9. CUENTA DE RESULTADOS COMPARATIVA (Escenario optimista)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos por ventas	3.061.053,36 €	4.591.580,03 €	5.544.332,89 €
Coste de las ventas	- 724.748,35 €	-710.123,24 €	-762.039,65 €
Suministros	-108.231,92 €	-121.671,92 €	-134.296,92 €
<i>Luz</i>	64.618,81 €	71.723,81 €	77.973,81 €
<i>Agua</i>	43.274,81 €	49.649,81 €	56.024,81 €
<i>Teléfono</i>	338,30 €	298,30 €	298,30 €
Publicidad	-73.783,18 €	-44.623,07 €	-44.623,07 €
<i>Radio</i>	14.047,18 €	15.451,89 €	15.451,89 €
<i>Prensa</i>	13.566,00 €	7.461,30 €	7.461,30 €
<i>Televisión</i>	13.395,00 €	3.683,63 €	3.683,63 €
<i>Vallas publicitarias</i>	32.775,00 €	18.026,25 €	18.026,25 €
Gastos de personal	-467.455,48 €	-485.828,26 €	-525.119,67 €
<i>Salarios</i>	297.294,08 €	312.158,78 €	327.766,72 €
<i>Seguridad Social</i>	70.161,40 €	73.669,47 €	77.352,95 €
<i>Trabajos realizados por otras empresas</i>	100.000,00 €	100.000,00 €	120.000,00 €
Otros gastos de explotacion	-75.277,78 €	-58.000,00 €	-58.000,00 €
<i>Servicios bancarios</i>	1.000,00 €		
<i>Gastos de constitución</i>	10.477,78 €		
<i>Primas de seguros</i>	63.800,00 €	58.000,00 €	58.000,00 €
Margen de explotacion	2.336.305,00 €	3.881.456,80 €	4.782.293,24 €
Imputación a la subvención	100.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €
Amortizaciones técnicas	-254.433,51 €	-254.433,51 €	-254.433,51 €
Resultado de expotacion (BAIT)	2.181.871,49 €	3.727.023,28 €	4.627.859,73 €
Gastos financieros	27.950,00 €	-20.475,00 €	-12.675,00 €
Resultado antes de impuestos (BAT)	2.209.821,49 €	3.706.548,28 €	4.615.184,73 €
Impuestos sobre beneficios	-338.695,66 €	-560.963,45 €	-1.394.127,84 €
Beneficio neto	1.871.125,83 €	3.145.584,83 €	3.221.056,89 €
DIVIDENDOS	-27.500,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €
RESERVAS	1.875.351,39 €	3.115.584,83 €	3.191.056,89 €
AUTOFINANCIACION	2.229.784,90 €	3.470.018,34 €	3.545.490,40 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 9.10. PRESUPUESTO DE TESORERÍA COMPARATIVO (Escenario optimista)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Saldo inicial	10.739.958,84 €	9.899.118,66 €	4.564.083,96 €
Cobros por ventas	3.061.053,36 €	4.591.580,03 €	5.544.332,89 €
Aportacion al Capital social	100.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobro por Subvencion de capital	500.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobro por Préstamo	1.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobro por alquiler restaurante	150.000,00 €	150.000,00 €	0,00 €
TOTAL COBROS	4.811.053,36 €	4.741.580,03 €	5.544.332,89 €
Coste de las ventas	-724.748,35 €	-710.123,24 €	-762.039,65 €
Pagos a proveedores inmovilizado	-254.870,54 €	-203.896,43 €	-163.117,14 €
Pagos a acreedores ptc. Servicios	-2.570.000,00 €	-2.056.000,00 €	-1.644.800,00 €
Pagos otros gastos explotacion	-75.277,78 €	-58.000,00 €	-58.000,00 €
Pago amortizacion financiera	-229.166,67 €	-250.000,00 €	-250.000,00 €
Pago de intereses financieros	27.950,00 €	-20.475,00 €	-12.675,00 €
Pago de dividendos	-27.500,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €
Pago de impuestos	-338.695,66 €	-560.963,45 €	-1.394.127,84 €
TOTAL PAGOS	-4.192.309,00 €	-3.889.458,12 €	-4.314.759,63 €
Saldo Final de Tesoreria	11.358.703,20 €	10.751.240,57 €	5.793.657,22 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 9.11. BALANCES PREVISIONALES COMPARATIVOS (Escenario optimista)

