



#plandenegocio

empresa de turismo activo

ÍNDICE

1. RESUMEN EJECUTIVO.....	4
2. ANÁLISIS DE LA IDEA Y ELECCIÓN DEL NEGOCIO.....	6
3. EQUIPO EMPRENDEDOR.....	8
3.1. Perfil de la persona emprendedora.....	8
4. DESCRIPCIÓN DE LA OFERTA.....	9
4.1. Características de la oferta.....	9
4.2. Aspectos Diferenciales.....	14
4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface.....	15
4.4. Propiedad Industrial e intelectual.....	17
5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	18
5.1. Características, tamaño y evolución del mercado.....	18
5.2. Análisis del entorno.....	22
5.3. Análisis de la demanda.....	25
5.4. Análisis de la competencia.....	32
6. PLAN DE MARKETING.....	36
6.1. Establecimiento de precios.....	36
6.2. Canales de distribución.....	37
6.3. Comunicación y promoción.....	38
7. RECURSOS NECESARIOS PARA LA PUESTA EN MARCHA DEL PROYECTO	41
7.1. Recursos físicos.....	41
7.1.1. Infraestructuras e instalaciones.....	41
7.1.2. Equipamiento.....	41
7.1.3. Desarrollo productivo.....	42
7.2. Recursos humanos.....	44
7.2.1. Estructura organizativa de la empresa.....	44
7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo.....	45
7.2.3. Gestión de los recursos humanos.....	46
7.3. FORMA JURÍDICA.....	48
8. ANÁLISIS DAFO.....	49
9. VALORACIÓN Y ANÁLISIS FINANCIERO.....	54
9.1. Inversión inicial.....	54
9.1.1. Activo no corriente.....	54

9.1.2. Activo corriente	55
9.2. Fuentes de financiación.....	57
9.3. Previsiones de ingresos	59
9.4. Costes de producción.....	61
9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal	62
9.6. Previsión de tesorería.....	65
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios	66
10. PLAN DE ACCIÓN	70
10.1. Planificación de actividades.....	70
10.2. Guía de trámites.....	73
11. MAPA DE ACTIVIDAD	91

1. Resumen ejecutivo

La empresa surge con la finalidad de ofrecer servicios de turismo activo en la región EUROACE, conjunto formado por la Comunidad Autónoma de Extremadura y las regiones de Alentejo y Centro de Portugal. La empresa se encargará de la organización y realización de actividades de ocio y tiempo libre, relacionadas con el turismo activo.

Debido a la variedad de recursos y extensión de ambientes naturales, esta zona se convierte en una localización idónea para la creación de una empresa de turismo activo. La gran complementariedad existente entre las regiones de Alentejo, Centro de Portugal y Extremadura, supone una ventaja competitiva que ha de ser aprovechada.

La persona promotora del negocio lleva trabajando en el sector turístico de la zona durante años, por lo que posee una dilatada experiencia profesional en el desarrollo de actividades turísticas. Esta persona destaca por ser amante del deporte y conoce la zona en la que la empresa va a desarrollar su actividad, lo cual facilita un mayor aprovechamiento de los recursos turísticos del territorio.

Para la realización del proyecto, la empresa de turismo activo contará con un local para captar y atender a la clientela. Además de ello, dispondrá de una nave para el almacenamiento de los equipos. También, se diseñará una página web a través de la cual, los/as potenciales clientes/as podrán conocer y contratar los servicios de la empresa.

La empresa de turismo activo ofrece una experiencia turística basada en la realización de actividades deportivas en un entorno natural. Se ofrecen 5 servicios diferenciados:

1. Rutas de senderismo y en 4x4 por el Parque Nacional de Monfragüe.
2. Aventura en La Serena, que incluye: ruta por la comarca en 4x4, travesía en canoa por el embalse del Zújar, tiro con arco, orientación y tirolina.
3. Aventura en el Valle del Jerte, que incluye: senderismo, espeleología, ruta guiada 4 x 4 y paseo en piraguas por el Río Jerte.
4. Senderismo y piraguas en Centro de Portugal por un entorno absolutamente singular.
5. Rutas en el Natural de la Sierra de S. Mamede, además de visitar el encanto del municipio alentejano Castelo de Vide.

Entre las necesidades satisfechas a sus clientes/as se encuentran: la necesidad de un modo de vida saludable, la necesidad de ocio, relax y desarrollo de actividades

deportivas, las necesidades sociales, la necesidad de respeto por el medio ambiente, la necesidad de gestión de desplazamientos, la necesidad de disposición del alojamiento, la necesidad de información y la necesidad de disponer de comidas durante las rutas...

Para la adquisición del material necesario, el diseño, desarrollo y comercialización de los productos se requiere una inversión inicial de 41.401 € en el primer año. Para cubrir esta inversión y comenzar a ejercer la actividad mes a mes, presenta unas necesidades de financiación globales de 43.000 €, de los que 10.000 € serán aportados inicialmente por la persona promotora del negocio en forma dineraria y 15.000 € por la aportación de un vehículo de transporte. El resto corresponde a un préstamo bancario a largo plazo por 18.000 €. Durante el **primer año, el resultado esperado antes de intereses y de impuestos (BAII) será de 21.546 €**. El punto de equilibrio se consigue en el año 2, con un volumen de ingresos de 83.022 €.

2. Análisis de la idea y elección del negocio

El turismo es uno de los principales sectores de España y Portugal, y más concretamente de la zona EUROACE.

La EUROACE tiene una riqueza patrimonial y natural que posibilitan una variada oferta turística. El portal de la Eurorregión (www.euro-ace.eu), pone de relieve que a esta diversidad de recursos turísticos le acompaña una variada oferta de productos complementarios como el turismo de naturaleza.

El turismo ha alcanzado una importancia creciente en la EUROACE, llegando a ser considerado como un sector estratégico. La gran complementariedad existente entre las regiones de Alentejo, Centro de Portugal y Extremadura, supone una ventaja competitiva que ha de ser aprovechada.

La EUROACE presenta un extenso territorio y valiosísimos recursos naturales y paisajísticos, que son su principal activo. La eurozona ocupa una superficie de cerca de 92.500 km², correspondiente al 16% de la Península Ibérica y a una superficie superior a la de Portugal Continental.

Según el “Plan Estratégico de turismo para Extremadura 2010-2015” del Gobierno de Extremadura, “el binomio semántico Deporte-Turismo; Turismo-Deporte, representa en estos momentos una oportuna y estratégica combinación que funciona de forma extraordinaria en el actual mercado turístico y a la que auguramos un prometedor futuro”. En Extremadura, la superficie urbana no supera el 1,6% del total, por lo que el medio natural en Extremadura goza de una relevancia y dimensiones extraordinarias, cuyo adecuado aprovechamiento supondrá una importante vía de desarrollo.

Actualmente, existe una tendencia cada vez mayor en la apuesta por el turismo deportivo. El Centro Internacional de Innovación Deportiva en el Medio Rural “El Anillo” es una iniciativa del Gobierno de Extremadura para fomentar la creación de proyectos e iniciativas innovadores en el ámbito del turismo deportivo, de naturaleza, del ocio y tiempo libre.

