

ÍNDICE

0. OBJETO DEL PROYECTO

| | |
|--------------------------|---|
| 0.1. INTODUCCIÓN | 8 |
| 0.2. JUSTIFICACIÓN | 9 |

1. INTRODUCCIÓN

| | |
|--|----|
| 1.1. EL PLAN EMPRESARIAL | 15 |
| 1.2. ETAPAS DEL PLAN EMPRESARIAL | 16 |

2. LA EMPRESA

| | |
|--|----|
| 2.1. INTRODUCCIÓN | 22 |
| 2.2. EL SECTOR | 22 |
| 2.3. LA ACTIVIDAD EMPRESARIAL | 23 |
| 2.4. LOS EMPRENDEDORES | 25 |
| 2.5. LOS RECURSOS HUMANOS | 25 |
| 2.6. LOS SERVICIOS OFERTADOS | 26 |
| 2.7. LA FORMA JURÍDICA | 28 |
| 2.8. LA INVERSIÓN INICIAL | 28 |
| 2.9. LAS FUENTES DE FINANCIACIÓN | 29 |

3. LA MISIÓN DE LA EMPRESA

| | |
|--|----|
| 3.1. INTRODUCCIÓN | 31 |
| 3.2. NECESIDADES DEL MERCADO | 32 |
| 3.3. IDENTIFICACIÓN DE CLIENTES | 35 |
| 3.4. IDENTIFICACIÓN DEL PAR (PRODUCTO – MERCADO) | 37 |
| 3.5. SATISFACCIÓN DE LA DEMANDA ACTUALMENTE | 39 |
| 3.6. INNOVACIÓN DE NUESTRO ENFOQUE | 40 |

4. ANÁLISIS EXTERNO

| | |
|---------------------------------------|----|
| 4.1. INTRODUCCIÓN | 42 |
| 4.2. EL MICROENTORNO | 42 |
| 4.2.1. EL POTENCIAL DEL MERCADO | 43 |
| 4.2.2. SEGMENTACIÓN DEL MERCADO..... | 45 |

| | |
|--|-----|
| 4.2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA | 48 |
| 4.2.4. PRODUCTOS SUSTITUTIVOS | 56 |
| 4.3. EL MACROENTORNO | 57 |
| 4.3.1. SUBVENCIONES Y AYUDAS | 58 |
| 4.3.2. AYUDAS LOCALES Y REGIONALES | 61 |
| 4.3.3. PROGRAMAS DE FOMENTO DE LA CONTRATACIÓN | 72 |
| 4.3.4. BENEFICIOS FISCALES | 78 |
| 4.3.5. LA LEY DEL TURISMO | 79 |
| 4.4. INICIATIVAS LEADER | 80 |
| 4.4.1. OBJETIVOS | 80 |
| 4.4.2. BENEFICIARIOS | 81 |
| 4.4.3. ACTIVIDADES Y PROYECTOS SUBVENCIONABLES | 81 |
| 4.4.4. INVERSIONES SUBVENCIONABLES | 82 |
| 4.4.5. PROYECTOS SUBVENCIONABLES | 83 |
| 4.4.6. REQUISITOS DE LOS PROYECTOS | 84 |
| | |
| 5. ANÁLISIS INTERNO | |
| 5.1. INTRODUCCIÓN | 85 |
| 5.2. EL ANÁLISIS INTERNO | 86 |
| 5.3. DIAGNÓSTICO EN TÉRMINOS DE FORTALEZAS Y DEBILIDADES | 88 |
| | |
| 6. EVALUACIÓN DE LA SITUACIÓN ACTUAL | |
| 6.1. INTRODUCCIÓN | 90 |
| 6.2. LAS OPORTUNIDADES | 91 |
| 6.3. LAS AMENAZAS | 92 |
| 6.4. LAS FORTALEZAS Y LAS DEBILIDADES | 93 |
| 6.5. MATRIZ D.A.F.O. | 93 |
| | |
| 7. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS | |
| 7.1. INTRODUCCIÓN | 95 |
| 7.2. CARACTERÍSTICAS DE LOS OBJETIVOS | 95 |
| 7.3. TIPOS DE OBJETIVOS | 97 |
| 7.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS | 98 |
| 7.4.1. OBJETIVO DE POSICIONAMIENTO | 99 |
| 7.4.2. OBJETIVO DE VENTAS | 100 |
| 7.4.2.1. Análisis de Costes | 101 |

| | |
|--|-----|
| 7.4.2.2. <i>Fijación de la Cifra de Ventas</i> | 105 |
| 7.4.3. OBJETIVO DE RENTABILIDAD | 108 |