	31/12/x1	31/12/x2	31/12/x3
Activo No Corriente	13.883.526,18 €	13.629.092,66 €	13.024.659,15 €
<i>Inmovilizado intangible</i>	13.607,00 €	13.607,00 €	13.607,00 €
Aplicaciones informaticas	1.607,00 €	1.607,00 €	1.607,00 €
Otro inmovilizado intangible	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €
<i>Inmovilizado material</i>	13.869.919,18 €	13.615.485,66 €	13.011.052,15 €
Terrenos	12.850.000,00 €	12.850.000,00 €	12.500.000,00 €
Instalaciones técnicas	1.265.700,00 €	1.265.700,00 €	1.265.700,00 €
Mobliliario	6.984,24 €	6.984,24 €	6.984,24 €
Equipos informaticos	1.368,45 €	1.368,45 €	1.368,45 €
Amortizacion acumulada	-254.433,51 €	-508.867,03 €	-763.300,54 €
Material de oficina	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Activo Corriente	2.799.462,19 €	3.183.459,50 €	3.014.084,38 €
Bancos	2.180.717,83 €	1.742.725,78 €	1.784.511,12 €
Tesoreria	618.744,36 €	1.440.733,72 €	1.229.573,26 €
TOTAL ACTIVO	16.682.988,37 €	16.812.552,17 €	16.038.743,53 €
Patrimonio Neto	4.246.477,22 €	6.661.169,66 €	6.712.113,78 €
Capital Social	100.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €
Subvenciones de capital	400.000,00 €	300.000,00 €	200.000,00 €
Resultado del ejercicio	1.871.125,83 €	3.145.584,83 €	3.221.056,89 €
Reservas	1.875.351,39 €	3.115.584,83 €	3.191.056,89 €
Pasivo No Corriente	12.070.315,49 €	9.560.419,05 €	7.502.501,91 €
Préstamo a largo plazo	770.833,33 €	520.833,33 €	270.833,33 €
Proveedores inmovilizado	1.019.482,15 €	815.585,72 €	652.468,58 €
Acreedores prestacion servicios	10.280.000,00 €	8.224.000,00 €	6.579.200,00 €
Pasivo Corriente	366.195,66 €	590.963,45 €	1.824.127,84 €
Deudores			400.000,00 €
Dividendos a pagar	27.500,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Impuestos a pagar	338.695,66 €	560.963,45 €	1.394.127,84 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	16.682.988,36 €	16.812.552,17 €	16.038.743,53 €

Fuente: Elaboración propia

- **Escenario pesimista:**

TABLA 9.12. CUENTA DE RESULTADOS COMPARATIVA (Escenario pesimista)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos por ventas	2.769.524,47 €	4.154.286,70 €	4.538.558,22 €
Coste de las ventas	- 743.482,57 €	-726.627,97 €	-779.294,39 €
Suministros	-119.199,49 €	-133.479,49 €	-146.854,49 €
<i>Luz</i>	71.420,79 €	79.115,79 €	85.865,79 €
<i>Agua</i>	47.409,00 €	54.034,00 €	60.659,00 €
<i>Teléfono</i>	369,70 €	329,70 €	329,70 €
Publicidad	-81.549,83 €	-49.320,23 €	-49.320,23 €
<i>Radio</i>	15.525,83 €	17.078,41 €	17.078,41 €
<i>Prensa</i>	14.994,00 €	8.246,70 €	8.246,70 €
<i>Televisión</i>	14.805,00 €	4.071,38 €	4.071,38 €
<i>Vallas publicitarias</i>	36.225,00 €	19.923,75 €	19.923,75 €
Gastos de personal	-467.455,48 €	-485.828,26 €	-525.119,67 €
<i>Salarios</i>	297.294,08 €	312.158,78 €	327.766,72 €
<i>Seguridad Social</i>	70.161,40 €	73.669,47 €	77.352,95 €
<i>Trabajos realizados por otras empresas</i>	100.000,00 €	100.000,00 €	120.000,00 €
Otros gastos de explotacion	-75.277,78 €	-58.000,00 €	-58.000,00 €
<i>Servicios bancarios</i>	1.000,00 €		
<i>Gastos de constitución</i>	10.477,78 €		
<i>Primas de seguros</i>	63.800,00 €	58.000,00 €	58.000,00 €
Margen de explotacion	2.026.041,89 €	3.427.658,72 €	3.759.263,83 €
Imputación a la subvención	100.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €
Amortizaciones técnicas	-254.433,51 €	-254.433,51 €	-254.433,51 €
Resultado de expotacion (BAIT)	1.871.608,38 €	3.273.225,21 €	3.604.830,32 €
Gastos financieros	27.950,00 €	-20.475,00 €	-12.675,00 €
Resultado antes de impuestos (BAT)	1.899.558,38 €	3.252.750,21 €	3.592.155,32 €
Impuestos sobre beneficios	-292.272,69 €	-492.957,79 €	-1.087.347,12 €
Beneficio neto	1.607.285,69 €	2.759.792,42 €	2.504.808,20 €
DIVIDENDOS	-27.500,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €
RESERVAS	1.612.287,91 €	2.729.792,42 €	2.474.808,20 €
AUTOFINANCIACION	1.966.721,42 €	3.084.225,93 €	2.829.241,71 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 9.13. PRESUPUESTO DE TESORERÍA COMPARATIVO (Escenario pesimista)