Los/as turistas buscan nuevas experiencias y, gran parte de ellas, están relacionadas con el turismo de naturaleza. La empresa de turismo activo, supone el desarrollo de un proyecto innovador centrado en la actividad física vinculada a la naturaleza, que vendría a satisfacer la naciente necesidad de los/as viajeros/as de vivir experiencias nuevas vinculadas a la realización de actividades turísticas en ambientes naturales.

Ante el auge del turismo activo, la zona EUROACE, por su variedad de recursos y extensión de sus ambientes naturales, se convierte en una localización idónea para la creación de una empresa de turismo activo.

La elección del negocio surge a raíz de la oportunidad que ofrecen los territorios de la zona EUROACE, pues presenta múltiples posibilidades para el turismo activo y de aventura.

La zona EUROACE posee una amplia variedad de recursos susceptibles de ser aprovechados por una empresa de turismo activo. Entre las posibles actividades deportivas que ofrece la zona destacan: windsurf, paintball, Quads, rutas a caballo, tiro con arco, escalada, rappel, tirolesa, rutas en bicicleta, caza simulada en 2D, senderismo, vuelo en globo, vuelo en parapente, rutas 4x4, canoas, rutas en bicicleta, puenting, mountain bike, piragüismo, etc.

La actividad empresarial desarrollada implica el aprovechamiento del patrimonio natural de la región de una forma sostenible y respetuosa con el medio ambiente. Las actividades organizadas por la empresa de turismo activo permitirán al/la viajero/a conocer los lugares más bellos de la región, y disfrutar de ellos gracias a la realización de una actividad física más completa que la tradicional observación del paisaje.

En esencia, el proyecto basa su filosofía en considerar al deporte como un complemento idóneo al turismo, ofreciendo al/la viajero/a mayor entretenimiento y nuevas experiencias vitales.

3. Equipo emprendedor

Este proyecto será emprendido por una persona que se dará de alta en el Régimen de autónomo/a, constituyéndose como empresario/a individual.

3.1. Perfil de la persona emprendedora

El perfil de la persona promotora es una garantía de éxito para este proyecto, puesto que la experiencia previa en empresas de turismo activo y de aventura le capacitan para llevar a cabo una correcta organización y realización de actividades deportivas, de ocio y tiempo libre.

Esta persona tiene 35 años, es natural de Extremadura y destaca por ser “Técnico en Animación de Actividades Físicas y Deportivas”. Ha trabajado por cuenta ajena durante 8 años en empresas extremeñas de turismo activo como guía de diferentes actividades de aventura.

Conoce la región EUROACE y posee experiencia en la planificación y el desarrollo de actividades deportivas en la zona. Esta persona siente pasión por los deportes de riesgo y de aventura, y ama la naturaleza. De su carácter cabe destacar un gran espíritu aventurero y sus habilidades sociales.

Entre sus competencias instrumentales, destacan: conocimientos de la profesión, capacidad de organización y planificación, resolución de problemas e interés por la calidad.

Entre sus competencias interpersonales, destacan: capacidad para trabajar en equipos multidisciplinares, habilidades interpersonales y compromiso ético.

Entre sus competencias sistémicas, destacan: capacidad para aprender, capacidad para adaptarse a nuevas situaciones e iniciativa y espíritu emprendedor.

Además del castellano, su idioma nativo, esta persona habla portugués, inglés y francés.

4. Descripción de la oferta

4.1. Características de la oferta

La oferta de servicios de una empresa de turismo activo es muy variada. A modo de resumen, el estudio turístico del año 2006 denominado “El Turismo de Naturaleza en España y su Plan de Impulso” del Instituto de Estudios Turísticos de la Secretaría General de Turismo incluye el siguiente cuadro explicativo:

Principales modalidades de turismo de naturaleza y sus actividades

1. ECOTURISMO		
1. ECOTURISMO	<ul style="list-style-type: none"> • Visitas guiadas • Observación/Interpretación de la naturaleza • Observación de aves/Observación de cetáceos 	<ul style="list-style-type: none"> • Fotografía de la naturaleza • Ecoturismo científico/Actividades de educación ambiental
2. TURISMO ACTIVO		
2.1. ACTIVIDADES TERRESTRES	<ul style="list-style-type: none"> • Senderismo-Trekking • Alpinismo-escalada • Marcha a caballo • Bicicleta de montaña • Espeleología • Cicloturismo • Puenting 	<ul style="list-style-type: none"> • Esquí de travesía-Esquí de fondo • Raquetas • Perros con trineo o mushing • Motos de nieve • Tiro con arco • Todoterreno-4x4 • Quads
2.2. ACTIVIDADES ACUÁTICAS	<ul style="list-style-type: none"> • Piragüismo-Kayak-Aguas bravas • Turismo fluvial-Rutas en barco • Buceo submarinismo • Surf-Windsurf • Barranquismo/Descenso de barrancos 	<ul style="list-style-type: none"> • Rafting • Hidrobob-Hidrospeed • Vela • Esquí acuático-Motonáutica
2.3. ACTIVIDADES AÉREAS	<ul style="list-style-type: none"> • Ala delta • Globo aerostático • Parapente-Paracaidismo de pendiente • Paracaidismo 	<ul style="list-style-type: none"> • Ultraligeros • Vuelo sin motor • Heliexcursión
3. TURISMO DE ESPARCIMIENTO EN NATURALEZA		
3. ESPARCIMIENTO EN LA NATURALEZA	<ul style="list-style-type: none"> • Picnic • Rutas en vehículo por carretera 	<ul style="list-style-type: none"> • Baño • Esparcimiento pasivo

Fuente: SGT, 2004.

En concreto, los servicios que la empresa va a ofrecer son los que se muestran a continuación:

SERVICIO	DESCRIPCIÓN
Rutas por el Parque Nacional de Monfragüe	Servicio de dos días de duración, para grupos de entre 4 y 16 personas, consistente en la realización de rutas de senderismo y en vehículos 4x4.
Aventura en la Serena	Servicio de tres días de duración que incluye una ruta por la comarca de la Serena en vehículos 4x4 para grupos de entre 4 y 16 personas, travesía en canoa por el embalse del Zújar, tiro con arco, orientación y tirolina.

Aventura en el Valle del Jerte	Servicio de tres días de duración, para grupos de entre 4 y 16 personas, que incluye senderismo, espeleología, ruta guiada 4 x 4 y paseo en piraguas por el Río Jerte.
Senderismo y piraguas en Centro de Portugal	Servicio de dos días de duración que incluye actividades de senderismo, baño en la playa fluvial, visita guiada a las aldeas y descenso en piraguas. Grupos de entre 6 y 12 personas.
Rutas en el Natural de la Sierra de S. Mamede	Servicio de dos días de duración, para grupos de al menos 7 personas, que incluye visita guiada por Castelo de Vide y senderismo por Parque Natural de la Sierra de S. Mamede.

1. Senderismo por el Parque Natural de Monfragüe:

Servicio de dos días de duración que comprende:

- Día 1:
 - Ruta de senderismo por el parque.
 - Acompañamiento de guía experto/a durante todo el recorrido.
 - Entrega de folletos informativos.
 - Alojamiento en un apartamento rural cerca del Parque Monfragüe.
- Día 2:
 - Desayuno.
 - Acompañamiento de guía especializado/a en la zona.
 - Ruta 4X4 por el parque.

