



Universidad de Jaén

Facultad de Ciencias Sociales
y Jurídicas

Trabajo Fin de Grado

PLAN DE NEGOCIO PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UN GLAMPING ECOLÓGICO URBANO EN JAÉN

Alumna: Susana Rocío Carrascosa Hidalgo

Mayo, 2020

Índice.....	1
1. Resumen.....	4
2. Introducción.....	5
3. Descripción de la idea y presentación de los promotores.....	7
4. Estudio de mercado y análisis estratégico.....	14
4.1. Definición del sector de actividad.....	14
4.2. Fuentes de información y recogida de datos.....	14
4.3. Definición de la misión visión y valores de la empresa.....	17
4.4. Análisis del entorno genérico.....	17
4.5. Análisis del entorno específico.....	20
4.6. Análisis interno.....	20
4.7. Análisis DAFO.....	23
5. Plan de marketing.....	23
5.1. Marketing estratégico.....	23
5.2. Marketing operativo.....	27
5.3. Previsión de ventas.....	29
6. Plan de operaciones.....	31
6.1. Descripción de los bienes y/o servicios desde una perspectiva de producción.....	31
6.2. Descripción de los procesos de elaboración/prestación de bienes y/o servicios.....	31
6.3. Determinación de la capacidad productiva.....	31
6.4. Selección de la localización.....	32
6.5. Proveedores y Gestión de aprovisionamiento.....	32
6.6. Aplicación de la Gestión de la calidad.....	33

6.7. Cuantificación de las inversiones y de los gastos corrientes a realizar en el área de operaciones.....	33
7. Organización y recursos humanos.....	38
7.1. Evaluación y selección del modelo organizativo de referencia para el diseño de la estructura de la empresa.....	38
7.2. Determinación de las necesidades de personal, diseño de puestos, determinación de funciones y responsabilidades.....	38
7.3. Representación del organigrama.....	39
7.4. Descripción de la política de recursos humanos (reclutamiento, selección, formación, motivación, etc.).....	39
7.5. Cuantificación de las inversiones y de los gastos corrientes a realizar en el área de personal.....	41
8. Selección de la 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.....	42
8.3. Selección justificada de una forma jurídica concreta.....	42
8.4. Descripción de los trámites a realizar para dar inicio a la actividad de la empresa.....	43
8.5. Cuantificación de las inversiones y de los gastos corrientes a realizar en el área.....	44
9. Plan económico-financiero.....	45
9.1. Determinación de la estructura económica del proyecto (tomando como referencia los datos cuantitativos de los apartados anteriores del plan).....	45
9.2. Establecimiento de la estructura financiera del proyecto.....	47

9.3. Elaboración de los estados financieros previsionales, tomando como referencia los apartados anteriores del plan financiero y las precisiones de ventas del apartado de marketing.....	49
10. Análisis de la viabilidad económica.....	54
10.1. Cálculo de indicadores de rentabilidad absoluta (VAN) y relativa (TIR)..	54
10.2. Determinación del plazo de recuperación.....	54
10.3. Cálculo de ratios.....	54
11. Conclusiones.....	54
12. Bibliografía.....	56

1. RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado trata sobre un plan de negocio para la puesta en marcha de un Glamping Ecológico Urbano en la capital de Jaén, más concretamente en la falda del Cerro de Santa Catalina.

El objetivo principal del proyecto es cubrir las necesidades de alojamiento turístico existentes en la ciudad, por ejemplo: no se pueden encontrar establecimientos adecuados para la acampada y la pernocta de autocaravanas. Por otro lado, introducir, como novedad, el alojamiento en minicasas. Estas son una forma ecológica y glamurosa de alojarse en la ciudad de Jaén y disfrutar tanto de naturaleza como del centro urbano, asentado sobre una gran variedad de monumentos históricos.

Otras características que complementan el alojamiento son: un restaurante con productos ecológicos, una piscina climatizada, un Fale samoano habilitado para la realización de talleres de yoga, flamenco, ecohuerto y zona de limpieza de autocaravanas.

ABSTRACT:

This Final Degree Project consists in a business plan for the implementation of an Urban Ecological Glamping in the capital of Jaén, more specifically on the slopes of the hill from Santa Catalina.

The main objective of the project is to cover the existing tourist accommodation needs in the city, for instance: it is not possible to find suitable establishments for camping and overnight camping. By the other hand, introduce, as a novelty, the accommodation in mini-houses. These are an ecological and glamorous way to lodge in the city of Jaén and enjoy both, nature and the urban center, sitting on a wide variety of historical monuments.

Here I show other features that complement the accommodation: for example a restaurant with environmentally friendly products, a heated pool, a Samoan Fale enabled for yoga, flamenco, eco-garden workshops and motorhome cleaning area.

2. INTRODUCCIÓN

Este trabajo se desarrollará a partir de una idea de negocio, que trata sobre un Glamping ecológico urbano, ubicado en el Cerro de Santa Catalina, en la capital de Jaén. Un lugar que combina naturaleza y ciudad a la perfección que tiene numerosas rutas de senderismo, una de las cuales lleva al Castillo de Santa Catalina.

Esta empresa tiene varias opciones de alojamiento que constan de: Minicasas que son una sección más lujosa para parejas y una zona de pernocta de autocaravanas y de acampada que son más asequibles para grupos de amigos y familias. Todo esto acompañado de unas instalaciones completamente equipadas y pensadas para la comodidad del cliente, además de sostenibles y respetuosas con el entorno que rodea a la empresa.

El objetivo principal de este trabajo se centra en ofrecer unos servicios que cubran las necesidades de los turistas que se alojan en la ciudad de Jaén, por ejemplo, con respecto a la zona de pernocta de autocaravanas que existe actualmente no tiene unas condiciones óptimas ni tiene una zona donde poder desechar los residuos de aguas grises y negras.

Por otra parte, la zona de acampada da la oportunidad que se necesita a empresas de turismo activo de la ciudad a tener un lugar donde alojar a sus clientes, además de cualquier otro grupo de personas que sean amantes de estas experiencias en la naturaleza, pero con unas instalaciones glamurosas y eso sí, con todas las comodidades de la ciudad

Por último, con respecto a las Minicasas atraerán a aquellas parejas que buscan una experiencia nueva y darse un capricho para salir de la rutina de trabajo, además, son un tipo de vivienda que cada vez está más de moda, por lo que incluso podría atraer a personas que están pensando en comprarse una y así corroborar que todas las comodidades que ofrece este tipo de alojamiento son suficientes.

La metodología que se ha llevado a cabo ha sido la comunicación directa con personas y empresas que tenían necesidades específicas y que se cubren en este proyecto. Por ejemplo, la empresa AaktivJaén realiza cada año unos campamentos en verano para niños, pero no encuentran un camping en la capital de Jaén, por lo que desplazan estas

acampadas a pueblos de la provincia, si existiese esta empresa podrían quedarse en la capital.

Por lo que respecta a las autocaravanas no he parado de escuchar a amigos y familiares que vienen a la ciudad y que el único lugar donde pueden aparcar es el parking de Renfe, que tiene una tarifa de 12,75€/día y no tienen ni servicios mínimos como el cambio de aguas, además las instalaciones no se encuentran en muy buenas condiciones y aunque está céntrico no ofrecen nada más que el parking. No obstante, este proyecto piensa en todas las necesidades imperantes que tienen estas personas y por eso pueden contar con un servicio de cambio de agua y de limpieza de su vehículo, además de contar con unas instalaciones totalmente equipadas y ubicados a diez minutos caminando de la catedral, es decir, cerca del centro de la ciudad.

Por último, parejas de familiares cercanos siempre que tienen que celebrar algún momento especial, como aniversarios o simplemente necesitan salir de su rutina habitual, lo que buscan es algo diferente con lo que impresionar a su pareja. Las Minicasas serían la opción perfecta para este tipo de personas, que cuentan con un espacio tranquilo y con todas las comodidades y necesidades cubiertas. Además, como he comentado anteriormente es una especie de vivienda que está al alza por lo que podría servir de inspiración para aquellas familias que desean vivir sin tener que estar anclados a un lugar, ya que la construcción de estas Minicasas no necesita de cimientos y se pueden construir encima de una plataforma metálica con ruedas, por lo que con los permisos necesarios se pueden trasladar de un lugar a otro.

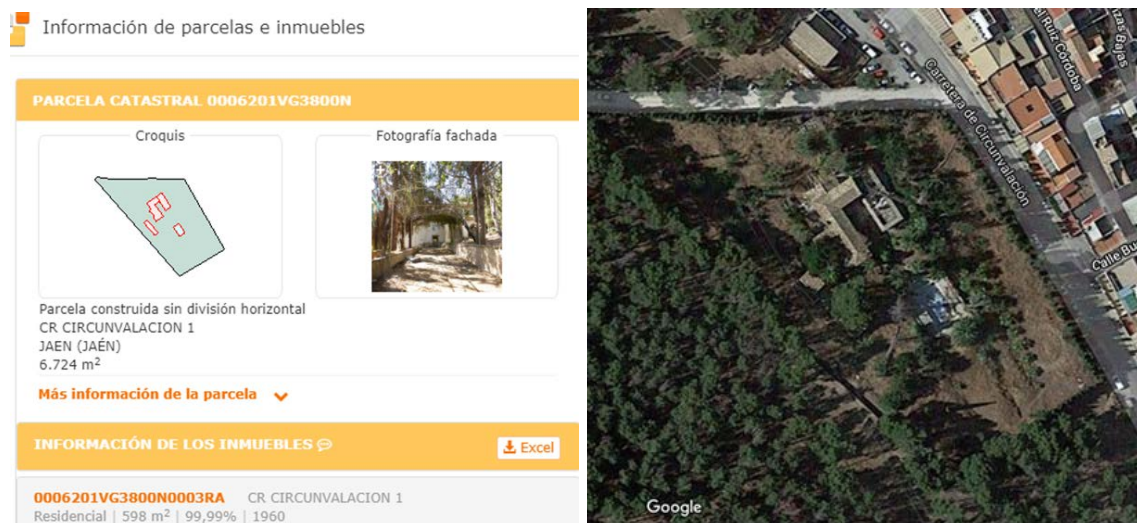
Esta idea de negocio está muy relacionada con la carrera de Turismo que estudio, en ella tenemos asignaturas de contabilidad, de dirección de operaciones, de marketing, etc. que están dirigidas a la dirección y creación de empresas. Las asignaturas que más están relacionadas con este Trabajo Fin de Grado son: Creación de Empresas, una asignatura en la que realizamos un proyecto de empresa al igual que este. Dirección de Operaciones, una asignatura en la que se estudia esta temática en la restauración, los alojamientos y en intermediarios turísticos. Contabilidad financiera, una asignatura en la que se explican y aplican formulas y asientos contables que sirven para contabilizar la economía de una empresa. Marketing, una asignatura en la que se estudia cómo diferenciar una necesidad de un deseo y cómo establecer un plan de marketing para lograr el mayor número de ventas. Recursos Humanos, una asignatura en la que a rasgos

generales se estudian las distintas formas de reclutamiento y tácticas para llevar a cabo una buena práctica de los RRHH en la empresa.

3. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA Y PRESENTACIÓN DE LOS PROMOTORES.

El terreno donde se ubicará este glamping está en la Carretera de Circunvalación, cuenta con un espacio de 6.724m², repleto de arboledas y una construcción de 598m².

Imagen 1.- Información de parcelas e inmuebles. Imagen 2.- Captura del terreno.



Fuente: Catastro virtual.

Fuente: Google Maps.

Esta empresa ofrece un servicio de alojamiento que puede disfrutarse según las preferencias y presupuesto del cliente. A continuación, se desarrollarán los tipos de alojamiento.

En primer lugar, la denominación de Glamping se debe a las Minicasas, es una forma de alojarse en el campo y con glamour ya que cuenta con todas las comodidades de una casa, pero en pocos metros cuadrados. Estas edificaciones tienen una ventaja, ya que no necesitan cimientos sobre los que colocarlas, se construyen directamente sobre una plataforma metálica con ruedas, similar a la de un camión, por tanto, es una construcción que no perjudicará el suelo del terreno por lo que es sostenible con el entorno. Para la elaboración de estas casas contaremos con el trabajo de albañiles con muchos años de experiencia en el sector, además, al formar parte del entorno familiar que rodea a los promotores todo el proyecto será más asequible. Por otro lado, en el interior se podrá encontrar una decoración exquisita que estará distribuida por el salón,

el baño y el dormitorio. También contarán con algunos electrodomésticos de cocina, pero al tener servicio de restauración lo que más rentable sale a la empresa es que contraten este servicio, por lo que solo se pondrá un minibar, un microondas y un fregadero, por ejemplo. Además de un WC con quemado de residuos, que resalta los materiales ecológicos que se utilizan en el interior.