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Saldo inicial	9.424.564,20 €	4.822.548,88 €	1.025.227,89 €
Cobros por ventas	2.769.524,47 €	4.154.286,70 €	4.538.558,22 €
Aportacion al Capital social	100.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobro por Subvencion de capital	500.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobro por Préstamo	1.000.000,00 €	0,00 €	0,00 €
Cobro por alquiler restaurante	150.000,00 €	150.000,00 €	0,00 €
TOTAL COBROS	4.519.524,47 €	4.304.286,70 €	4.538.558,22 €
Coste de las ventas	-743.482,57 €	-726.627,97 €	-779.294,39 €
Pagos a proveedores inmovilizado	-254.870,54 €	-203.896,43 €	-163.117,14 €
Pagos a acreedores ptc. Servicios	-2.570.000,00 €	-2.056.000,00 €	-1.644.800,00 €
Pagos otros gastos explotacion	-75.277,78 €	-58.000,00 €	-58.000,00 €
Pago amortizacion financiera	-229.166,67 €	-250.000,00 €	-250.000,00 €
Pago de intereses financieros	27.950,00 €	-20.475,00 €	-12.675,00 €
Pago de dividendos	-27.500,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €
Pago de impuestos	-292.272,69 €	-492.957,79 €	-1.087.347,12 €
TOTAL PAGOS	-4.164.620,25 €	-3.837.957,20 €	-4.025.233,65 €
Saldo Final de Tesoreria	9.779.468,41 €	5.288.878,38 €	1.538.552,46 €

Fuente: Elaboración propia

TABLA 9.14. BALANCES PREVISIONALES COMPARATIVOS (Escenario pesimista)

	31/12/x1	31/12/x2	31/12/x3
Activo No Corriente	13.883.526,18 €	13.629.092,66 €	13.024.659,15 €
<i>Inmovilizado intangible</i>	<i>13.607,00 €</i>	<i>13.607,00 €</i>	<i>13.607,00 €</i>
Aplicaciones informaticas	1.607,00 €	1.607,00 €	1.607,00 €
Otro inmovilizado intangible	12.000,00 €	12.000,00 €	12.000,00 €
<i>Inmovilizado material</i>	<i>13.869.919,18 €</i>	<i>13.615.485,66 €</i>	<i>13.011.052,15 €</i>
Terrenos	12.850.000,00 €	12.850.000,00 €	12.500.000,00 €
Instalaciones técnicas	1.265.700,00 €	1.265.700,00 €	1.265.700,00 €
Mobliliario	6.984,24 €	6.984,24 €	6.984,24 €
Equipos informaticos	1.368,45 €	1.368,45 €	1.368,45 €
Amortizacion acumulada	-254.433,51 €	-508.867,03 €	-763.300,54 €
Material de oficina	300,00 €	300,00 €	300,00 €
Activo Corriente	2.226.135,60 €	2.343.869,02 €	1.274.806,28 €
Bancos	1.871.231,38 €	1.552.767,85 €	761.481,71 €
Tesoreria	354.904,22 €	791.101,17 €	513.324,57 €
TOTAL ACTIVO	16.109.661,77 €	15.972.961,68 €	14.299.465,43 €
Patrimonio Neto	3.719.573,60 €	5.889.584,83 €	5.279.616,40 €
Capital Social	100.000,00 €	100.000,00 €	100.000,00 €
Subvenciones de capital	400.000,00 €	300.000,00 €	200.000,00 €
Resultado del ejercicio	1.607.285,69 €	2.759.792,42 €	2.504.808,20 €
Reservas	1.612.287,91 €	2.729.792,42 €	2.474.808,20 €
Pasivo No Corriente	12.070.315,49 €	9.560.419,05 €	7.502.501,91 €
Préstamo a largo plazo	770.833,33 €	520.833,33 €	270.833,33 €
Proveedores inmovilizado	1.019.482,15 €	815.585,72 €	652.468,58 €
Acreedores prestacion servicios	10.280.000,00 €	8.224.000,00 €	6.579.200,00 €
Pasivo Corriente	319.772,69 €	522.957,79 €	1.517.347,12 €
Deudores			400.000,00 €
Dividendos a pagar	27.500,00 €	30.000,00 €	30.000,00 €
Impuestos a pagar	292.272,69 €	492.957,79 €	1.087.347,12 €
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	16.109.661,77 €	15.972.961,68 €	14.299.465,43 €

Fuente: Elaboración propia