El Parque Nacional de Monfragüe ofrece diversas rutas a realizar. Los itinerarios que se realicen cada día del servicio dependerán de las preferencias de cada grupo.

2. Aventura en la Serena

Servicio de dos días de duración en la isla del Zújar:

- Día 1: (Llegada a partir de las 12:00 horas)

- Actividades de orientación, tiro con arco y tirolina.
- Guías especializados/as.
- Alojamiento en apartamento rural.
- Día 2:
 - Desayuno.
 - Ruta en 4x4 por la Comarca de la Serena.
 - Guía especializado/a durante todo el recorrido.
 - Comida campera.
 - Alojamiento en apartamento rural.
- Día 3:
 - Desayuno.
 - Travesía en piraguas por el embalse del Zújar.
 - Incluye piraguas, palas dobles y chalecos salvavidas.
 - Guías experimentados/as.
 - Almuerzo.

3. Aventura en el Valle del Jerte.

Servicio de tres días de duración que incluye:

- Día 1
 - Senderismo por el Valle del Jerte.
 - Entrega de folletos informativos.
 - Guía experto/a todo el recorrido.
 - Alojamiento en casa rural.
- Día 2
 - Desayuno.
 - Espeleología en la Reserva Natural Garganta de los Infiernos.
 - Incluye los materiales necesarios: mono, casco y linternas.
 - Ruta guiada en 4x4 al paraje de Los Pilonos en la Garganta de Los Infiernos.

- Alojamiento en casa rural.
- Día 3
 - Desayuno.
 - Paseo en piraguas por el Río Jerte.
 - Almuerzo.

4. Senderismo y piraguas en Centro de Portugal

- Día 1:
 - Senderismo (Desde Ferraria de S. João a Casal de S. Simão).
 - Visita guiada a las famosas aldeas de la zona.
 - Baño en la playa fluvial Fragas S. Simon.
 - Alojamiento en un Hotel Rural en Figueiró dos Vinhos.
- Día 2:
 - Desayuno.
 - Bajada del río Zêzere en piraguas hasta Dornes.
 - Almuerzo con productos típicos.

5. Experiencias en el Parque Natural de la Sierra de S. Mamede

- Día 1:
 - Visita guiada por Castelo de Vide, ubicado en la Sierra de São Mameden (Alentejo).
 - Almuerzo típico.
 - Alojamiento en casa rural.
- Día 2:
 - Desayuno.
 - Senderismo por Parque Natural de la Sierra de S. Mamede.
 - Almuerzo campero.

Además de lo anteriormente especificado para cada servicio, como factor común, todos los paquetes contienen:

- Gestión del desplazamiento desde los puntos de llegada (estaciones y aeropuertos) al lugar de alojamiento.
- Gestión del alojamiento.

- Gestión de las comidas.
- Gestión de la reservas de entradas (El precio de las entradas no se incluye).
- Seguro de cobertura de accidentes.
- Posibilidad de explicar las actividades y rutas en inglés, francés y portugués.
- Acompañamiento del monitor/a durante la realización de las actividades.
- Material necesario para las actividades.
- Folletos informativos.

4.2. Aspectos Diferenciales

Los aspectos diferenciales que presenta esta empresa pueden agruparse en torno a varios aspectos principales:

Web de Reservas

La empresa dispondrá de una página web a través de la cual los/las potenciales turistas podrán conocer todos los servicios ofrecidos por la misma y contratarlos. Esta página se ofrecerá en varios idiomas para acercar el servicio al público objetivo.

Gestión del Desplazamiento

La empresa gestiona el desplazamiento de la clientela hasta los puntos de destino en los que se realizarán las actividades de ocio y deportivas, y el desplazamiento desde los puntos de llegada (estaciones y aeropuertos) al lugar de alojamiento.

Ámbito de Actuación

El ámbito de actuación de la empresa se caracteriza por el diseño de múltiples y variados paquetes de turismo activo en la zona EUROACE, en los que se combina el ocio y el deporte con el turismo tradicional.

Aunque existe en la actualidad una gran variedad de empresas de turismo activo, esta empresa tiene unos objetivos diferentes al resto. Este proyecto de empresa quiere fomentar el turismo en la Eurozona para lo cual, incluye en su oferta de servicios paquetes turísticos que se desarrollan a través de los recursos naturales de la zona transfronteriza entre Extremadura y Portugal. Los aspectos diferenciales de la oferta van a residir por tanto en el entorno territorial en el que se van a desarrollar los servicios. Esta zona presenta una amplia gama de recursos naturales y paisajísticos que la empresa puede explotar con su actividad, a la vez que promueve el respeto y conservación de dichos recursos.

Además este tipo de negocio consiste en aprovechar el 100% de los recursos disponibles de la región.

4.3. Cobertura de Necesidades que Satisface

- Necesidades de alojamiento.

Los/las turistas no tendrán que preocuparse de buscar alojamiento, pues será la empresa la que se ocupe de gestionar los mismos.

- Necesidad de desplazamiento.

La empresa gestiona el desplazamiento necesario para la realización de las actividades y el servicio de transfers.

- Necesidad de disponer de comidas.

La empresa organizará almuerzos típicos y comidas camperas tras la finalización de sus actividades deportivas y de ocio. La gestión de estas comidas formará parte de su oferta de servicios.

- Necesidad de Información.

La empresa entregará a la clientela folletos informativos sobre el entorno natural en el que se desarrolle la actividad y sobre la propia actividad deportiva a realizar.

- Necesidades de ocio, de relax y deportivas.

Una vez satisfechas las necesidades primarias, el ser humano desarrolla una serie de necesidades más complejas, como disfrutar de su tiempo libre, viajar y conocer otras culturas y estilos de vida. Esta empresa pretende satisfacer esas necesidades fomentando las actividades de ocio y deportivas relacionadas con la naturaleza.

La empresa de turismo activo fomenta este deseo de experiencias a través de la propuesta de rutas en las que se combinen actividades deportivas, nuevas experiencias y formas de entretenimiento, etc. Con ello, la clientela conseguirá desconectar más rápidamente de su vida ordinaria.

- Necesidades sociales.

La clientela de este tipo de empresa también desea satisfacer sus necesidades comunicativas, personales y de cooperación. Todos los servicios de la empresa de

turismo activo se realizan en grupo y fomentan la cooperación entre los/las usuarios/as a la hora de realizar las actividades. Durante la realización de actividades en grupo, los/las participantes se relacionan entre ellos y comparten experiencias.

Muchas familias encuentran en el turismo activo la mejor forma de compartir unas vacaciones en la que estén los miembros juntos. Las actividades de entretenimiento que ofrece la empresa de turismo activo refuerzan las relaciones familiares y personales. Las personas, al compartir experiencias nuevas y agradables verán reforzadas sus relaciones con otras.

- Respeto por el medio ambiente.

La concienciación social por el respeto al medio ambiente es actualmente una realidad. Según se expuso en el I CONGRESO INTERNACIONAL DE TURISMO ACTIVO, “una de las claves para mantener el atractivo del turismo activo es la conservación del medio natural en el que se desarrollan, por lo que su práctica en estos espacios de forma controlada resulta decisiva para la continuidad de las mismas en el futuro.”

- Necesidad de un modo de vida saludable.