Imagen 3, 4 y 5.- Interior de Minicasas.



Fuente: Pinterest.

El exterior de las Minicasas se realizará con materiales reciclables y reciclados, como madera, vidrio o adobe, estas paredes tendrán un buen aislante natural. Además, contarán con placas solares en el techo, gracias a su pequeño tamaño y a la utilización de bombillas LED y electrodomésticos A+++ la energía que se necesita, para estas Minicasas, no es mucha.

Su imagen exterior será lo más natural posible, para que se camuflen con la naturaleza del entorno. Junto a la puerta de entrada, fuera de la casa, también habrá una mesa con unas sillas que darán al cliente un lugar perfecto para poder desayunar, cenar o leer tranquilamente.

Imagen 6 y 7.- Exterior de las minicasas.



Fuente: Pinterest.

En segundo lugar, habrá una zona de pernocta de autocaravanas, para dar acogimiento a todos aquellos viajeros que se desplacen en este tipo de vehículos y quieran hacer su parada durante su trayecto hacia otro lugar o especialmente vengan a esta empresa para visitar Jaén. Esta forma de viajar, en autocaravanas, es cada vez más común ya que permiten desplazarse a la vez que tienen su propio alojamiento con todo lo necesario.

No obstante, una de las dificultades que se encuentran a la hora de acampar, es decir, cuando van a dormir en su interior o quieren sacar sillas y extender los toldos, es que no se puede a no ser que el lugar esté habilitado para ello.

Por esto, en el glamping encontrarán amplias parcelas de 50m² donde podrán acampar sin ningún problema, abrir sus toldos o extender sus avances.

Además, contarán con una zona de unos 100m² para la limpieza de los vehículos (tanto interior como exterior) y donde podrán verter las aguas grises y negras y rellenar de agua limpia sus depósitos. Para todo esto pondremos a disposición de los clientes que lo necesiten un dispositivo con mangueras y aspiradores.

Imagen 8.- Disposición de autocaravanas en las parcelas.



Fuente: Pinterest.

Imagen 9.- Bornes de servicio de limpieza y cambio de agua para autocaravanas.



Fuente: EURO-RELAIS

En tercer lugar, estaría la opción del alquiler de unas parcelas para campistas, una oportunidad perfecta para aquellos amantes de la naturaleza, y las experiencias en tienda de campaña, pero esta vez en una zona urbana. Además, esta sería una forma más económica de alojarse y juntarse con grupos de amigos o familias al completo.

La competencia que existe en la capital de Jaén con respecto a la forma de alojamiento es nula porque sería la única empresa que actualmente estaría ofreciendo estos tipos de alojamiento, aunque si el cliente lo único que busca es dormir en la capital, cualquier hotel o apartamento sería competencia. Y si nos referimos a la provincia de Jaén existen muchos campings y algunos glampings que sí podrían hacer la competencia a esta empresa.

Por último, tenemos que tener en cuenta que el terreno contará además con un edificio que ya existe y que será restaurado de la forma más sostenible posible, con la utilización de adobe, que es un material barato y natural, para así poder acomodar los siguientes servicios:

- Recepción para acoger a los clientes que hayan reservado previamente su plaza.
- Cafetería-Restaurante que ofrece un servicio de comida tanto en forma de menú como en formato: desayuno, media pensión o pensión completa, según la preferencia del cliente.

- Baños y duchas: este espacio servirá para todos aquellos que se alojen en el camping o en autocaravana, estará completamente equipado para que la experiencia sea lo más cómoda posible.
- Despachos: que tendrán una doble función, un lugar donde trabajar y donde reunirse con posibles proveedores, etc.
- Zona de almacenaje: tanto de materiales de acampada por si algún cliente necesita algo, así como de jardinería, para el mantenimiento de las zonas verdes y el ecohuerto.
- Lavandería: un espacio destinado a las lavadoras y secadoras.
- Impluvium: una construcción de estilo romano que se coloca en el patio interior, gracias a la forma en U que tiene el edificio, permitirá la recogida de agua, además de dar un estilo diferente al edificio.

Imagen 10.- Impluvium.



Fuente: Pinterest.

Imagen 11.- Estilo del interior y exterior del edificio.



Fuente: Pinterest.

El terreno también cuenta con una piscina, a la que se hará una ampliación y remodelación, y se le añadirá una cubierta para poder ser utilizada en invierno. Además, también se hará un Fale samoano donde se realizarán actividades como yoga, etc.

Imagen 12.- Piscina cubierta.

Imagen 13.- Fale samoano



Fuente: Pinterest.



Fuente: Pinterest.

A parte, también se harán unos baños extra cerca del Fale samoano, en el que se instalará una sala de curas y primeros auxilios, y un ecohuerto, del que se podrán utilizar verduras y hortalizas en el restaurante.

Con respecto al perfil de los promotores y su importancia dentro de la empresa contamos con que el Glamping Ecológico Urbano en Jaén es un proyecto de una envergadura considerable, y para poder realizar las numerosas gestiones, acuerdos y sobre todo los trabajos físicos para materializar lo que en principio son líneas sobre papel, he tenido que buscar y seleccionar un equipo altamente cualificado, basándome no solamente en las titulaciones académicas, sino también, en la experiencia, en las habilidades, en las competencias transferibles y finalmente en un perfil psicológico que tenga una actitud afín a la que requiere esta empresa:

La principal promotora del proyecto es Susana Carrascosa Hidalgo: emprendedora y propulsora del proyecto de empresa, graduada en Turismo en la Universidad de Jaén.

Durante mi trayectoria universitaria, he conseguido habilidades avanzadas de coaching y liderazgo, inherentes al ejercicio durante tres años consecutivos, del cargo de delegada de clase y organizadora principal del II Congreso de Turismo del año 2019 celebrado en la UJA, siendo capaz de gestionar y motivar de forma eficiente al equipo de empleados, mediante motivación, estímulos y reconocimiento, para asegurar un desempeño de sus funciones no solo adecuado sino de mejor calidad.

Me considero una profesional muy organizada, racional y capaz de tomar decisiones en situaciones de mucha tensión, y de tomar iniciativas resolutivas ante conflictos que puedan surgir repentinamente y amenazar la estabilidad o el desarrollo de la empresa.

Además, también cuento con el apoyo colaborativo de otros empresarios como:

José Antonio Carrascosa Hidalgo, un emprendedor, que fundó su propia empresa en el sector de la reparación mecánica y electricidad del automóvil, la cual se mantiene estable y generando beneficios, desde hace más de veinte años, y que además está especializado en reparaciones de averías complejas o difíciles de identificar por lo que aportará desde asesoramiento en distintos niveles (marco legal, marco empresarial, etc.) como también, para reparar averías de autocaravanas o automóviles de los clientes generando así una tranquilidad para nuestros clientes y también favoreciendo el flujo y la calidad del servicio.

Doña, María del Mar Hidalgo Velasco, una cocinera titulada en FP II de cocina y restauración, una profesional que cuenta además con 15 años de experiencia en cocinas de hoteles y restaurantes, y que ha adquirido además de las destrezas asumidas a una Chef de 1ª, otras habilidades de transferencia sumamente valorables en cuanto a logística, abastecimiento y organización del equipo integrante, para el correcto desarrollo del restaurante y de la empresa.

El equipo cuenta también con un perfil de trabajadores y profesionales en el ámbito de la construcción, quienes dirigirán y realizarán todos los trabajos de construcción y reforma que son necesarios. Este es el caso de D. Manuel López Marín, titulado en FP II Técnico Superior en Control y Dirección de Obras de Construcción y Técnico Superior en Proyectos de Edificación.

Pero lo más interesante de este profesional es su dilatada experiencia de más de 40 años en la construcción donde ha ejercido además de las habilidades expuestas en su perfil académico, otras como albañilería o contratista de obras, algunas junto a su hermano D. Agustín López Marín, quien es un albañil y jardinero con la experiencia de 20 y 10 años respectivamente, en dichos sectores y quien realizará además de las obras y reformas, el asesoramiento en todo lo referente al cuidado y tratamiento de la vegetación interior del recinto.

Por último, cabe mencionar a dos asesores de gran relevancia en el proyecto y estos son D. Francisco Zaragoza López, profesor de Historia, que tiene una larga trayectoria política y numerosos contactos en la Diputación de Jaén. Además, de rescatar promover y financiar la cultura y el teatro en la Comarca Sierra de Cazorla, en Jaén (dando incluso a conocer grandes estrellas del cine español). Con un historial tan asombroso, no es de extrañar que su consejo y recomendación sean fundamentales para este proyecto, así como sus contactos e influencias.

Finalmente mencionar a D. Jesús Aguilar López, titulado en FP Emergencias Sanitarias, quien se encargará de equipar la sala de curas y de seleccionar al personal de socorrismo y primeros auxilios, así como también del contacto y la comunicación con clientes extranjeros por su Titulación de B2 de inglés, el cual habla de forma fluida, y que además cuenta con la experiencia de 5 años como administrativo contable y promotor de teatro. Este profesional ejercerá en caso necesario funciones de consultor.

4. ESTUDIO DE MERCADO Y ANÁLISIS ESTRATÉGICO.

Apartado en el que se explicarán los diferentes aspectos que afectan a la empresa y a su entorno más cercano, en este caso, la ciudad de Jaén.

4.1. Definición del sector de actividad.

El sector de actividad corresponde al sector del camping, según el decreto 26/2018 “es un establecimiento turístico que cuenta con un terreno dotado de instalaciones y servicios que facilitan la vida al aire libre”.

En este tipo de sector se pueden utilizar varios tipos de alojamientos, como: tiendas de campaña, autocaravanas u otros elementos que se puedan transportar o desmontar fácilmente como las minicasas.

4.2. Fuentes de información y recogida de datos.

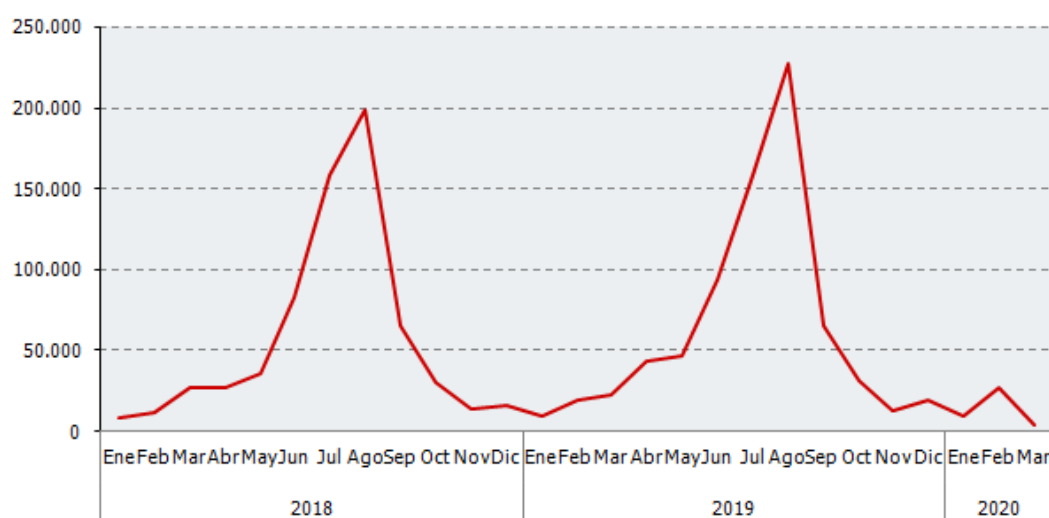
Una de las causas por las que he escogido este tipo de empresa de glamping es que la media anual de campings en España en 2019 ha sido de 769 y la media anual de camping de Lujo y primera categoría, asciende a 202, lo que nos indica un auge en este sector, cuyo nicho de mercado está en su gran mayoría aún por explotar.

Para contemplarlo desde una panorámica objetiva más amplia y detallada, Andalucía cuenta con más de un millón de turistas anuales, lo que la convierte en la segunda del

sector a nivel nacional, y además se caracteriza por una media de 122 campings, lo que la sitúa a la cabeza en número de este sector, por CCAA, seguido de Cataluña y la Comunidad Valenciana; estos datos nos indican que un proyecto de camping en Andalucía está en la cúspide de viabilidad.