8. PLAN DE MARKETING

| | |
|---|-----|
| 8.1. INTRODUCCIÓN | 112 |
| 8.2. EL PRODUCTO | 113 |
| 8.3. POLÍTICA DE PRODUCTOS | 116 |
| 8.3.1. LÍNEAS DE PRODUCTOS | 116 |
| 8.3.1.1. <i>Línea de Productos 01. Deportes de Aventura</i> | 117 |
| 8.3.1.2. <i>Línea de Productos 02. Campamentos de Verano</i> | 120 |
| 8.3.1.3. <i>Línea de Productos 03. Excursiones Culturales</i> | 122 |
| 8.3.2. DIFERENCIACIÓN | 124 |
| 8.3.3. COMPORTAMIENTO DEL CLIENTE | 125 |
| 8.3.3.1. <i>Frecuencia de la Compra</i> | 125 |
| 8.3.3.2. <i>Diferencias entre Comprador y Usuario</i> | 126 |
| 8.4. EL PRECIO | 127 |
| 8.4.1. ESTRATEGIA DE FIJACIÓN DE PRECIOS | 129 |
| 8.4.1.1. <i>Los Costes del Producto</i> | 129 |
| 8.4.1.2. <i>El Valor Percibido por el Consumidor</i> | 130 |
| 8.5. POLÍTICA DE PRECIOS | 132 |
| 8.6. LA DISTRIBUCIÓN | 136 |
| 8.6.1. CLASES DE CANALES | 137 |
| 8.6.2. ESTRATEGIAS DE DISTRIBUCIÓN | 138 |
| 8.7. POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN | 140 |
| 8.7.1. CANAL DIRECTO | 140 |
| 8.7.2. CANAL INDIRECTO CORTO | 141 |
| 8.7.2.1. <i>Agencias de Viajes</i> | 142 |
| 8.7.2.2. <i>Alojamientos Rurales</i> | 143 |
| 8.8. LA COMUNICACIÓN | 144 |
| 8.8.1. OBJETIVOS DE LA COMUNICACIÓN | 145 |
| 8.8.2. EL MIX DE LA COMUNICACIÓN | 145 |
| 8.8.2.1. <i>La Venta Personal</i> | 145 |
| 8.8.2.2. <i>La Publicidad</i> | 146 |
| 8.8.2.3. <i>La Promoción de Ventas</i> | 147 |
| 8.8.2.4. <i>El Merchandising</i> | 148 |
| 8.9. POLÍTICA DE PROMOCIONES | 149 |
| 8.9.1. LOS CLIENTES OBJETIVO | 150 |

| | |
|---|-----|
| 8.9.2. LOS MEDIOS A UTILIZAR | 151 |
| 8.9.3. LAS ACCIONES DE COMUNICACIÓN | 154 |

9. PLAN DE OPERACIONES

| | |
|---|-----|
| 9.1. INTRODUCCIÓN | 161 |
| 9.2. EL PLAN DE OPERACIONES | 166 |
| 9.2.1. PERSPECTIVAS DE FUTURO | 247 |
| 9.3. INVERSIÓN EN EQUIPOS | 248 |
| 9.4. EL LOCAL | 251 |
| 9.5. EL MOBILIARIO Y LOS EQUIPOS INFORMÁTICOS | 252 |
| 9.6. LOS SUMINISTROS EXTERIORES | 254 |
| 9.7. EL TRANSPORTE | 254 |

10. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

| | |
|---|-----|
| 10.1. INTRODUCCIÓN | 256 |
| 10.2. PERFIL DE LOS PROMOTORES | 257 |
| 10.3. NECESIDADES DE PERSONAL | 263 |
| 10.4. DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO | 263 |
| 10.5. EL PERFIL BUSCADO DE LOS CANDIDATOS | 270 |
| 10.6. VINCULACIÓN CON LA EMPRESA | 272 |
| 10.7. EL ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA | 273 |

11. PLAN FINANCIERO

| | |
|--|-----|
| 11.1. INTRODUCCIÓN | 275 |
| 11.2. PLAN DE INVERSIONES | 276 |
| 11.3. PLAN DE FINANCIACIÓN | 280 |
| 11.4. PLAN DE EXPLOTACIÓN | 285 |
| 11.4.1. BALANCE INICIAL (AÑO 0) | 287 |
| 11.4.2. PREVISIÓN DE TESORERÍA (AÑO 1) | 289 |
| 11.4.3. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (AÑO 1) | 290 |
| 11.4.4. BALANCE FINAL (AÑO 1) | 291 |
| 11.4.5. PREVISIÓN DE TESORERÍA (AÑO 2) | 293 |
| 11.4.6. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (AÑO 2) | 294 |
| 11.4.7. BALANCE FINAL (AÑO 2) | 295 |
| 11.4.8. PREVISIÓN DE TESORERÍA (AÑO 3) | 297 |
| 11.4.9. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS (AÑO 3) | 298 |