El turismo activo combina dos tendencias en alza: el cuidado por el medio ambiente y el estilo de vida saludable.

Entre las ventajas del turismo activo, destaca el ser una aproximación a una vida más sana. Es una manera de utilizar el tiempo de ocio de una forma enriquecedora, ya que es el medio idóneo para conocer de primera mano el patrimonio cultural, artístico y ecológico, a la vez que practican actividades saludables.

4.4. Propiedad Industrial e intelectual

El “Plan Nacional Integral de Turismo” del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, refleja la importancia de la Ley de Propiedad Intelectual en el sector turístico.

La vigente Ley de Propiedad Intelectual es el Texto Refundido aprobado por Real Decreto Legislativo 1/1996, de 12 de abril. En esta Ley habrán de enmarcarse todas las actuaciones que la empresa realice y que tengan conexión con marcas, patentes, sistemas de producción, etc. propiedad de otras entidades y organismos o de otras personas.

En este negocio, las cuestiones de propiedad industrial o intelectual que puedan suscitarse serán aquellas relacionadas con la gestión de la actividad como el uso de determinados programas de gestión informáticos o el uso de alguna de las marcas propias de la región o la organización a través de franquicias o modelos patentados.

5. Análisis del mercado

5.1. Características, tamaño y evolución del mercado

La actividad turística es un factor primordial en la vida económica y social de cualquier territorio, ya que se constituye como una importante fuente de ingresos y de generación de empleo, contribuyendo a la cohesión social y territorial. Por todo ello, se debe considerar el turismo como un sector estratégico. El turismo, hoy en día, es una actividad que contribuye significativamente al desarrollo de los países y regiones.

El Gobierno de España considera el turismo como eje estratégico para la recuperación económica en su agenda 2012-2015, lo cual no es de extrañar ya que la actividad turística supone más de un 10% del PIB español y crea un 11% del empleo y contrarresta en gran medida el gran déficit comercial. En la coyuntura actual, los sectores estratégicos como el turismo deben impulsar a la sociedad hacia la senda del crecimiento y la generación de empleo. El turismo español ha de ser una apuesta prioritaria, debido a su liderazgo mundial, carácter transversal y a su orientación a mercados que muestran los primeros signos de recuperación económica.

En los últimos años, se ha producido una acusada pérdida de competitividad. Se vislumbra el final de un ciclo económico que comenzó hace más de 50 años a la vez que aparecen nuevos líderes turísticos mundiales basados en su carácter innovador. Por ello, España necesita abordar medidas que detengan el declive y activen bases sólidas que permitan asegurar el liderazgo y la competitividad del modelo actual.

Actualmente, el sector turístico se caracteriza por:

1. El cambio demográfico en Europa debido a que la generación de baby boomers entrará en edad de jubilación a partir de 2015.
2. La caída de la actividad en Europa Occidental ha supuesto la disminución de la demanda y de la renta del 80% de los/as turistas que visitan España.
3. Existe una sobreoferta en el mercado que hay agudizado la competencia, provocando la desaparición de las empresas menos rentables y eficientes.
4. Se ha producido una rotura de la cadena de valor en la que el/la turista se encuentra en el centro de todo el negocio turístico y que el sector ha de aprovechar con la aparición de nuevas disciplinas de gestión aplicadas al marketing.

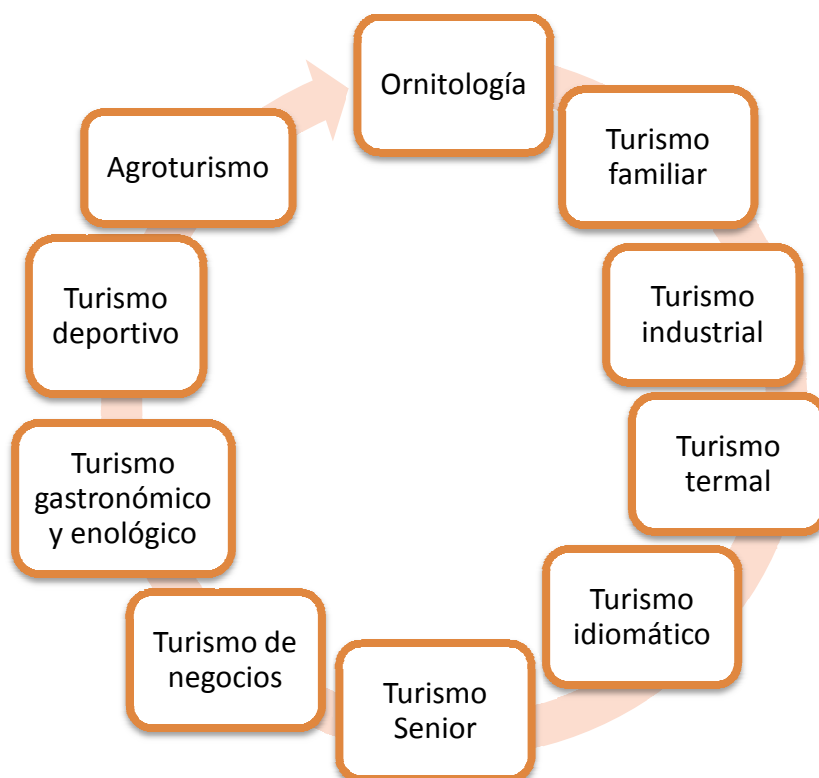
El turismo constituye una gran oportunidad para zonas en las que existen recursos endógenos atractivos, como puede ocurrir en Extremadura, Alentejo y Centro. Además, es un sector que ofrece muchas oportunidades para el surgimiento de empresas locales, principalmente PYMEs. Por otra parte, requiere de fuertes inversiones en infraestructuras y equipamiento así como mano de obra intensiva, lo que favorece la generación de oportunidades de empleo. El sector ejerce una posición de liderazgo en la creación de desarrollo y consigue una mejora de la calidad de vida de los municipios y personas que forman parte de estas regiones.

La riqueza patrimonial y natural del territorio EUROACE y sus inmejorables condiciones ambientales ofrecen una amplia oferta turística que destaca, además, por la complementariedad existente entre las tres regiones. Las playas de la zona atlántica contrastan con los paisajes de interior, que muestran un riquísimo patrimonio histórico-artístico y cultural que se conserva tanto en sus espacios urbanos como rurales. El turismo constituye para la EUROACE un sector estratégico y una gran oportunidad para zonas en las que no existe alternativa económica a las tradicionales actividades agrícolas actualmente en declive.

Extremadura cuenta con una historia turística breve ya que no hace más de una década que se organizan planes de promoción y comercialización de forma ordenada y constante. Hasta entonces, los/as turistas visitaban Extremadura atraídos por el turismo patrimonial y cultural de ciudades como Cáceres, Mérida y Trujillo. En los últimos años, las Administraciones Públicas y el conjunto de empresas del sector turístico han realizado un gran esfuerzo que se ha visto recompensado con un gran crecimiento tanto en el número de establecimientos y servicios como en la calidad de los mismos. El Plan Estratégico de Turismo para Extremadura 2010-2015 ofrece los siguientes datos sobre el sector turístico en Extremadura:

- Genera más de 700 millones de euros
- Representa el 4.3% del PIB de Extremadura
- Representa el 6% de la fuerza laboral
- Emplea a más de 25.000 personas

Extremadura presenta una serie de productos emergentes, con los que puede hacer frente a la alta competencia del entorno que, según el “Plan Estratégico de Turismo Para Extremadura 2010-2015”, estos productos son:



La empresa combinaría diferentes tipos de turismo emergente, el turismo familiar y el turismo deportivo.