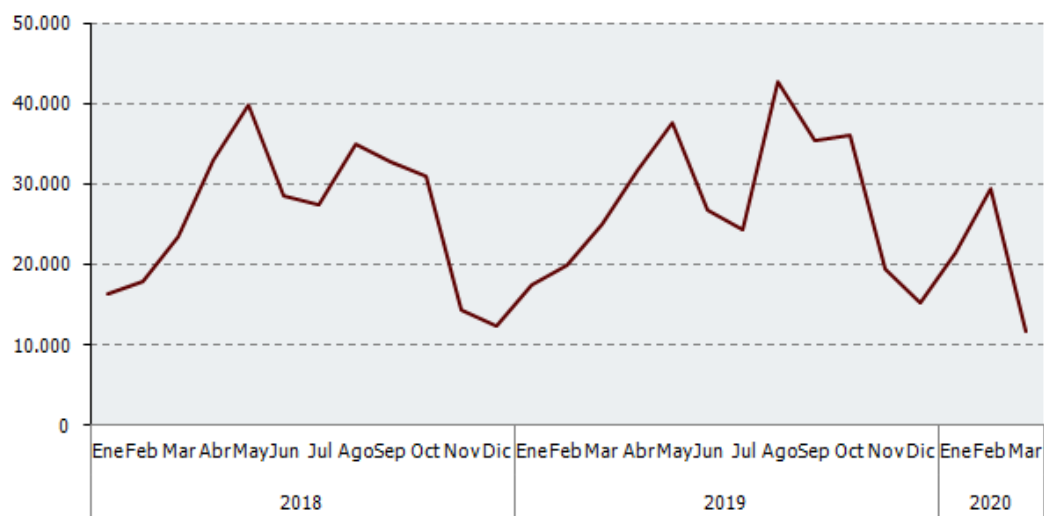
Con respecto a los turistas que proceden del interior de España o del exterior y que se alojan en camping hay que observar que existe una gran diferencia, por lo que este tipo de turismo en su gran medida es interior (Tabla 1), aunque también hay una alza en los datos de turistas residentes en el exterior de España (Tabla 2).

Gráfico 1.- Evolución de los viajeros alojados en campings. Residentes en España.



Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía, 2020.

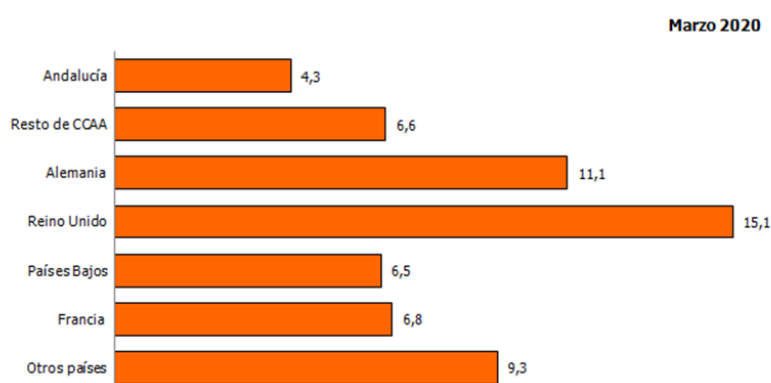
Gráfico 2.- Evolución de los viajeros alojados en campings. Residentes en el extranjero.



Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía, 2020.

No obstante, podemos apreciar que los residentes en el extranjero que se alojan en camping realizan estancias mucho más largas que los andaluces (Tabla 3), y no es tan estacional. Los turistas procedentes de Reino Unido se alojan hasta 15 días, siguiéndoles los alemanes con 11 días. Unos datos que nos dan información muy importante como que los idiomas que deben hablar los trabajadores de la empresa son inglés y alemán, para así atraer a este tipo de turista.

Gráfico 3.- Gráfico de la estancia media de los viajeros en camping por procedencia.



Fuente: Instituto de Estadística de Andalucía, 2020.

Ahora bien, para comprender por qué elegimos Jaén de entre toda Andalucía, tenemos que tener en consideración que el 2,5% (827.995 turistas) de turistas que visitaron Andalucía se decantaron por Jaén, una elección creciente si vemos lo reflejado en el cuarto trimestre de 2019, en donde la cifra de turistas que eligieron Jaén ascendió a un 3%.

Hablando de beneficios económicos, en Andalucía el gasto medio por turista al día era de 54€ mientras que, concretando en la provincia de Jaén, en el último trimestre del pasado año, se elevaba ya a 79,1€, cifra que continúa creciendo.

Este pasado enero, Andalucía obtuvo un aumento del gasto medio por turista de 13,1% anotándose unos de beneficios de 674 millones de euros.

Con todo lo anteriormente expuesto queda patente que Jaén es una nueva cuna de turismo que se está formando y donde la mayor parte de su riqueza interior se encuentra aún en bruto y contando con la facilidad de ser jiennense de nacimiento, y ahora experta en turismo. Conociendo así de primera mano las necesidades que se pueden encontrar los turistas de la ciudad, además de estar muy concienciada con la necesidad de dar una buena imagen a la ciudad, respetar su entorno, y querer fomentar y mejorar su imagen.

4.3. Definición de la misión, visión y valores de la empresa.

Misión: Ofrecer una experiencia de alojamiento ecológico y diferente en la capital de Jaén, con la mayor calidad posible y a un precio asequible.

Visión: Brindar un servicio de alojamientos diversificado con minicasas de lujo, parcelas de pernocta de autocaravanas y de acampada que incluya servicios de calidad para disfrutar de una auténtica introducción a la naturaleza, sin sacrificar el confort de la ciudad.

Valores de la empresa: esta empresa se fundamenta en la certeza de que la vida, para ser disfrutada y vivida, debe ser armónica y respetuosa con la Naturaleza, simbiótica y no contradictoria con esta, por lo que gran base de esta se basa en ser sostenible. Además, el trabajo del personal y los servicios ofrecidos se basarán en la honestidad, la calidad y la confianza, que dará a los clientes seguridad y tranquilidad.

4.4. Análisis del entorno genérico (PESTEL).

El objeto de estudio de este análisis genérico es de ámbito regional, ya que el objetivo es ser referentes del sector turístico a nivel de la capital y provincia de Jaén. A continuación, se redactarán las variables de análisis que llevarán a formular la futura empresa.

- **Variable política:** Actualmente, el alcalde de Jaén es Julio Millán Muñoz del PSOE, desde su entrada ha promovido algunos cambios en el tráfico, ha empezado a movilizar algunos temas olvidados como el tranvía, etc.

El Ayuntamiento de Jaén promueve las rutas por la naturaleza (mayoría de las cuales se encuentran en el mismo lugar que el glamping, por ejemplo, sendero de la muralla, pinares del Neveral y escalada en el castillo) por lo que está implicado en la salud ciudadana y el fomento de actividades que favorecen a la empresa.

Por otra parte, Diputación de Jaén ofrece una subvención destacada a la hora de llevar a cabo esta empresa, con un valor de hasta 2836€ para cada uno de los 46 solicitantes escogidos (130.000€ en total), que podrán destinarse a la compra de material inmovilizado para su negocio, los requisitos son: que cuenten con FP Superior o Grado Universitario y estén empadronados en la provincia. También

solicitaremos otra subvención para proyectos de inversión intensivos en la creación de empleo.

Por otro lado, debemos considerar la Ayuda del plan Innova 6000 que ofrece la Junta de Andalucía para jóvenes emprendedores de hasta 35 años y que no necesita de inversión inicial por parte del solicitante para su obtención. La cuantía es de hasta 6000€ podrá destinarse a la constitución de la empresa, compra de material, adquisición de software, etc., siempre que al solicitarlo presentemos un plan de viabilidad realizado por la Fundación Pública Andaluza “Andalucía Emprende”.

- **Variable económica:** Para concretar un estudio objetivo de la variable económica general que nos aporte datos relevantes sobre la viabilidad del proyecto, lo primero será centrarnos en las variables macroeconómicas para ver el estado real de la situación:

A nivel de renta en España, el SMI ha sido fijado en 950€ al mes, si tenemos en cuenta que, en el país, ésta cifra se expresa dividida en 14 pagas, mientras que el PIC de 2019 subió únicamente un 0,8% lo que nos indica que los trabajadores han aumentado su poder adquisitivo, con lo cual también podemos deducir que aumentaría en muchos casos su inversión en turismo.

Por otro lado el Gasto en la economía, había aumentado 24.994 millones de euros durante todo el 2019 y ahora a primeros de febrero de 2020 que se preveía una reducción, más que moderada, para no afectar a los ingresos, teniendo en cuenta la reciente e inesperada situación de crisis biológica producida por el COVID-19, y que afecta absolutamente a todos los sectores, lo único seguro es que el gasto en la economía que está realizando España y la ausencia de ingresos, está causando un disparo a la alza en esta variable.

- **Variable sociocultural:** Pese a la mentalidad conservadora de Jaén ante los nuevos negocios emergentes, que distan algo diferente de lo común, la sociedad jiennense está comenzando a abrirse a nuevas propuestas tentadoras. Por lo que el proyecto del glamping dará la oportunidad perfecta a personas de la capital a probar una experiencia diferente y aunque no se alojen podrán asistir a las clases de yoga o cualquier otra que se realice en el Fale samoano.

- **Variable tecnológica:** Con los avances tecnológicos que están disponibles para cualquier emprendedor a un bajo coste, esta empresa contará con un impulso intenso a nivel de desarrollo web y de marketing publicitario en redes sociales. Sin dejar de lado, la constante actualización de las mismas, para no caer en desfase.

Por otra parte, los avances que existen en los pagos por Internet y los portales de reserva como Booking facilitarán enormemente la contratación de nuestros servicios.

- **Variable ecológica:** A pesar de que actualmente no hay ninguna ayuda que incite la toma de medidas empresariales que ayuden al medio ambiente en Jaén, esta empresa tiene medidas de sostenibilidad que generan sus propios beneficios, un ejemplo es el uso de placas solares para el sistema de luz en minicasas o de climatización de la piscina que nos genera un ahorro económico al emplear una fuente de energía constante 100% gratuita y abundante, además del impacto positivo para el medio ambiente. Cabe destacar que, al ser una empresa ecológica, nos posicionamos en el mercado con una de las características de demanda en auge, actualmente, lo que nos vende mucho mejor.

- **Variable legal:** Algunas de las leyes que tendremos que acatar serán:

El Plan General de Ordenación Urbana que servirá para saber si se puede edificar en el terreno. Aunque sí se puede porque ya existe una construcción en el mismo.

Ahora bien, respecto a la denominación de Glamping Ecológico Urbano, se debe acatar la normativa del Real Decreto 26/2018 del 23 de enero, de ordenación de los campamentos de turismo, y de modificación del Decreto 20/2002 del 29 de enero, de Turismo en el Medio Rural y Turismo Activo.

Finalmente, también se aplicará la Ley de Prevención de Riesgos Laborales 31/1995 del 8 de noviembre con las siguientes modificaciones: Ley 50/1998, Ley 39/1999, RD 5/2000 y Ley 54/2003.

4.5. Análisis del entorno específico (fuerzas competitivas)

- Competencia actual: Actualmente no tenemos competencia para el sector camping, ya que en la capital no hay ninguna empresa similar, sin embargo, tendríamos que desplazarnos a los pueblos como la Sierra de Cazorla y las Villas para encontrar este tipo de alojamientos. igualmente pasa con la sección de minicasas (glamping) en la capital no hay nada parecido, aunque en el Castillo de Locubín hay un alojamiento con yurtas ecológicas que se denomina glamping.
- Competencia potencial: actualmente no existe ninguna empresa, aunque si lo hiciera podría ser un camping urbano (situados en azoteas de edificios grandes, con vistas a la ciudad) que están en auge.
- Amenaza de productos sustitutivos: estos son los hoteles, apartamentos turísticos, pensiones, parador y albergue que están ubicados en la capital que ofrecen un alojamiento turístico como nosotros, aunque con características totalmente diferentes.
- Poder de negociación de los proveedores y clientes: como proveedores de un servicio de alojamiento no tenemos competidores reales por nuestra situación geográfica y porque la posibilidad de un camping urbano actualmente es nula, por lo que tenemos un alto poder de negociación a la hora de fijar precios y condiciones, equilibrándolo evidentemente con los negocios similares que hay en la provincia, buscando siempre como ejemplo el de mayor ganancia. En cambio, como clientes de otras empresas, al ser nosotros una PYME el poder de negociación será más ajustado teniendo que atenernos a los precios fijados en la mayoría de casos.