| | |
|---|-----|
| 11.4.10. <i>BALANCE FINAL (AÑO 3)</i> | 299 |
| 11.5. <i>DATOS ESTADÍSTICOS PREVISTOS</i> | 301 |
| 11.5.1. <i>EVOLUCIÓN DE LAS VENTAS</i> | 301 |
| 11.5.2. <i>EVOLUCIÓN DE LOS BENEFICIOS</i> | 302 |
| 11.5.3. <i>EVOLUCIÓN DEL PATRIMONIO</i> | 302 |
| | |
| 12. ANÁLISIS FINANCIERO | |
| 12.1. <i>LA LIQUIDEZ</i> | 304 |
| 12.2. <i>EL CAPITAL CIRCULANTE</i> | 305 |
| 12.3. <i>LA SOLVENCIA COMO CAPACIDAD</i> | 306 |
| 12.3.1. <i>EL FONDO DE MANIOBRA</i> | 306 |
| 12.3.2. <i>EL RATIO DE SOLVENCIA</i> | 307 |
| 12.4. <i>ESTUDIO DE LOS RESULTADOS</i> | 308 |
| 12.5. <i>ESTUDIO DE LAS RENTABILIDADES</i> | 310 |
| 12.5.1. <i>RENTABILIDAD ECONÓMICA</i> | 311 |
| 12.5.2. <i>RENTABILIDAD FINANCIERA</i> | 312 |
| 12.5.3. <i>RELACIÓN ENTRE R_f Y R_e</i> | 314 |
| 12.6. <i>RATIOS FINANCIEROS Y RENTABILIDADES</i> | 314 |
| 12.6.1. <i>ANÁLISIS FINANCIERO (AÑO 1)</i> | 315 |
| 12.6.2. <i>ANÁLISIS FINANCIERO (AÑO 2)</i> | 316 |
| 12.6.3. <i>ANÁLISIS FINANCIERO (AÑO 3)</i> | 317 |
| | |
| 13. FASE DE PUESTA EN MARCHA | |
| 13.1. <i>INTRODUCCIÓN</i> | 318 |
| 13.2. <i>LA FORMA JURÍDICA</i> | 319 |
| 13.2.1. <i>PERSONAS FÍSICAS</i> | 320 |
| 13.2.2. <i>ENTIDADES EN RÉGIMEN DE ATRIBUCIÓN DE RENTAS</i> | 321 |
| 13.2.3. <i>PERSONAS JURÍDICAS</i> | 321 |
| 13.2.3.1. <i>Sociedades Mercantiles</i> | 322 |
| 13.2.3.2. <i>Sociedades Cooperativas</i> | 323 |
| 13.2.3.3. <i>Otras Formas Asociativas</i> | 324 |
| 13.3. <i>COMUNIDAD DE BIENES</i> | 325 |
| 13.3.1. <i>TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN DE UNA COMUNIDAD DE BIENE ...</i> | 325 |
| 13.3.2. <i>REGÍMENES TRIBUTARIOS DE LA COMUNIDAD DE BIENES</i> | 327 |
| 13.3.3. <i>OBLIGACIONES TRIBUTARIAS DE LA COMUNIDAD DE BIENES ...</i> | 328 |
| 13.3.4. <i>OBLIGACIONES CONTABLES DE LA COMUNIDAD DE BIENES</i> | 329 |

| | |
|---|------------|
| 13.4. SOCIEDADES MERCANTILES | 329 |
| 13.4.1. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN DE LAS SOCIEDADES | 329 |
| 13.4.2. REGÍMENES TRIBUTARIOS DE LAS SOCIEDADES | 331 |
| 13.4.3. OBLIGACIONES TRIBUTARIAS SOCIETARIAS | 332 |
| 13.4.4. OBLIGACIONES CONTABLES SOCIETARIAS | 333 |
| 13.4.5. OTRAS OBLIGACIONES LEGALES O FORMALES | 335 |
| 13.4.6. SOCIEDADES UNIPERSONALES | 335 |
| 13.4.7. SOCIEDADES LABORALES | 335 |
| 13.5. LAS COOPERATIVAS | 336 |
| 13.5.1. TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN DE LAS COOPERATIVAS | 337 |
| 13.5.2. RÉGIMEN FISCAL DE COOPERATIVAS | 338 |
| 13.6. LA ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA | 339 |
| | |
| 14. CONCLUSIONES | |
| 14.1. INTRODUCCIÓN | 344 |
| 14.2. PERÍODO DE RECUPERACIÓN DE LA INVERSIÓN | 344 |
| 14.3. RENTABILIDAD SOBRE LA INVERSIÓN | 346 |
| 14.3.1. LA RENTABILIDAD ECONÓMICA (Re) | 346 |
| 14.3.2. LA RENTABILIDAD FINANCIERA (Rf) | 349 |
| 14.4. ANÁLISIS DEL PUNTO CRÍTICO | 351 |
| 14.5. LA LIQUIDEZ | 352 |
| | |
| 15. BIBLIOGRAFÍA | |
| 15.1. LIBROS | 355 |
| 15.2. REVISTAS | 356 |
| 15.3. WEB | 357 |
| 15.4. OTROS | 358 |