En Portugal, el sector aporta al menos un 11% al PIB nacional, aunque el gran peso del sector se sitúa en el Algarve, Lisboa y Madeira. El perfil turístico de Alentejo se caracteriza por el bajo crecimiento y la fuerte dependencia del mercado nacional, por una tasa de ocupación inferior a la nacional (29% y 38%, respectivamente) y decreciente, y por una oferta hotelera basada en establecimientos de 3 y 4 estrellas. En la región de Centro también se registra una fuerte dependencia del mercado nacional, aunque se trate de un destino emergente, con niveles de ocupación igualmente bajos pero estables (28%), y un gran peso de las pensiones en la oferta de alojamiento (44%), con muy pocos hoteles de 5 estrellas. A pesar de que ambas regiones poseen una gran extensión de costa, la percepción predominante es que son destinos de interior.

Existen diversos factores que condicionan la evolución futura de este sector:

1. Reactivación del turismo de proximidad, que genera un aumento en el número de viajes realizados en entornos próximos a los lugares de residencia de los consumidores.

5.2. Análisis del entorno

La zona transfronteriza presenta unas condiciones idóneas para el turismo de aventura. El buen clima de la zona y la complementariedad y variedad de sus escenarios, permiten a la empresa ofrecer una amplia gama de servicios que estarán disponibles la gran parte del año.

El ámbito territorial de la zona EUROACE se extiende al espacio geográfico de las regiones de Alentejo y Centro de Portugal y Extremadura. Cuenta con una extensión aproximada de 92.500 Km² con 3.388.563 residentes (6% de la población peninsular).

Su localización estratégica en el suroeste peninsular y respecto de grandes áreas metropolitanas como Madrid, Lisboa, Sevilla y Oporto, así como de la fachada atlántica y la diagonal continental otorgan a este territorio posición privilegiada en el marco de la nueva Estrategia Territorial Europea.

Extremadura cuenta con una gran variedad de recursos culturales, artísticos y medioambientales a partir de los cuales poder generar riqueza y actividad económica. La puesta en valor de dichos recursos permitirá a la región aumentar su competitividad. Extremadura cuenta con casi 42.000 Km² de extensión y apenas un millón de habitantes, lo que la convierte en una de las regiones menos pobladas de España. Esta característica, unida a la baja industrialización, determina que la región cuente con un inmejorable estado de conservación de su medio natural.

El Plan de Estrategia EUROACE 2020 destaca la posibilidad de esta zona de ofrecer una “nueva modalidad de turismo: el turismo de frontera, en el cual pueden integrarse paquetes turísticos relacionados con el turismo de naturaleza, cultural, gastronómico, histórico (fortalezas fronterizas), cinegético, agroturismo, turismo de salud y bienestar, etc.”

Según este mismo Plan, se hace patente la demanda creciente de productos turísticos que conjuguen el turismo verde-medioambiental (turismo en espacios rurales, turismo relacionado con el agua) y el turismo cultural (patrimonio histórico y artístico, ferias, fiestas y gastronomía). Dado el gran potencial de esta eurorregión en cuanto a biodiversidad, reservas de agua, elevada calidad medioambiental, vasto patrimonio cultural,... es posible satisfacer esta demanda creciente.

Además, el sector turístico se beneficiará de las inversiones, en curso y previstas, en infraestructuras como el Embalse de Alqueva, por ejemplo. También se beneficiará de las infraestructuras de transporte y logística (Aeropuerto de Beja, Plataforma

Logística del Suroeste Europeo, por ejemplo) o que lo atraviesan, como la Alta Velocidad, que generarán mayor integración en la EUROACE y mejorarán sus comunicaciones con el exterior, permitiendo así que muchos/as más turistas potenciales accedan a dicho territorio.

En cuanto a normativa, habrá que observar la legislación turística en España y Portugal.

En España, la función legislativa en materia de promoción y ordenación del turismo recae en cada comunidad autónoma, por lo que se expone la normativa de Extremadura en este ámbito:

- Ley 2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo de Extremadura. Esta ley tiene por objeto el fomento, promoción y ordenación del sector turístico extremeño, y deberá ser respetada cumplida por todos los recursos, sujetos, actividades, servicios, empresas y establecimientos que integran el sector turístico en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

El turismo activo se considera en esta ley como empresa de actividades turísticas alternativas.

- Decreto 120/1998. Turismo Rural. Ordenación del alojamiento en el medio rural de la Comunidad Autónoma de Extremadura.

En Portugal hay varias normas que regulan el turismo:

- Ley nº33/2013 - Régimen jurídico de las Áreas Regionales de Turismo de Portugal Continental. Establece el marco legal de las áreas regionales de turismo, entre ellas Centro y Alentejo.

- Decreto Ley nº191/2009, de 17 de Agosto. Se establecen las bases de la política de turismo público como un sector estratégico.

- Decreto-Ley nº 187/2009, de 12 de Agosto. Política turística regional.

- Resolución de Consejo de Ministros nº 53/2007, de 4 de Abril. Plan Estratégico Nacional de Turismo.

La legislación sobre el denominado 'Turismo no Espaço Rural' se establece en unas pocas normas básicas, que son las siguientes:

- Decreto-Ley nº 54/2002 de 11.03. Establece el nuevo régimen jurídico de la instalación y funcionamiento de los establecimientos de turismo rural.
- Decreto nº 13/2002 de 12.03. Requisitos mínimos de las instalaciones y de funcionamiento de los establecimientos de turismo rural.
- Orden nº 1229/2001 de 25.10. Fija las tasas que serán cobradas por la Dirección General de Turismo.
- Orden nº 351/2001 de 9.4. Modifica la regulación relativa a modelos, precios, libro de reclamaciones y más.
- Decreto-Ley 169/97 de 4.7 y Decreto 37/97 de 25.9 (derogados). Aprueba el régimen jurídico del turismo rural.
- Orden nº 1068/97 de 23.10 y Orden nº 25/00 de 26.01. Relativas a las señales y distintivos de los establecimientos.

En materia de calidad, hay que tener en cuenta el Sistema de Calidad Turística Española desarrollado por el Instituto para la Calidad Turística Española, el cual, fue creado por la Administración en el marco del Plan Integral de Calidad del Turismo Español.

En cuanto a la regulación del turismo activo, en Diciembre de 2007, únicamente 10 comunidades autónomas contaban con regulación sobre empresas de turismo activo. Actualmente, Extremadura carece de regulación en este aspecto. Las comunidades que actualmente cuentan con Decretos que regulan esta materia son: Galicia, La Rioja, Murcia, Castilla La Mancha, Andalucía, Aragón, Asturias, Cantabria, Cataluña y Castilla León.

Ayudas para emprendedores/as

Otro de los aspectos a considerar son las **subvenciones** que se puedan solicitar. En la web <http://activacionempresarial.gobex.es> aparecen las ayudas y subvenciones vigentes y se va actualizando constantemente. Por ello, será conveniente revisarlas en el momento de creación de la empresa para considerar cuál podrá resultar de interés para el negocio.