4.6. Análisis interno.

- Recursos tangibles. Actualmente contamos con una parcela que posee un edificio central una piscina y una arboleda, sin división horizontal en la carretera de la Circunvalación nº1 (Jaén) con unos 6724m². Es un recurso tangible que se convertirá en un activo físico de valor incrementado tras las reformas.

Estas reformas se concretarán en:

- Reconstrucción del edificio para adecuarlo a las necesidades actuales y realizar un impluvium en el patio interior.
 - Fale samoano para hacer ejercicios de yoga y otras actividades.
 - Construcción de 4 minicasas.
 - Suministros de electricidad y agua a las parcelas de autocaravanas y de acampada.
 - Sumideros para echar las aguas grises y negras de las caravanas y una zona de limpieza para las mismas.
 - Ampliación de la piscina y techado.
- Recursos intangibles: conocimientos en el sector turístico gracias al Grado en Turismo que estudio en la Universidad de Jaén. Además de la experiencia y conocimiento de una red de contactos que incluye a profesores, funcionarios del Estado y autoridades políticas a nivel Provincial.
- Evaluación de los recursos y capacidades: Estableceremos esto basándonos en los dos criterios que definen el valor real tanto de los recursos como de las capacidades y que son:
- La escasez: En este caso es un factor que juega a nuestro favor pues nuestro proyecto de Glamping es genuino en la provincia, tanto por su categoría como por la disposición sostenible de éste.
 - La relevancia: Otro factor que para nuestros clientes se traduce en las características que nos colocarán en la lista preferente frente a otros alojamientos y que poseemos en abundancia tales como la sostenibilidad (muy cotizada por los clientes), el precio (el más competitivo del sector en toda Andalucía), la calidad del servicio y posibilidad de servicios complementarios únicos en un glamping, como el caso del ecohuerto, clases de yoga o piscina climatizada.

Una vez detallados estos puntos, debemos mostrar las características que posibilitan que nuestros recursos y capacidades mantengan su ventaja competitiva a largo plazo. Estas son:

- Durabilidad: esta condición la obtenemos al ser pioneros y generar la fama en la provincia, que asegure nuestra estabilidad en el sector, por otro lado, también la

sustentamos en la red de contactos influyentes y en la experiencia previa que obtenemos precisamente por ser los primeros.

- Inimitabilidad: una condición que evidentemente no poseemos, pero que en calidad y competitividad no será fácil de replicar.
 - Insustituibilidad: Ningún negocio tiene esta característica de forma permanente y no íbamos a ser más, pero al tratarse de un tipo de negocio reciente, es poco probable que sea sustituido en la capital de Jaén.
 - Apropiabilidad: Evidentemente las ganancias generadas por nuestra empresa, una vez desglosados los gastos y salarios de los trabajadores, nos corresponderá el 80% mientras que el 20% de este resto, es apropiado por el propietario del terreno, el cual nos lo cede a cambio de ese margen de beneficios.
- Activos financieros: A través de crowdfunding, en el que se obtendrá una cantidad de dinero a cambio de una noche en una minicasa para dos personas, aunque se darán diferentes premios dependiendo de lo que donen. Esto se realizará a través de la plataforma Verkami que se especializa en proyectos creativos.

Contaremos con un Business Angel que nos ayudará económicamente, poniendo a nuestro servicio su experiencia y dando buenas referencias del proyecto a su círculo de contactos.

Capital proveniente de las tres F (Friends, Family and Fools) que donarán una cantidad de dinero a fondo perdido.

Un círculo de Sponsors, en el que los pequeños y medianos locales de la provincia nos aportan una cantidad de dinero que puedan permitirse o bien donan bienes útiles para la empresa, a cambio de que realicemos publicidad de sus negocios, con nuestros clientes y bienes. Por ejemplo, logos y pegatinas en nuestros coches, o colocar folletos y trípticos en la recepción del Glamping e incluso recomendaciones personales a clientes.

4.7. Análisis DAFO, incluyendo estrategias de actuación a partir de las conclusiones de la matriz.

Tabla 1.- Análisis DAFO.

ANÁLISIS DAFO	
DEBILIDADES	FORTALEZAS
Temperaturas extremas en invierno	Sumidero de vaciado de aguas residuales de los depósitos de autocaravanas
Falta de experiencia en el sector	Zona de limpieza para autocaravanas
Escasez de recursos financieros	Fale samoano y piscina cubierta
Ausencia de reconocimiento actual	Eco huerto
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
(principales)	Somos pioneros en este tipo de Glamping en la provincia
Los campings existentes en localidades de la provincia	Zona de autocaravanas con todos los servicios complementarios
(secundarias)	Amplia diversidad de alojamientos adaptables a diferentes presupuestos y distintas necesidades.
Otros tipos de alojamientos en la ciudad	Crisis ocasionada por el Covid-19 (que creará necesidades más asequibles en el turista medio.)

Fuente: Elaboración propia.

5. PLAN DE MARKETING.

Los contenidos del plan de marketing deben abordarse en dos grandes bloques:

5.1. Marketing estratégico: Ventaja competitiva, objetivos de mercado y ventas, perfil de los clientes (segmentación) y posicionamiento en el mercado.

- Descripción del producto: En esta empresa ofrecemos principalmente un servicio de alojamientos en minicasas, y tenemos habilitada una zona de parcelas destinada a acampada con tiendas, así como otra zona habilitada para estacionamiento y pernocta de autocaravanas; en todas las opciones anteriores, enchufes para electricidad y agua corriente y se incluyen también otros servicios complementarios como lo son: restaurante, piscina climatizada, Fale samoano para clases de yoga, zona de parking y otros servicios a concretar según el tipo de reserva de entre las disponibles (facilidades de reservas y descuentos en rutas turísticas con Cláritas Turismo o de turismo activo con AktivJaén).

- Necesidades cubiertas por nuestro producto: La necesidad de un camping en Jaén Capital que no ha habido en más de 40 años.

La necesidad de una zona de estacionamiento y pernocta de autocaravanas, que además incluye servicios de limpieza exterior y vaciado de aguas grises y negras, así como de otros residuos.

La necesidad de un espacio abierto, en plena naturaleza adaptado para ejercicios espirituales como el Yoga o Chi kung...

- Características diferenciales:

Ventajas competitivas:

- **Ubicación:** La ubicación nos ofrece un excelente posicionamiento geográfico en el punto exacto donde convergen la naturaleza y la zona urbana, con un acceso muy sencillo por la Carretera Circunvalación, ideal para quienes desean vivir una experiencia de camping sin conducir horas a través de carreteras poco transitables como las de una Sierra.
- **La gran cercanía:** con comercios, farmacias y otros servicios como los Centros Sanitarios, por lo que el cliente cuenta con mucha seguridad y con la posibilidad de adquirir cualquier producto que haya olvidado sin tener que desplazarse grandes distancias.
- **La innovación Eco-Tech:** nuestras instalaciones son completamente nuevas y emplean tecnología ecológica, tanto para obtener energía (placas solares) que luego se emplearán en procesos de luz, calefactado etc, como para gestionar residuos (WCs químicos con incineración) protegiendo así el medio todo lo posible del impacto ambiental.

Además, una gran accesibilidad, los turistas que se alojen en el camping podrán disfrutar de monumentos turísticos, como el Castillo de Santa Catalina, al que podrán acceder tanto en coche, como andando, ya que el terreno está justo al principio de una ruta de senderismo en el Cerro de Santa Catalina. Para disfrutar del resto de monumentos podrán ir caminando por los callejones tan característicos de Jaén, con sus cuevas y escalones, o bien, ir en coche y aparcar en algún parking del centro, para poder disfrutar de la Catedral de Jaén, los Baños Árabes, el barrio de La Magdalena, etc. Aunque si no disponen de coche o no quieren moverlo, pueden coger el autobús urbano, con la línea 9 que pasa por la Carretera Circunvalación y pasa por el centro de Jaén.

-Servicios Principales: Instalaremos un complejo de minicasas, que son alojamientos de tipo vivienda, pero de tamaño muy compacto (medidas de autocaravanas de lujo), en las que el cliente cuenta con todo lo indispensable de las comodidades de un apartamento. Nos diferenciará del resto de alojamientos empleando en ellas materiales respetuosos con el medio ambiente. Por ejemplo, los aseos en las minicasas no necesitarán de instalación de cañerías por tratarse de WCs químicos con incineración de residuos, ya que son los más respetuosos con el medio ambiente y elimina los costes de tratamiento de residuos.

Dispondremos de una zona de parcelas para alojarse en tiendas de campaña.

Un parking de pernocta de Caravanas y Autocaravanas, con servicio de limpieza interior y exterior además de vaciado de aguas grises y negras.

También contaremos con la restauración del edificio que ya existe en el terreno, que será utilizado para la construcción de un restaurante y de unas instalaciones necesarias para el tipo de alojamiento, como: aseos, duchas, taquillas donde dejar los objetos personales y algunas habitaciones que se podrán utilizar como despachos, almacenes o lavandería.

-Servicios complementarios: El terreno cuenta con una piscina que será reformada y a la que se le adaptará una cubierta para poder ser utilizada durante todo el año, con sistema de calefactado mediante placas solares. Además, será accesible a todos los públicos durante los meses de temporada baja, previo pago de un abono.

Contaremos con un restaurante en el interior del edificio que existe actualmente en el terreno y que será reformado.

También dispondremos de una estructura techada (Fale samoano) para impartir talleres de yoga, tanto a clientes alojados como a los abonados, que no lo estén.

Además, dispondremos de un Ecohuerto, donde nuestros clientes podrán aprender y realizar actividades ecológicas relacionadas con su cultivo y cuidado, y aprender sobre las bases de esta ancestral disciplina, además de probar en el restaurante algunas piezas recolectadas en él. Este servicio también se ofrecerá gratuitamente a los colegios, para dar así un servicio comunitario que dará más vida a la empresa y (servirá como reclamo publicitario).

Servicio de lavandería y planchado para los alojados que lo necesiten, ya sean campistas, clientes de autocaravanas o en minicasas.

Objetivos de mercado y ventas:

La previsión de ventas, en este caso es directamente proporcional al número de clientes que se alojen en nuestras instalaciones, debido a la incorporación de la empresa a la actividad posteriormente a este estudio no tenemos valores objetivos de las ventas realizadas con anterioridad. Pero sí podemos estimar unos resultados, que se desarrollarán más adelante en el apartado “Previsión de ventas”, gracias al estudio de las distintas empresas del sector que se han ido realizando durante este trabajo.

Perfil de clientes (segmentación): El perfil de nuestros clientes abarca prácticamente todas las edades, y los clasificaremos de la siguiente forma:

- Zona de acampada: apta para familias, grupos de amigos y parejas de todas las edades, los menores de edad deberán estar acompañados por padres o profesores en caso de excursiones. Este alojamiento es para aquellos que quieren vivir una experiencia más directa con la naturaleza, que son más atrevidos y buscan un alojamiento más económico.
- Pernocta de caravanas: Zona disponible para aquellas familias, parejas o personas que viajan en sus caravanas y necesitan unas instalaciones como las que ofrecemos.
- Minicasas: dirigida a parejas que buscan actividades y un alojamiento diferente en la naturaleza con todo el confort y lujo que se puede ofrecer.

-Estrategia del producto: Para compensar la estacionalidad del turismo de acampada, debido a las bajas temperaturas de invierno, contamos con el servicio de alojamiento en

minicasas y la pernocta de autocaravanas, ya que estos tipos de turismo se estilan todo el año y ayudan a aumentar el margen de ganancias de forma constante con una baja inversión. Además, el espacio que ocupa la zona de acampada podrá ser utilizada con otro tipo de instalaciones con los que se hagan alguna colaboración, como tipis o simplemente por otras caravanas si el aforo está completo en la zona establecida para estas.

También el hecho de la climatización de la piscina, nos permite ofrecer este complemento durante todos los meses fríos, lo que nos aporta otra ventaja competitiva. Y así podemos testear de primera mano la viabilidad de las minicasas sin arriesgar toda la empresa a un solo servicio a la vez que nos permite una clientela más amplia.

Posicionamiento en el mercado: en un principio no contamos con ningún posicionamiento, pero iremos buscando nuestro lugar en el sector. Lo que sí tendremos desde un inicio será un logo con un color característico que represente a la empresa.