5.3. Análisis de la demanda

Cada vez es mayor la concienciación de la población sobre la necesidad de cuidar el medio ambiente. Los paquetes turísticos que ofrece la empresa, dan a conocer los recursos naturales de la zona EUROACE, practicando en ellos actividades deportivas respetuosas con el medio ambiente.

Los/las turistas reclaman cada vez más cantidad de productos relacionados con el turismo activo. Este tipo de turismo, les proporciona unas vacaciones dedicadas en parte a cultivar sus aficiones preferidas a la vez que conocen nuevos lugares.

Los/las viajeros/as buscan vivencias y experiencias personales nuevas. El turismo alternativo ofrece esas experiencias únicas individualizadas y permite el acceso a un mercado donde la competitividad está vinculada a la calidad de las vivencias que el/la turista obtiene y por las que está dispuesto/a a pagar altos precios.

Las empresas del sector están incrementando su orientación a la clientela, intentando satisfacerla y conseguir su fidelidad. El perfil de la persona turista está cambiando debido a su mayor formación académica, su amplia información sobre el mercado y la competencia, su exposición a influencias e impactos publicitarios y a su creciente exigencia en cuanto a los productos y servicios demandados. Por ello, la oferta debe ser capaz de generar experiencias singulares y auténticas, siempre acompañadas de una excelencia en calidad.

Las motivaciones más frecuentes en la decisión del destino para la clientela de empresas de turismo activo son:

- El disfrute de la naturaleza.
- Relación con el lugar de nacimiento.
- Residencia de familiares.
- El conocimiento del patrimonio cultural.
- La práctica de deporte.
- La realización de actividades al aire libre.
- La proximidad al sitio de destino.
- La relación calidad-precio.

Según datos del Gobierno de España, el número de viajes se distribuye de la siguiente manera:

MOVIMIENTOS TURÍSTICOS DE LOS ESPAÑOLES (FAMILITUR)**Número de viajes por meses, según tipo de viaje.**

Datos Absolutos

Año 2012. Datos definitivos.

	Total	Semana Santa	Vacaciones de Verano	Vacaciones de Navidad	Fin de Semana	Puente	Otros *
Total	158.739.314	5.038.426	19.171.028	4.313.597	81.366.962	5.549.480	43.299.820
Enero 2012	10.858.731	0	0	2.459.515	4.855.571	-	3.518.219
Febrero 2012	9.798.279	0	0	0	5.951.318	190.942	3.656.019
Marzo 2012	11.629.800	0	0	0	7.264.404	466.533	3.898.863
Abril 2012	16.247.946	5.038.426	0	0	6.083.498	138.772	4.987.249
Mayo 2012	13.460.352	0	0	0	8.104.123	872.242	4.483.988
Junio 2012	13.607.510	0	1.272.148	0	9.074.951	-	3.186.640
Julio 2012	17.175.608	0	4.758.416	0	9.118.316	-	3.280.372
Agosto 2012	20.731.519	0	9.805.313	0	6.920.266	516.126	3.489.813
Septiembre 2012	14.049.246	0	3.210.354	0	7.527.698	-	3.256.947
Octubre 2012	10.360.991	0	124.797	0	5.851.404	1.026.384	3.358.406
Noviembre 2012	10.114.868	0	0	0	6.019.802	926.523	3.168.543
Diciembre 2012	10.704.465	0	0	1.854.081	4.595.611	1.240.011	3.014.762

* Otros: Incluye viajes de trabajo, recurrentes de trabajo, estudios, recurrentes de estudios, visitas a familia y amigos, salud, prácticas deportivas,

El carácter "-" indica que el dato no está respaldado con la suficiente base muestral (100 registros)

Fuente: Turespaña - www.iet.tourspain.es - Toda persona que utilice estos datos deberá citar, en cualquier publicación que haga uso

Como se puede observar, la época correspondiente a las vacaciones de verano, registra un gran número de viajes, seguidas de épocas puntuales como la Semana Santa o la Navidad. Sin embargo, de manera constante se registran numerosos desplazamientos en los fines de semana. La empresa de turismo activo ofrece servicios de uno, dos y tres días de duración que pueden captar estos movimientos turísticos de fin de semana.

La última columna de la tabla recoge, entre otros datos, los viajes para prácticas deportivas, entre los que se encontrarían los servicios ofertados por esta empresa. Como se puede ver, los datos de esta columna son similares para todos los meses, si bien se desconoce cómo se reparte la demanda turística relacionada con actividades deportivas.

Respecto a los motivos que impulsan a los/las turistas internacionales, destaca el ocio. Según el "Balance del turismo", realizado por el Instituto de Estudios Estadísticos en el año 2012, aproximadamente el 86% de los/as turistas internacionales viajaron a España por motivos relacionados con el ocio. Este también fue el motivo principal de las personas residentes (53%), si bien los motivos personales estuvieron presentes en el 35% de estos/as turistas. Dicho informe recoge el siguiente gráfico explicativo:



Las motivaciones no relacionadas con el ocio tienen mayor presencia en los/as turistas residentes que en los/as no residentes. Esto hace que la demanda potencial esté compuesta por un porcentaje importante de clientela extranjera.

De los datos anteriores, se desprende que la demanda de los servicios de la empresa será elevada. Esta conclusión se ve reforzada por los siguientes datos, en los que se refleja que el principal motivo de entrada de turistas es el ocio y las vacaciones:

Entradas de turistas clasificadas por motivo de la visita. Año 2012			
	TOTAL	%	Tasa de Variación Interanual
Total	57.700.713	100%	2,7
Ocio, Vacaciones	49.456.777	85,71%	4,4
Trabajo y negocios, ferias, congresos	3.923.435	6,80%	-4,7
Estudios	940.494	1,63%	14,2
Personal (Familiares, Salud, Compras)	2.430.709	4,21%	-7,2
Otros motivos	932.893	1,62%	-21
No procede	16.406	0%	-66

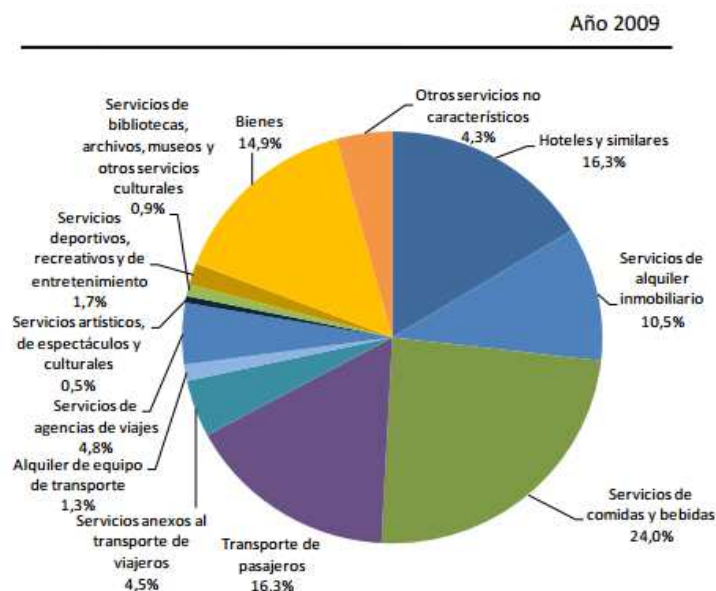
Datos provisionales. (*)

Fuente: Turespaña - www.iet.tourspain.es - T. S. G. de Conocimiento y Estudios Turísticos

En el caso de Portugal, el número de viajes anual realizados por los/as turistas por motivo de ocio, recreo y vacaciones ascendió a 6.927.072 en 2011, según datos del INE de Portugal. Esta cifra aumentó en 2012, llegando a los 7.201.020 viajes.

El siguiente gráfico muestra el porcentaje de las distintas actividades del sector turístico. Las actividades con un mayor porcentaje son aquellas relacionadas con los servicios de comidas y bebidas, el transporte de viajeros/as y los hoteles y similares.

En lo que interesa a la empresa de turismo activo, se puede ver que los servicios deportivos, recreativos y de entretenimiento sólo ocupan un 1,7% del total.



Fuente: Balantur 2012

La encuesta de gasto turístico EGATUR muestra el gasto de los/las turistas según el destino. Como se desprende de la siguiente tabla, en Extremadura, la estancia media del/la turista es de 9 noches, el gasto medio diario es de 94 euros al día (bastante por debajo de la media nacional), el gasto medio por persona es de 981 euros, y el gasto total en millones de euros es de 145 (también muy por debajo del gasto en otras comunidades).

	Gasto Total* (Mill. €)	Gasto Medio Persona (€)	Gasto Medio Diario (€)	Estancia Media(Noches)
Total	55.594	966	108	9
Andalucía	8.126	1.072	97	11
Aragón	321	1.162	122	10
Asturias (Pr. de)	282	1.216	93	13
Baleares (Illes)	10.092	967	111	9
Canarias	10.618	1.047	110	10
Cantabria	261	862	98	9
Castilla - La Mancha	215	1.244	112	11
Castilla y León	657	687	90	8
Cataluña	12.608	877	122	7
C. Valenciana	4.840	907	76	12
Extremadura	145	891	94	9
Galicia	760	845	105	8
Madrid (C. de)	5.146	1.152	159	7
Murcia (Región de)	601	1.033	79	13
Navarra (C. Foral de)	156	636	115	6
País Vasco	732	551	110	5
Rioja (La)	36	477	102	5

En este caso, interesa saber el gasto de las personas que deciden viajar cuando contratan paquetes turísticos. En la tabla siguiente se puede contemplar el gasto medio por persona que contrata un paquete turístico es de 136 € diarios y la estancia media de 8 días.

Gasto de los/las turistas según forma de organización.								
Año 2012. Millones de €. Datos provisionales. (*)								
	Gasto Total*		Gasto Medio Persona		Gasto Medio Diario		Estancia Media	
Total	55.594	5,7	966	2,8	108	6	9	-3
Con paquete	18.297	7,3	1.096	3,1	136	6	8	-2,7
Sin paquete	37.296	4,9	912	2,6	99	5,8	9	-3
Fuente: Turespaña - www.iet.tourspain.es -a S. G. de Conocimiento y Estudios Turísticos								
(*) Los datos se revisan con carácter definitivo al final del año. Los datos del Año 2011 se mantendrán provisionales hasta finales del año 2013.								

Según el Informe EGATUR del Ministerio de Industria, Energía y Turismo, para estancias de una noche, el gasto total medio por persona es de 372€, mientras que para estancias de entre 2 y 3 noches, dicho gasto asciende a 600€.

Por último, se realiza una segmentación de los/as clientes/as en la zona EUROACE:

- Segmento joven.

Este tipo de cliente/a es más activo y sofisticado que el tradicional. Demanda más actividades de aventuras y la posibilidad de personalizar los servicios. Generalmente, realiza un mayor gasto en la contratación de los servicios y la demanda es muy estacional. Las actividades que ofrece la empresa como la travesía en canoa, espeleología, rutas en 4x4, etc. están destinadas a satisfacer este segmento de la demanda.

- El mercado de la tercera edad.

Este segmento presenta un elevado potencial, sobre todo en los viajes organizados en transportes públicos, por recorridos de interés paisajístico y cultural. Los periodos vacacionales en este segmento están menos estacionalizados que en el resto, al ser en gran parte personas jubiladas. La empresa de turismo activo ofrece actividades como el senderismo, las visitas a las Aldeas de la región de Centro de Portugal, comidas típicas y alojamientos rurales que son de gran atractivo para este segmento.

- Familias

Los servicios ofrecidos por la empresa se ajustan perfectamente al turismo familiar, por lo que gran parte de su clientela serán padres y madres con hijos/as que deseen vivir juntos experiencias nuevas y disfrutar de su tiempo libre.

- Administraciones Públicas

Será un segmento importante de clientela. Si bien, el principal inconveniente que presenta este tipo de clientela es que suele pagar pasados varios meses, lo que puede suponer un grave perjuicio para la sostenibilidad del negocio. A fin de trabajar con la Administración Pública, es preciso presentarse a los concursos que convocan para la organización de actividades de aventura.

- Grupos

Mención especial merecen los grupos de clientes/as. Principalmente buscan el contacto con la naturaleza y la realización de todo tipo de deportes al aire libre. Los grupos tienen una importancia especial para la empresa, porque es más fácil su captación que la de clientes/as particulares, ya que dan una mayor rentabilidad y su demanda es más continua. Algunos ejemplos de grupos son:

- Asociaciones de vecinos/as.
- Colegios mayores de estudiantes.
- Universidades, colegios e institutos.
- Centros deportivos.

5.4. Análisis de la competencia

La intensidad de la competencia es media debido al gran número de empresas de turismo activo existentes en la región.

El hecho de que sea difícil hacerse con una cartera de clientela importante deriva en una menor intensidad competitiva por la barrera de entrada que esto supone. Pese a esto, la reducida inversión inicial en este tipo de negocios sigue haciendo atractivo el sector. En cuanto a las barreras de salida, los costes de abandonar la actividad son reducidos.

La ventaja del servicio de esta empresa se centra en que la clientela puede apreciar claramente las características diferenciadoras de los servicios. Por lo tanto, los productos sustitutivos como pueden ser los servicios turísticos convencionales de otras empresas, suelen ejercer poca competencia frente a los servicios de la empresa de turismo activo.

Sin embargo, sí existe una fuerte competencia de los/las guías de turismo autónomos.