5.2. Marketing operativo: producto, precio, distribución y comunicación.

Producto: En esta empresa ofrecemos un servicio de alojamiento turístico sostenible de alta calidad, dividido en minicasas, zona de pernocta de autocaravanas y de acampada. Enfocado a reconectar al cliente con la naturaleza y con uno mismo, satisfaciendo así la necesidad de los clientes de descanso, revitalización y desintoxicación del estrés y de los hábitos de vida industrializados. Al mismo tiempo, reactivamos la economía local, fomentamos el empleo y contribuimos a la conservación del medio ambiente. Por otro lado, nuestro producto se verá incrementado en calidad y comodidad, gracias a ciertos servicios extra entre los que se incluyen: el restaurante, un servicio de lavandería (también para uso de los clientes), una zona de limpieza de autocaravanas y vaciado de aguas grises, una piscina climatizada, un Fale samoano para clases de yoga y un ecohuerto interactivo.

Precio: Nuestro interés está en ofrecer la mayor calidad posible al mejor precio, a continuación, se encuentran las tablas con los distintos precios.

Tabla 2.- Precio por persona según el alojamiento.

Alojamiento	Adultos	Niños (hasta 12 años)
-------------	---------	--------------------------

Minicasas	100€	-
Tiendas de campaña	5€	4€
Autocaravanas	6€	4€

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 3.- Precio de los servicios complementarios.

Alojamiento	Servicios complementarios (Luz/Nevera/Parking/Servicio limpieza/Lavandería)				
Minicasas	-	-	3€/día	-	6€/uso
Tiendas de campaña	3€/día	5€/día	3€/día	-	6€/uso
Autocaravanas	3€/día	5€/día	3€/día	6€/uso	6€/uso

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4.- Precio de actividades del Fale samoano.

Servicio	Capacidad máxima	Precio adultos	Precio niños
Taller Yoga	35	30€	15€
Talleres Chi kung	35	30€	15€
Clases Yoga	35	13€	8,50€
Clases Chi Kung	35	13€	8,50€

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5.- Precio servicio de restauración.

Restaurante	Capacidad máxima	Adultos	Niños
Desayuno (buffet)	80	5€	5€
Media pensión	80	20€	15€
Pensión	80	35€	30€

completa			
Menú individual	80	16€	9€

Fuente: Elaboración propia.

Distribución: Hay que tomar en cuenta que, al tratarse de un servicio de alojamientos, no podemos distribuir el producto físico, esto hace que debamos emplear los dos únicos medios que nos lo posibilitan. En primer lugar, la venta directa con el cliente, y en segundo lugar, la venta mediante reserva, basándonos en las webs oficiales disponibles en España y Europa tales como: Booking, CampingES+ (a nivel Nacional), YouCamp EU (a nivel internacional), YouCamp ES (a nivel Nacional), ASCIeurocamping.eu (app smartphone y tablet), CamperRouteros y Eurocamping.eu.

Para las minicasas también utilizaremos la aplicación My Different Place de alojamientos diferentes, por ejemplo, casas en árboles, glamping, etc.

Comunicación: En relación a la forma de dar a conocer nuestro producto incluimos las Webs y APP anteriormente citadas en “Distribución” además de anunciarnos a través de la Diputación Provincial de Jaén. Finalmente, vamos a optar por un método tradicional que llegue a los medios locales, como bien puede ser a través de la radio o bien a través de las cadenas autonómicas como bien puede ser Canal Sur, Onda Jaén, 9 La Loma o Diez TV.

5.3. Previsión de ventas: este apartado representa una estimación de las ventas en los tres primeros años de actividad de empresa, previo un estudio de mercado con diferentes empresas del sector.

Tabla 6.- Previsión de ventas en los distintos alojamientos.

Previsión de ventas en los distintos alojamientos			
Período anual		% temporada alta	% temporada baja
1º	minicasas	40	40
	autocaravanas	50	30
	acampada	45	Cerrado*

2º	minicasas	50	50
	autocaravanas	60	40
	acampada	60	Cerrado*
3º	minicasa	80	65
	autocaravana	65	60
	acampada	65	Cerrado*

*Durante los meses de invierno, las parcelas de acampada no se utilizarán por lo que podrán ser ocupadas por autocaravanas si el aforo de las parcelas está completo.

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 7.- Previsión de ventas en el restaurante.

Previsión de ventas restaurante		
Período anual	%	%
	temporada alta	temporada baja
1º	50%	50%
2º	65%	65%
3º	80%	80%

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 8.- Previsión de ventas en talleres y clases que se realizarán en el Fale samoano.

Previsión de ventas en talleres		
Período anual	%	%
	temporada alta	temporada baja
1º	50%	26%
2º	60%	32%
3º	75%	43%

Fuente: Elaboración propia.

6. PLAN DE OPERACIONES.

6.1. Descripción de los bienes y/o servicios desde una perspectiva de producción.

El servicio central es el alojamiento. Por otra parte, se ofrecen otros servicios complementarios como el restaurante, zona de limpieza de caravanas, una piscina climatizada, talleres de yoga y jacuzzi que harán que el cliente viva toda una experiencia de lujo.

6.2. Descripción de los procesos de elaboración/prestación de bienes y/o servicios.

El servicio se ofrecerá a través del alquiler de minicasas, una forma de alojarse en la naturaleza con todas las comodidades y lujo; por otra parte, estará el alquiler de terrenos para campistas y para autocaravanas.

6.3 La capacidad productiva:

En las tablas siguientes se desglosan el máximo número de personas que pueden alojarse o disfrutar de cada servicio, por tanto, representarían la capacidad pico.

Tabla 9.- Capacidad pico de personas alojadas.

Alojamiento	Dimensiones	Capacidad	Total máximo
4 minicasas	40m2 cada una	2 personas	8 personas
16 parcelas caravanas	50m2 cada parcela	Hasta 4 personas por caravana	Hasta 64 personas
20 parcelas de acampada	25m2 cada parcela	2 personas	40 personas

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 10.- Capacidad pico de personas que puedes acceder al resto de servicios.

Servicios complementarios	Dimensiones	Capacidad total
Restaurante	150m2	80 personas
Piscina	70m2	35 personas
Zona de limpieza de caravanas y desagües de	100m2	2 caravanas

aguas grises y negras		
Fale samoano	70m2	35 personas

Fuente: Elaboración propia.

6.4 Selección de la localización.

El glamping se ubica a los pies del cerro de Santa Catalina en Jaén, esta localización nos ofrece las características perfectas de naturaleza, con rutas de senderismo, y de ciudad ya que bajando un par de calles se encuentra la Catedral de Jaén y todos los demás sitios turísticos y de ocio que existen en la capital.

El terreno será alquilado por 2.000€ al mes, el alquiler será a largo plazo, entre 25 y 50 años. Este terreno mide unos 6.724m² que se dividirán de la siguiente manera, aproximadamente: zona de caravanas (900m²), zona de acampada (500 m²), zona de minicasas (700m²). El resto del terreno contiene el edificio con el restaurante y los baños, el Fale samoano, la piscina, el ecohuerto, parkings, etc.

6.5 Proveedores y Gestión de aprovisionamiento.

- Almacenes SERODYS, para el abastecimiento del restaurante.
- Viveros Luis Moreno-Centro de Jardinería y Ocio, para la compra de plantas y materiales de jardinería.
- Confecciones Fernando y Paco, una tienda local que nos abastecerá la compra de sábanas y otros productos de lencería.
- Mobiliario de segunda mano en tiendas locales, para así darle un segundo uso. Además de otras tiendas de muebles en Jaén para aquellos productos que tengan que ser realizados a medida.
- PC Componentes para la compra de material electrónico de oficina, como ordenadores, impresoras.
- Hostelería 10 para la compra de electrodomésticos del hogar y restaurante.
- Escandinava de electricidad, para el suministro de electricidad.
- Aqualia, para el abastecimiento de agua.
- Pepephone, para la instalación de Internet.
- Merkandi para abastecimiento de productos de limpieza personal y de instalaciones.

6.6 Aplicación de la Gestión de la calidad.

Las características que distinguen la calidad de nuestro servicio destacan por la atención al cliente que ofrecemos desde un primer instante, desde que el cliente hace el check-in con el mejor personal seleccionado y con conocimiento de idiomas, hasta que hace el check-out, pasando por el servicio de restaurante con una cocina típica de Andalucía, la comodidad de los aseos que están completamente equipados. Las actividades y talleres que se ofertan dentro del glamping y que se realizarán en el Fale samoano serán impartidos por profesionales.

Además, el glamping contará con wifi gratuito y asistencia sanitaria, gracias a la contratación de un técnico en emergencias por si ocurre cualquier imprevisto, añadiendo así más seguridad al cliente.

Por otra parte, en la zona de minicasas habrá un rincón privado para cada pareja que se aloje, donde podrán comer al exterior y disfrutar de la naturaleza en pleno centro de la ciudad. Con respecto a la zona de caravanas y acampada ambas tendrán toma de agua y luz. Además, la zona de acampada puede contar con material extra de alquiler para mejorar su estancia, por ejemplo: colchones para el interior de la tienda de campaña, mesas y sillas, etc. Y la zona de caravanas cuenta con el espacio de limpieza y el desagüe de aguas grises y negras.

Además, aplicaremos la Norma ISO 14000 relacionada con sistemas de gestión ambiental. Gracias a nuestras expectativas de diferenciarnos por tener construcciones más sostenibles y por ofrecer servicios respetuosos con el medio ambiente, implantar esta norma nos hará ganar más prestigio.

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

Tabla 11.- Inversión en el allanamiento del terreno.

Allanamiento y acondicionamiento de terrenos	
Espacio Fale samoano + Minicasas	800€
Área parcelas autocaravanas y acampada	1,400€
Instalación eléctrica y de fontanería	5.000€

(zona de autocaravanas y acampada)	
Cubos de basura con cobertizo	532,82
Total	7.732,82€

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 12.- Inversión en la reforma del edificio.

Inversión en la reforma del edificio	
Reforma del restaurante	
Reforma (159,37m²)	7.000€
Mobiliario de cocina y salón	23.000€
Aire acondicionado	1.765€
Total	31.765€
Construcción de Baños Interiores	
Inodoro compacto tanque bajo the gap Roca	191,92/ud (x10)
Soporte barra apoyo discapacitados	54€
Habitáculos de inodoro con puerta de caña	190€/ud (x10)
Instalación fontanería y saneamiento	3.000€
Instalación electricidad	1.200€
Mano de obra (albañilería)	2.000€
Total	10.073,2€
Lavandería	
Lavadora industrial Primer LS T Alta Velocidad (10-25Kg)	4.368€
Secadora industrial Primer Basic Industrial DL (12-26kg)	2.548€
Lavadora 9 kg Hisense A+++ WFHV9014 de (8kg)	269€
Estación de planchado, PS 100/18 - Producción (15 kg/h)	2.104€

Total	9.289€
Duchas 1º planta hombres (en el edificio central)	
5 duchas	300€/ud
3 lavabos con espejos	259€/ud
Aire acondicionado	380€
Total	2.657€
Duchas 2º planta mujeres (en el edificio central)	
5 duchas	300€/ud
Máquina de moldes para bloques de adobe	2800
3 lavabos con espejos	259€/ud
Aire acondicionado	380€
Total	5.457€
Despachos	
Mesa Linnmon/Alex ikea (200x60cm)	175€
Silla remberget, giratoria bomstard negro	49€
Aire acondicionado	280€
Portátil MSi	1.070,67
Total	1.574,67€
IMPLUVIUM	
Excavación del vaso	200€
Revestimiento	2.200€
Peces variados para estanque	500
Oxigenador (400l xh)	35,83€
Termómetro acuario	2€ ud/ (x5)
Termómetro y regulador del PH	25€
Total	2.970€
Recepción	
Mostrador y silla	1.205€
Ordenador iMAC 27 pulgadas	2.599€

Total	3.804€
Total inversión en la reforma del edificio: 67.587,66€	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13.- Inversión en la reforma de la piscina.

Reforma de la piscina	
Excavación y reformación del vaso	200€
Construcción de escalera de obra	350€
Revestimiento y cimentación	3.800€
Climatización (techo placa solar)+ con cubierta	10.000€
Total	14.350€

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 14.- Inversión en la construcción del Fale samoano.

Construcción del Fale samoano	
Materiales	2.000€
Mano de obra	1.500€
Total	3.500€

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 15.- Inversión en la construcción de los baños exteriores (junto al Fale samoano)

Construcción de Baños exteriores	
Inodoro compacto tanque bajo the gap Roca	191,92/ud (x4)
Soporte barra apoyo discapacitados	54€
Habitáculos de inodoro con puerta de caña	190€/ud (x4)
Instalación fontanería y saneamiento	3.000€
Instalación electricidad	1.200€
Mano de obra (albañilería)	2.000€
Total	7.021,68€

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 16.- Inversión en la instalación de la zona de limpieza y desagüe de autocaravanas

Instalación zona de limpieza y desagüe de autocaravanas	
Desagüe + superficie habilitada	2.800€
Bornes Euro-Riláis modelo junior poliéster para 2 vehículos con toma de electricidad	3.223€
Total	6.023€

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 17.- Inversión en la construcción de las minicasas.

Fabricación de Minicasas	
Vigas y listones de madera (ventanas, embellecedores y estructura)	34€/ud (x8)
Recubrimiento de yeso	300
Suelos y embellecimientos de yeso y estuco	1400
Lencería y mobiliario	4000
Climatización	380
Decoración	2000
Total fabricación 4 minicasas: 33.416€	

Fuente: Elaboración propia.

El total de la inversión para la reforma y construcción de las estancias del glamping es:
114.097,99€

Tabla 18.- Costes variables

Costes Variables	
Agua	450€/mes
Electricidad (tarifa 3.0 baja tensión + 15kw)	500€/mes
Internet	48'90€/mes

Fuente: Elaboración propia.

El total mensual que corresponde a estos costes es: **998,9€/mes**

Por último, para llevar a cabo la Norma ISO 14000 invertiremos **1.210€** a través de Innova XXI.

7.- ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS.

Deben analizarse los siguientes apartados:

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

La empresa estará estructurada con un enfoque funcional, en el que los departamentos estarán divididos en cuatro áreas funcionales diferenciadas: El departamento de restauración, el departamento de alojamiento, el departamento de marketing y contabilidad y el departamento de actividades.

Así podremos tener mayor comunicación y control de todos los departamentos de la empresa que están muy diferenciadas, delegando el control a personal cualificado para cada uno de estos departamentos.

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

- Personal del servicio de alojamiento:

2 recepcionistas: encargados de hacer el check-in y el check-out, responder al teléfono, y hacer recuento de las reservas.

2 personas de servicio de limpieza: para habitaciones y lugares comunes, como baños y restaurante.

- Personal del restaurante:

Jefe de cocina: responsable del cocinero a sus órdenes, encargado de componer las cartas, elaborar las comidas con la calidad y el tiempo estimados, encargado de comprar existencias de cocina.

Cocinero extra para fines de semana: seguirá las órdenes del jefe de cocina y ayudará a la preparación de los platos además de limpiar la cocina.

Jefe de comedor: planificar y organizar las tareas, supervisión de las bebidas, recepción de los clientes y toma de comanda.

Camarero extra los fines de semana: encargado de llevar los platos terminados a los clientes, limpiar las mesas, entregar facturas, etc.

- Personal del servicio de actividades: 1

Profesor de yoga que además será el encargado de buscar actividades para hacer en el Fale samoano.

- Personal de marketing y administración:

Experto en contabilidad de empresa: hacer balances de beneficios y pérdidas, realizar un análisis de viabilidad económica de las nuevas propuestas, optimización de los recursos materiales y de personal, buscar alternativas para abaratar costes y sondeo periódico del mercado.

Experto en publicidad y marketing: se encargará de llevar la web de la empresa y dar a conocer todas las actividades que se vayan organizando, además de cerrar acuerdos con plataformas virtuales y realizar nuevos planes de marketing para garantizar una imagen actualizada de la empresa.

7.3. Representación del organigrama.



7.4. Descripción de la política de recursos humanos (reclutamiento, selección, formación, motivación, etc.).

El proceso de reclutamiento que se llevará cabo es el externo debido a las ventajas que tiene. La idea sería contratar con personas que ya han trabajado en el sector con

anterioridad, dentro del círculo familiar y conocidos que tengan los propios promotores, para ahorrar en costes de recursos humanos, como podrían ser las aplicaciones de ofertas de trabajo.

En cuanto al proceso de selección que vamos a llevar a cabo es el siguiente:

En un primer lugar, se va a realizar una preselección por CV, de los candidatos que se presenten y de los que estudiaremos los valores más representativos para cada puesto.

A continuación, procederemos a realizar la entrevista de trabajo. Donde se explicarán los aspectos más importantes de su puesto de trabajo, y donde se corroborarán las aptitudes, mediante una visita por el terreno y las instalaciones de la empresa.

Una vez finalizada la entrevista, procederemos a recabar toda la información obtenida y seleccionar al candidato más idóneo.

procederemos a contrastar toda la información obtenida a través de la obtención de referencias. Con ello, aseguramos que el perfil del candidato que buscamos es el adecuado y cumple con todos aquellos requisitos especificados previamente.

Por último, llevaremos a cabo la decisión definitiva sobre cada candidato. Teniendo en cuenta las fases anteriores, se tomará la decisión adecuada que mejor se adapte a las necesidades de la empresa.

La formación extra que se dará a cada empleado será diferente según el puesto, por ejemplo, para el o la que ocupe el puesto de recepcionista deberá tener un previo conocimiento en idiomas y en el funcionamiento de una página de hostelería para el listado de reservas, en el caso de que conozca otra página diferente, se le dará la formación necesaria para que pueda llevar el trabajo a cabo correctamente. Por lo que cada formación dependerá del puesto de trabajo y se adaptará a sus necesidades.

Por último, la motivación también está incluida en la política de recursos humanos, con esta conseguimos dar más importancia a cada trabajador, para ello, se harán reuniones semanales para saber cómo se trabaja en cada departamento, hacer un estudio de posibles contrataciones para facilitar el trabajo y ofrecer así una mayor calidad en el servicio. Además, se hará una bonificación por antigüedad en la empresa cada 5 años, con la condición de que la empresa pueda acarrear los gastos, por lo que su sueldo se vería incrementado. También es muy importante el tiempo libre y las vacaciones que se ofrecerán a los empleados ya que con ellos consiguen un mejor rendimiento.

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

Tabla 19.- Gastos mensuales de personal en el departamento de restauración.

Departamento de restauración	Tipo contrato	Salario mensual neto
Jefe de cocina:	Indefinido (nivel salarial I)	1.208€
Maitre	Indefinido (nivel salarial I)	1.200€
Pinche de Cocina	Eventual (nivel salarial IV)	896€
Camarero Adjunto	Eventual (nivel salarial III)	928€

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 20.- Gastos mensuales de personal en el departamento de alojamiento.

Departamento de Alojamiento	Tipo de contrato	Salario mensual neto
2 recepcionistas	Indefinido (nivel salarial III)	928€
2 limpiadores	Indefinido (nivel salarial IV)	896€

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 21.- Gastos mensuales de personal en el departamento de marketing y contabilidad.

Departamento de Marketing y Contabilidad	Tipo de contrato	Salario mensual neto
1 administrativo	Indefinido (nivel salarial III)	928€
1 técnico en Marketing (comercial)	Contrato por obra y servicios (nivel salarial III)	928€ / 9,53€ la Hora

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 22.- Gastos mensuales de personal en el departamento de actividades.

Departamento de actividades	Tipo de contrato	Salario mensual neto
Un encargado de actividades	Indefinido (nivel salarial IV)	900€

Fuente: Elaboración propia.

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

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

De las formas jurídicas que más se utilizan habitualmente, la única que se podría considerar es: Sociedad Anónima (S.A).

Esta forma permite tener 2 o más socios, el capital social mínimo es de 60.000€, la responsabilidad es limitada según lo aportado ya sea en dineraria o en derechos o bienes como el terreno, por ejemplo. Y el impuesto de sociedades que corresponde a la fiscalidad.

Otras opciones serían: la sociedad comanditaria simple o por acciones.

La primera consta de dos tipos de socios, los colectivos y los comanditarios. Los socios colectivos participan en la gestión de la empresa, mientras que los segundo solo tienen responsabilidad del capital aportado.

La segunda se diferencia de la anterior en que la responsabilidad de los socios comanditarios se representa en acciones y, como en la S.A, el capital social no podrá ser inferior a 60.000€ y al menos el 25% debe estar desembolsado en el momento de la construcción.

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

Debido a las inversiones que se requieren en el terreno y edificaciones, el capital a aportar por los socios debe poder ser alta, mayor de 60.000€.

Por otra parte, es muy importante el número de socios que pueden formar parte de la empresa.

8.3. Selección justificada de una forma jurídica concreta.

La forma jurídica seleccionada es la Sociedad Anónima, ponerla en marcha dependerá de la escritura pública que se realiza y posteriormente de su inscripción en el Registro Mercantil. El nombre de la empresa siempre deberá llevar añadida la abreviatura S. A.

La cantidad mínima del capital social (60.000€) es la más idónea para este proyecto puesto que no limita el máximo de capital, ni el número de socios que puede haber.

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

En primer lugar, se desarrollarán los pasos que hay que llevar a cabo para formar la sociedad de la empresa.

- Solicitud de la certificación negativa de nombre o razón social. Consiste en la obtención de un certificado para asegurar que la denominación social elegida no coincide con una ya existente. Y contiene la abreviación necesaria para el tipo de sociedad escogida.
- Escritura de la constitución de la empresa. Documento que contiene la constitución de la empresa y las relaciones laborales que se desarrollaran en la misma. Se procederá a la elaboración de los estatutos firmados ante notario, además de presentar la certificación negativa de la razón social y la acreditación bancaria del capital que ha aportado cada socio.
- Solicitud del número de identificación fiscal (NIF). Para conseguirlo hay que presentar el Modelo 036 firmado por los socios, una copia simple de la escritura de constitución y una fotocopia de los DNI de los socios.
- Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentales (ITPAJD). Será necesario pagar este impuesto ya que se trata de una nueva empresa.
- Inscripción en el Registro Mercantil.

En segundo lugar, para la puesta en marcha de esta empresa, necesitaremos adquirir el permiso de obras con el Ayuntamiento de Jaén.

- Elaborar los proyectos técnicos de infraestructuras, tanto de caravanas, minicasas, bar/restaurante y baños, donde un perito o asesoría certifiquen que cada uno cumple los requisitos para hacer su función.
- Un informe (APPCC) de análisis de Autocontrol Peligros y Puntos de Control Críticos, un procedimiento preventivo de los peligros, para asegurar las medidas correctoras y la cadena alimentaria del bar entre otras. Y un permiso sanitario con un registro sanitario periódico.

Y en último lugar, una licencia de apertura de la actividad, donde el Ayuntamiento certifica que se puede abrir el negocio. Para ello, cuando se vaya a iniciar el comienzo de actividad debemos tener los siguientes documentos realizados.

- Declaración censal y alta en el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE). Se deberá realizar antes del inicio de la actividad de la empresa y darse de alta en las actividades económicas.
- Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos de la Seguridad Social. Se deberá presentar el modelo TA 521 en la Tesorería General de la Seguridad Social.
- Inscripción de la empresa en la Seguridad Social. Para aquellos trabajadores de la empresa.
- Alta de trabajadores en el Régimen General de la Seguridad Social. Para aquellos trabajadores de la empresa.
- Comunicación de apertura de centro de trabajo. Deberá entregarse en la Dirección General de Trabajo
- Licencias municipales y trámites autonómicos. Se tendrá que entregar la licencia de actividad en el ayuntamiento.
- Adquisición y sellado del libro de visitas. Éste se conservará en la empresa por un período de cinco años a partir de la última anotación, se realizará de forma electrónica.
- Obtención del NIF definitivo. Para su obtención será necesario entregar el modelo 036, la fotocopia de los DNI, la copia de la escritura de constitución y el NIF provisional.
- Inscripción en el registro de Actividades con el modelo de Declaración responsable de ejercicio de actividad de la Junta de Andalucía. Y tener un libro de reclamaciones, obligatorio para todos los establecimientos.
- Inscripción en el Registro de la Propiedad Inmobiliaria. Al realizar la adquisición de un bien inmueble deberemos proceder a su registro.

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

Dentro de esta área se realizarán los siguientes gastos:

- Licencia de Apertura de Actividad: 1.161€

- Permiso de Obras: 400€
- Inscripción en el Registro Mercantil: 800€

9.- PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO.

9.1. Determinación de la estructura económica del proyecto.

Tabla 23.- Ingresos estimados del proyecto en los 3 primeros años.

Servicio	Máxima producción	Aforo	precio	Ingresos Año 1	Ingresos Año 2	Ingresos Año 3
Restaurante	240 platos/día	80 personas máximo	Comida/cena 15€ Desayuno 5€	(50%) 432.000€	(65%) 561.600€	(90%) 777.600€
Minicasas	—	8 personas máximo	100€/persona	(40%) 115.200€	(50%) 144.000€	(60%) 172.800€
Acampada (mayo-septiembre)	—	40 alojados/día Máximo	11€/día (con luz +parking)	(45%) 29.700€	(60%) 39.600€	(65%) 42.900€
Autocaravanas T. Alta (mayo-septiembre)	—	48 Promedio de 3 pers/caravana	9€/persona (con luz) + 12€ cada 3 días (cambio de aguas + lavandería)	(50%) 32.400€ + 4.600€ = 43.920€	(60%) 38.880€ + 5.760€ = 52.704€	(65%) 42.120€ + 6.240€ = 57.096€
Autocaravanas T. Baja (octubre-abril)	—	48	9€/ persona con luz) + 12€ cada 3 días (limpieza caravana + lavandería)	(30%) 27.216€ + 4.032€ = 31.248€	(40%) 36.288€ + 5.376€ = 41.664€	(60%) 54.432€ + 8.064€ = 62.496€
Talleres y clases de yoga	2 talleres o clases a la semana	35	13€/persona	(50%) 10.237,5€	(60%) 12.285€	(75%) 15.356,25€

T. Alta						
Talleres y clases de yoga	2 talleres o clases a la semana	35	13€/persona	(26%) 7.452,9€	(32%) 9.172,7€	(43%) 12.325,95€
T. Baja						
Beneficio total bruto				669.758,4€	861.025,7€	1.140.574,2€

Fuente: Elaboración propia

Tabla 24.- Gastos e inversiones de la empresa.

Inversión de la obra y mobiliario				
Producto		Precio final		
Obras y mobiliario		114.097,99€		
Otros Gastos				
Producto		Precio/ mes		Total anual
Agua		450€		5.400€
Luz		500€		6.000€
Internet		48,90€		586€
Aprovisionamiento de Productos de limpieza		300€		3.600€
Mantenimiento de Piscina		20€		240€
Aprovisionamiento comida		Año 1	Año 2	Año 3
Gasto mensual		10.800€	14.040€	19.440€
Gasto anual		129.600€	168.480€	233.280€
Seguros Sociales		Precio/mes		Total Anual
Seguro de responsabilidad civil		900€		10.800€
Seguro de accidentes en hostelería		16,66€		200€
Gastos de sueldos y salarios				
	Año 1	Año 2	Año 3	
Sueldos y salarios	113.936€	113.936€	113.936€	
Seguridad Social	32.724,02€	32.724,02€	32.724,02€	

Coste de tramitación y puesta en marcha	
Certificado de calidad	1.210€
Licencia de apertura	1.161€
Licencia de obras	400€
Inscripción en el Registro Mercantil	800€

Fuente: Elaboración propia.

9.2. Establecimiento de la estructura financiera del proyecto.

Según los gastos y costes que se realizan el primer año (Tabla 25) el capital inicial de la empresa debe ser 193.440,17€.

Tabla 25.- Cálculo del capital inicial para la empresa.

Gastos mensuales	1 mes	3 meses	12 meses
Sueldos y salarios	9.494,6€	28.483,8€	113.936€
Seguridad social	2.727€	8.181€	32.724,02€
Proveedores	11.120€	33.360€	133.440€
Suministros	998,9€	2.996,7€	11.986,8€
Primas de seguros	916,66€	2.749,98€	11.000€
Total	25.257,06€	75.771,18€	303.084,72€
Inversión inicial			
Construcción y obras + materiales y decoración	114.097,99€	Total CAPITAL INICIAL = 193.440,17€	
Coste de tramitación y puesta en marcha	3.571€		
Total	117.668,99€		

Fuente: Elaboración propia.

Para el capital inicial que necesita la empresa, que son 193.440,17€ destinados a la reforma del terreno y las instalaciones, así como la construcción de las minicasas, etc. y los gastos del primer trimestre de la empresa. Ésta contará con la siguiente estructura financiera:

- 75.771,18€ que nos concederá Diputación de Jaén, con la subvención para proyector de inversión intensivos en la creación de empleo, en el Marco del Plan de Empleo en la provincia de Jaén.
- 40.000€ que invertirá Francisco Zaragoza López, quien será nuestro Business Angels. Este dinero será devuelto en diferentes fracciones de tiempo, dependiendo de los beneficios obtenidos, más un porcentaje extra del 5% de los beneficios 5 años después de haber pagado la deuda con él.
- 15.000€ que invertirá Susana Carrascosa Hidalgo, la propulsora del proyecto, un capital a fondo perdido.
- 15.000€ que invertirá Jesús Aguilar López a fondo perdido.
- 10.000€ que invertirán María del Mar Hidalgo Velasco y José Antonio Carrascosa Hidalgo a fondo perdido.
- 10.000€ que invertirán la familia López a fondo perdido.
- 20.000€ que se conseguirán a través de crowdfunding, una elección en la que la comunidad familiar y de amigos podrá donar una cantidad de dinero estimada, por ejemplo 200€ como mínimo y conseguir una noche en una minicasa, esto servirá posteriormente para dar publicidad y que cuenten su experiencia en el camping. Podría servir como una compra por adelantado para ayudar a terminar la construcción de las minicasas.
- 6.000€ de la solicitud de la subvención INNOVA 6000.
- 8.000€ del círculo de sponsors con el que contaremos además para dar comienzo a la empresa. Éstos tendrán la publicidad acordada en los trípticos y los roll-up que haya el día de la inauguración, que es donde se invertirá parte de este dinero, con una fiesta donde puedan acudir cada uno de estos sponsors

Por otro lado, con respecto al terreno que tiene un valor de unos 6.000.000€ será cedido por el dueño a cambio de un 20% de los beneficios anuales. Este valor del terreno es una estimación objetiva basada en el precio de venta de otro terreno de la zona.

9.3. Elaboración de los estados financieros previsionales, tomando como referencia los apartados anteriores del plan financiero y las precisiones de ventas del apartado de marketing.

En primer lugar, se darán los datos de la previsión de tesorería en el año 1 de actividad de la empresa, a continuación, se realizará el balance inicial y final, y por último la cuenta de pérdidas y ganancias de este periodo.

En segundo lugar, se pondrán la previsión de tesorería en el año 2, el balance final y la cuenta de pérdidas y ganancias del periodo.

Y finalmente, las mismas cuentas para los valores que correspondan al año 3.

Tabla 26.- Previsión de tesorería del año 1.

Previsión de tesorería Año 1												
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1. Saldo inicial	85.673,18 €	104.588,76 €	126.137,90 €	144.048,46 €	169.601,82 €	203.439,88 €	258.157,94 €	312.876,00 €	367.594,06 €	401.432,12 €	413.087,70 €	424.743 €
Cobros												
Ventas de alojamiento	12.444 €	12.444 €	12.444 €	14.064 €	24.324,00 €	30.084,00 €	30.084,00 €	30.084,00 €	24.324,00 €	10.224 €	10.224 €	10.224 €
Otros servicios	29.864,70 €	29.864,70 €	29.864,70 €	38.047,50 €	38.047,50 €	59.648 €	59.648 €	59.648 €	38.047,50 €	22.664,70 €	22.664,70 €	22.664,70 €
Total cobros	42.309 €	42.309 €	42.309 €	52.112 €	62.372 €	89.732 €	89.732 €	89.732 €	62.372 €	32.889 €	32.889 €	32.889 €
Pagos												
Proveedores	8.960 €	8.960 €	8.960 €	11.120 €	11.120 €	17.600 €	17.600 €	17.600 €	11.120 €	6.800 €	6.800 €	6.800 €
Suministros	998,90 €	998,90 €	998,90 €	998,90 €	998,90 €	998,90 €	998,90 €	998,90 €	998,90 €	998,90 €	998,90 €	998,90 €
Sueldos y salarios	7.884 €	7.884 €	8.812 €	8.812 €	10.636 €	10.636 €	10.636 €	10.636 €	10.636 €	7.884 €	7.884 €	7.884 €
Seguridad Social	2.633,56 €	2.633,56 €	2.710,58 €	2.710,58 €	2.861,88 €	2.861,88 €	2.861,88 €	2.861,88 €	2.861,88 €	2.633,56 €	2.633,56 €	2.633,56 €
Primas de Seguros	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €
Arrendamiento	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €
Total pagos	23.393 €	20.760 €	24.398 €	26.558 €	28.533 €	35.013 €	35.013 €	35.013 €	28.533 €	21.233 €	21.233 €	21.233 €
2. Saldo neto caja	18.916 €	21.549 €	17.911 €	25.553 €	33.838 €	54.718 €	54.718 €	54.718 €	33.838 €	11.656 €	11.656 €	11.656 €
3. Saldo final Caja	104.588,76 €	126.137,90 €	144.048,46 €	169.601,82 €	203.439,88 €	258.157,94 €	312.876,00 €	367.594,06 €	401.432,12 €	413.087,70 €	424.743 €	432.868 €

Fuente: Elaboración propia.

A esta previsión de tesorería hay que restarle 20.000€ del crowdfunding ya que los servicios se habrán ido dando a lo largo del año. Por tanto, el Saldo final de caja sería 412.868€ para el año 1.

Tabla 27.- Balance inicial del año 1.

Balance inicial Año 1			
ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
Activo no corriente		Patrimonio Neto	
(211) Construcción	47.427,23€	(100) Capital social	90.000€
(216) Mobiliario	66.670,76€	(130) Subvención oficial de capital	81.771,17€
		(132) Otras subvenciones, donaciones y legados	8.000€
Activo Corriente		Pasivo corriente	
(570) Caja	85.673,18€	(400) Proveedores	8.960€
(300) Mercaderías	8.960€		
		Pasivo no corriente	
		(181) Anticipos recibidos por ventas o prestaciones de servicio a largo plazo	20.000€
TOTAL ACTIVO = 208.731,17€		TOTAL PASIVO = 208.731,17€	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 28.- Balance final año 1.

Balance final Año 1			
ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO	
Activo no corriente		Patrimonio Neto	
(211) Construcción	47.427,23€	(100) Capital social	90.000€
(216) Mobiliario	66.670,76€	(130) Subvención oficial de capital	81.771,17€
(281) Amortización acumulada del inmovilizado	(7.615,38€)	(132) Otras subvenciones, donaciones y	8.000€

material		legados	
		Beneficios	295.116,13€
Activo Corriente		Pasivo corriente	
(570) Caja	412.868€	(4752) Hacienda Pública, acreedora por impuesto sobre sociedades	52.079,31€
TOTAL ACTIVO = 526.966,61€		TOTAL PASIVO = 526.966,61€	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 29.- Cuentas de pérdidas y ganancias

Tabla de pérdidas y ganancias

Concepto	Año 1	Año 2	Año 3
<i>Ventas netas</i>	670.741,2 €	861.026 €	930.112 €
<i>Costes</i>	323.545,76 €	323.549 €	350.000 €
<i>Total Bruto</i>	347.545,76 €	537.477 €	580.112 €
<i>Impuestos (15%)</i>	52.079,31 €	80.621 €	87.016,8 €
<i>Beneficio Neto</i>	295.116,13 €	456.856 €	493.095 €

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 30.- Previsión de tesorería año 2.

Previsión de Tesorería Año 2												
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1. Saldo inicial	360.789,00 €	375.872,18 €	390.955,36 €	402.746,52 €	423.489,68 €	440.076,24 €	484.665,50 €	529.254,76 €	573.844,02 €	593.277,18 €	599.389,36 €	605.502 €
Cobros												
Ventas de alojamiento	15.552 €	15.552 €	15.552 €	17.952 €	20.060,70 €	27.660,80 €	27.660,80 €	27.660,80 €	21.460,70 €	13.152 €	13.152 €	13.152 €
Otros servicios	28.750,40 €	28.750,40 €	27.750,40 €	37.176,40 €	37.110,40 €	68.337 €	68.337 €	68.337 €	39.257 €	20.390,40 €	20.390,40 €	20.390,40 €
Total cobros de	44.302 €	44.302 €	43.302 €	55.128 €	57.171 €	95.998 €	95.998 €	95.998 €	60.718 €	33.542 €	33.542 €	33.542 €
Pagos												
Proveedores	11.552 €	11.552 €	11.552 €	14.360 €	14.360 €	22.784 €	22.784 €	22.784 €	14.360 €	8.744 €	8.744 €	8.744 €
Suministros	1.230,00 €	1.230,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	2.200,00 €	2.200,00 €	2.200,00 €	2.200,00 €	1.500,00 €	1.230,00 €	1.230,00 €	1.230,00 €
Sueldos y salarios	9.884 €	9.884 €	10.812 €	10.812 €	14.636 €	14.636 €	14.636 €	14.636 €	14.636 €	9.884 €	9.884 €	9.884 €
Seguridad Social	3.636,56 €	3.636,56 €	4.730,58 €	4.730,58 €	6.871,88 €	6.871,88 €	6.871,88 €	6.871,88 €	6.871,88 €	4.655,56 €	4.655,56 €	4.555,14 €
Primas de Seguros	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €
Arrendamiento	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €
Total pagos	29.219 €	29.219 €	31.511 €	34.319 €	40.985 €	49.409 €	49.409 €	49.409 €	40.285 €	27.430 €	27.430 €	27.330 €
2. Saldo neto caja	15.083 €	15.083 €	11.791 €	20.809 €	16.187 €	46.589 €	46.589 €	46.589 €	20.433 €	6.112 €	6.112 €	6.213 €
3. Saldo final Caja	375.872,18 €	390.955,36 €	402.746,52 €	423.555,68 €	439.742,24 €	486.331,50 €	532.920,76 €	579.510,02 €	599.943,18 €	606.055,36 €	612.168 €	618.380 €

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 31.- Balance final del año 2.

Balance final Año 2			
ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO NETO	
Activo no corriente		Patrimonio Neto	
(211) Construcción	47.427,23€	(100) Capital social	90.000€
(216) Mobiliario	66.670,76€	(130) Subvención oficial de capital	81.771,17€
(281) Amortización acumulada del inmovilizado material	(15.230,2€)	(132) Otras subvenciones, donaciones y legados	8.000€
		Beneficios	456.856 €
Activo Corriente		Pasivo corriente	
(570) Caja	618.380,38 €	(4752) Hacienda Pública, acreedora por impuesto sobre sociedades	80.621 €
TOTAL ACTIVO = 717.248,17€		TOTAL PASIVO = 717.248,17€	

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 32.- Previsión de tesorería Año 3.

Previsión de Tesorería Año 3												
Concepto	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
1. Saldo inicial	390.955,36 €	375.872,18 €	390.955,36 €	402.746,52 €	423.489,68 €	440.076,24 €	484.665,50 €	529.254,76 €	573.844,02 €	593.277,18 €	599.389,36 €	605.502 €
Cobros												
Ventas de alojamiento	24.019 €	24.019 €	24.019 €	26.899 €	26.899 €	26.899 €	40.548,00 €	40.548,00 €	31.908,00 €	17.220 €	17.220 €	17.220 €
Otros servicios	30.630,85 €	40.600,85 €	40.600,85 €	50.560,85 €	51.560,85 €	51.560,85 €	51.560,85 €	51.560,85 €	39.251 €	20.390,40 €	20.390,40 €	20.390,40 €
Total cobros de	54.650 €	64.620 €	64.620 €	77.460 €	78.460 €	78.460 €	92.109 €	92.109 €	71.159 €	37.610 €	37.610 €	37.610 €
Pagos												
Proveedores	19.760 €	19.760 €	19.760 €	19.760 €	19.760 €	29.760 €	29.760 €	29.760 €	19.760 €	9.760 €	9.760 €	9.760 €
Suministros	2.000,00 €	2.000,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	3.000,00 €	2.000,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Sueldos y salarios	9.884 €	9.884 €	10.812 €	10.812 €	14.636 €	14.636 €	14.636 €	14.636 €	14.636 €	9.884 €	9.884 €	9.884 €
Seguridad Social	3.636,56 €	3.636,56 €	4.730,58 €	4.730,58 €	6.871,88 €	6.871,88 €	6.871,88 €	6.871,88 €	6.871,88 €	4.655,56 €	4.655,56 €	4.555,14 €
Primas de Seguros	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €	916,66 €
Arrendamiento	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €	2.000 €
Total pagos	38.197 €	38.197 €	40.719 €	40.719 €	47.185 €	57.185 €	57.185 €	57.185 €	46.185 €	28.716 €	28.716 €	28.616 €
2. Saldo neto caja	16.453 €	26.423 €	23.901 €	36.741 €	31.276 €	21.276 €	34.924 €	34.924 €	24.974 €	8.894 €	8.894 €	8.995 €
3. Saldo final Caja	407.408,19 €	433.831,02 €	457.731,83 €	494.472,64 €	525.748,15 €	547.023,66 €	581.947,97 €	616.872,28 €	641.846,74 €	650.740,92 €	659.635 €	668.630 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 33.- Balance final del año 3.

Balance final Año 3			
ACTIVO		PASIVO Y PATRIMONIO NETO	
Activo no corriente		Patrimonio Neto	
(211) Construcción	47.427,23€	(100) Capital social	90.000€
(216) Mobiliario	66.670,76€	(130) Subvención oficial de capital	81.771,17€
(281) Amortización acumulada del inmovilizado material	(22.845,74€)	(132) Otras subvenciones, donaciones y legados	8.000€
		Beneficios	493.095 €
Activo Corriente		Pasivo corriente	
(570) Caja	668.630,72 €	(4752) Hacienda Pública, acreedora por impuesto sobre sociedades	87.016,8 €
TOTAL ACTIVO = 759.882,97€		TOTAL PASIVO = 759.882,97€	

Fuente: Elaboración propia.

10.- ANÁLISIS DE LA VIABILIDAD ECONÓMICA.

10.1. Cálculo de indicadores de rentabilidad absoluta (VAN) y relativa (TIR).

$$\text{VAN} = -193.440,17\text{€} + 347.195\text{€}/(1+0,05)^1 + 257.591,14\text{€}/(1+0,05)^2 + 277.674,34\text{€}/(1+0,05)^3 = 610.729,86\text{€}$$

$$\text{TIR} = 154\%$$

10.2. Determinación del plazo de recuperación.

PB (payback) = inversión inicial / resultado promedio del flujo de caja.

$$193.440,17\text{€} / 294.153\text{€/año} = 0,66 \text{ años}$$

El plazo de recuperación de la empresa sería de 0,66 años.

10.3. Cálculo de ratios.

Tabla 34.- Cálculo de ratios.

	Año 1	Año 2	Año 3
<i>RE</i>	0,66	0,75	0,76
<i>RF</i>	1,64	2,54	2,74
<i>Coste volumen beneficios</i>	0,52	0,62	0,74
<i>Ratio de circulante</i>	6,67	3,20	3,19
<i>Ratio de endeudamiento</i>	0,10	0,11	0,11
<i>Ratio de garantía</i>	10,12	8,90	8,73

Fuente: Elaboración propia.

11- CONCLUSIONES.

Este proyecto aporta a la ciudad de Jaén una nueva oportunidad con la que cubrir necesidades a aquellos turistas que reclaman alojamientos innovadores (autocaravanas, minicasas), además de ofrecer un servicio complementario a empresas relacionadas con el sector turístico como AktivJaén, previo convenio, con el que podrán ampliar su propia oferta. También se generarán nuevos puestos de trabajo en la capital de Jaén, ya que actualmente tenemos una tasa de desempleo muy alta. Por otro lado, al tratarse de

un proyecto ecológico con alojamientos que no dañan el medioambiente, como las minicasas, el terreno no sufrirá alteraciones irreversibles, ni generará un impacto ambiental ni visual, puesto que son pequeñas edificaciones orgánicas que se camuflan con el entorno. En definitiva, todos ganamos.

Con respecto a la viabilidad de la empresa, podemos destacar, una vez realizados los cálculos, que son positivos. Los principales beneficios provienen del restaurante, por lo que, al ser un servicio de primera necesidad, será contratado si los productos que se ofrecen son de buena calidad, también atraeremos a población local de Jaén a comer a nuestras instalaciones, dando así un servicio extra a la comunidad y ampliando el abanico de clientes y de beneficios. En segundo lugar, se encuentran los ingresos generados por las instalaciones de alojamiento, que al ser muy variadas atraeremos a diferentes segmentos de mercado. Y, por último, las actividades que se realizan en el Fale samoano, donde se ofrecen diferentes tipos de cursos y talleres (yoga, flamenco, aeróbic, meditación...) a los que también pueden asistir la población local sin necesidad de estar alojados. Con esto, lo que pretendemos aclarar es que gran parte del éxito del proyecto se asienta en la diversificación de servicios y clientes.

Por otro lado, para analizar los riesgos que existen actualmente nos vamos a centrar en las palabras de Cristine Lagarde, presidenta del BCE, que dice: “La pandemia del Covid-19 va a provocar una caída entre el 5% y 15% del PIB en la eurozona”. Y advierte que “Si no se crea un plan de recuperación rápido, firme y flexible, los países no comenzarán a remontar hasta 2023”. También ha hecho referencia a la “Crisis de empleo que se avecina para los más jóvenes, en donde su futuro se estima con contratos más parciales y precarios aún si cabe”.

Si este escenario se sigue desarrollando, la actividad económica y, sobre todo, la creación de nuevas empresas turísticas, se verán mermadas, en su mayoría, ya que la inversión económica por parte de la población se verá reducida únicamente a servicios básicos.

En el terreno personal, me gustaría destacar que este proyecto nació como un sueño donde poder evolucionar profesionalmente ya que mis estudios están enfocados a la dirección y creación de empresas turísticas. Además, me ha dado la oportunidad de conocer de primera mano cómo está estructurado el mundo empresarial, especialmente en cuanto a las formas jurídicas, las responsabilidades económicas inherentes y los

riesgos que esta actividad comporta; pero, sobre todo, me ha servido para adquirir la destreza y las herramientas para realizar este tipo de proyectos.

Por último, resaltar y agradecer el apoyo y la dedicación a mi tutor de TFG, antiguo jefe de una Beca Ícaro, profesor de Creación de Empresas y padrino de nuestra graduación (non nata), Lucas Cañas Lozano que desde el primer día se interesó por mi proyecto de forma sincera y al que ha aportado valiosas e imprescindibles recomendaciones, consejos y, especialmente, por abrirme el camino cuando llegaba a un punto donde quedaba atorada. Para no extenderme más, quiero agradecerle especialmente por ser un nítido reflejo de lo que significa verdaderamente ser un PROFESOR, que está dispuesto a conceder su tiempo de descanso para ayudar de forma incondicional.

12.- BIBLIOGRAFÍA.

Ayuntamiento de Jaén. (s. f.) Página principal. Recuperado de http://www.aytojaen.es/portal/p_1_principal1.jsp?codResi=1

Camping Armanello. (2018, 19 diciembre). Categorías de Camping - 5 estrellas, 4 estrellas, 1ª Categoría y Resorts. Recuperado de <https://www.campingarmanello.com/categorias-de-campings-estrellas-y-especialidades/>

Díaz, A. (2020, 18 mayo). Tema: El sector del camping en España. Recuperado de <https://es.statista.com/temas/3918/el-sector-del-camping-en-espana/>

Diputación de Jaén. (s. f.). Diputación de Jaén - Subvenciones a Jóvenes Universitarios o de FP Superior. Recuperado de https://www.dipujaen.es/conoce-diputacion/areas-organismos-empresas/areaD/subvenciones/subvenciones-2020/subv_jovenes-universitarios.html+

Gobierno de España. Ministerio de Hacienda. (s. f.) Sede Electrónica del Catastro. Recuperado de <https://www1.sedecatastro.gob.es/Cartografia/mapa.aspx?buscar=S>

Hostelería10. (s. f.). Lavadoras industriales. Recuperado de <https://hosteleria10.com/lavado/lavadoras/>+

IKEA.com – International homepage. (s. f.). Recuperado de <https://www.ikea.es/>

INE. Instituto Nacional de Estadística. (s. f.). Recuperado de <https://www.ine.es/>

Junta de Andalucía - Campamentos de turismo. (s. f.). Recuperado de <https://www.juntadeandalucia.es/organismos/turismoregeneracionjusticiayadministracionlocal/areas/turismo/registro-turismo/paginas/campamentos-turismo.html>

Junta de Andalucía. (s. f.). Innovactiva 6000 - Inicio. Recuperado de <https://ws133.juntadeandalucia.es/innovactiva/>

Junta de Andalucía. (2020, 11 mayo). Instituto de Estadística y Cartografía de Andalucía. Recuperado de https://www.juntadeandalucia.es/institutodeestadisticaycartografia/badea/informe/datosadialdia?CodOper=b3_271&idNode=9801

Parking para Autocaravanas de Renfe-Adif. (s. f.). Recuperado de https://www.areasac.es/jaen/jaen/jaen_3918_1_ap.html

Rodríguez, A. (2015, 14 diciembre). Mejores aplicaciones para buscar camping. Recuperado de <https://camperruteros.com/5-mejores-aplicaciones-buscar-camping-ideal/>

Sobre Eurocampings - Eurocampings.eu. (s. f.). Recuperado de <https://www.eurocampings.es/informacion-adicional/sobre-eurocampings/>