A continuación, se puede observar los tres principales subsectores en los que se puede dividir el sector turístico en España: alojamientos colectivos, restauración y agencias de viajes, todos ellos susceptibles de ofrecer productos turísticos relacionados con la actividad turística:

	Establecimientos hoteleros	Restauración	Agencias de viajes
Volumen de negocios (miles)	16.201	41.660	17.573
Número de empresas	23.197	259.752	10.798
Personal ocupado	252.265	978.407	54.174
Gasto en personal	6.183	12.341	1.399
<i>FUENTE: INE (Encuesta Anual de Servicios). Año 2010.</i>			

La encuesta anual de servicios 2011 del Instituto Nacional de Estadística de España, muestra los siguientes datos sobre el número de empresas y el volumen de negocio de la competencia para la empresa de turismo activo:

Principales magnitudes por clase de variable y subsectores de actividad

Unidades: Datos económicos en miles de euros

	Número de empresas	Volumen de negocio
551 Hoteles y alojamientos similares	10.828	14.818.870
552 Alojamientos turísticos y otros alojamientos de corta estancia	9.237	1.496.148
553 Campings y aparcamientos para caravanas	904	446.978
559 Otros alojamientos	642	245.890
791, 799 Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos	11.081	17.692.778
931, 932 Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento	27.071	8.432.472
Total	59.763	43.133.136

Fuente: Instituto Nacional de Estadística

Como se puede ver, en 2011 existían en España casi 60.000 empresas dedicadas a actividades propias de esta empresa. Si bien esto representa una elevada competencia, por lo que la empresa deberá centrarse en aquellos aspectos diferenciales que se ha comentado anteriormente.

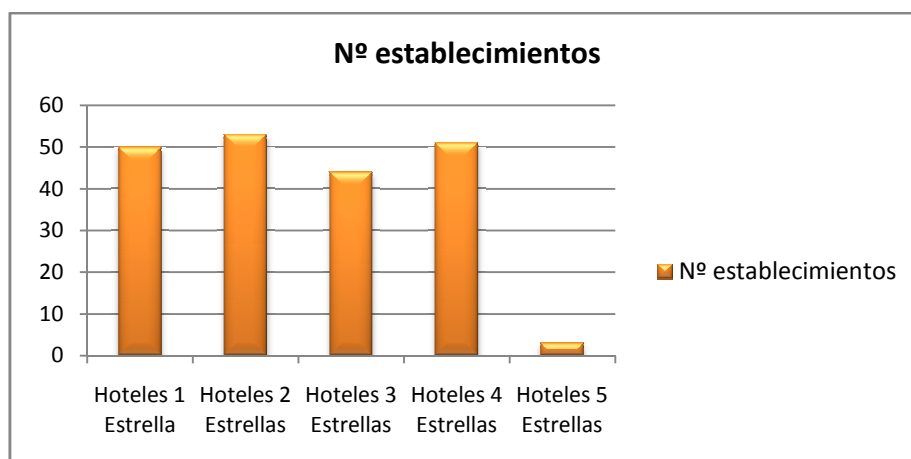
A continuación se muestran el porcentaje que posee en Portugal cada tipo de establecimientos turístico:

Tipo de alojamiento	Oferta turística (%). Año 2010	Oferta turística (%). Año 2011	Oferta turística (%). Año 2012
Establecimientos hoteleros	83	84,1	84,8
Albergue juvenil	1,2	1,1	0,9
Campings	14,5	13,7	13,3
Campamentos de vacaciones	1,3	1,1	1
Turismo en espacio rural	x	x	x

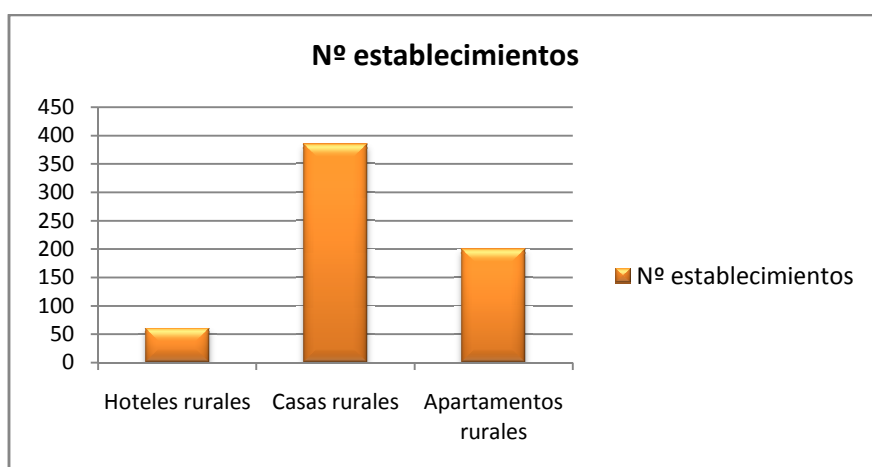
Fuente: INE Portugal; x: Dato no disponible

Como se puede observar, los establecimientos hoteleros poseen el mayor porcentaje. Para el año 2008, el INE de Portugal sí arroja el porcentaje correspondiente al alojamiento rural. En este año, la oferta turística de este tipo de alojamientos ascendió a un 2,4% del total.

Según el “Plan Estratégico de Turismo para Extremadura 2010-2015” del Gobierno de Extremadura, el número de hoteles y de establecimientos rurales se reparte de la siguiente manera:



Fuente: "Plan Estratégico de Turismo para Extremadura 2010-2015" del Gobierno de Extremadura



Fuente: "Plan Estratégico de Turismo para Extremadura 2010-2015" del Gobierno de Extremadura

El Instituto Nacional de Estadística de Portugal refleja los siguientes datos para el año 2012:

Región	Total TER ¹	Agroturismo	Casas de campo	Hoteles rurales	Otros TER	Alojamiento local ²
Centro	209	21	81	17	31	258
Alentejo	196	36	91	12	29	124

¹ TER: turismo en el Espacio rural. Engloba Agro-turismo, Casa de Campo, Hoteles Rurales. Según terminología portuguesa y en aplicación de las normas comunitarias (Reglamento Comunitario nº 692/2011) y medidas introducidas por Portugal en el Decreto-Ley nº 39/2008).

² Establecimientos de distintas tipologías que no han sido reconvertidos según la normativa citada en la anterior.

Como se puede ver en el siguiente cuadro, la mayor parte de las pernoctaciones en los/las viajeros/as de turismo rural se realizan en las casas de campo y los hoteles rurales.

Modalidad de Hospedaje	Distribución de las pernoctaciones (%) en establecimientos turísticos rurales. Año 2012	
	Centro %	Alentejo %
Turismo en espacio rural	16,8	22,4
Agroturismo	1,8	4,6
Casas de campo	6,7	10,8
Hoteles rurales	5,6	4,6
Otros TER	2,7	2,4
Turismo de habitación	4,3	1,8
Total	20,8	24

Fuente: INE Portugal

De todos los datos anteriores, se puede concluir que la empresa contará con una elevada competencia, debido a la existencia de un elevado número de empresas operadoras en el sector turístico. Sin embargo, estas empresas también pueden tener un efecto inverso, es decir, pueden convertirse en un factor favorable para esta empresa en la medida en que se produzcan sinergias entre los servicios ofrecidos por ellas y los de la empresa descrita en este proyecto.

Como punto final a este análisis, se va a sintetizar la competencia a tres posibles tipos de competidores:

- **Empresas especializadas en el sector.** Estas empresas organizan y llevan a cabo actividades deportivas al aire libre y de contacto con la naturaleza.
- **Asociaciones, Organizaciones y Clubes.** Estas entidades organizan excursiones relacionadas con el deporte de aventura y al aire libre. Su actividad es realizada sin ánimo de lucro y suelen estar subvencionadas por las administraciones públicas, por lo que ofrecen precios muy competitivos que para esta empresa son inviables.
- **Las Administraciones públicas.** Los ayuntamientos, la delegación de la mujer o la delegación de la juventud, por ejemplo, realizan de forma esporádica eventos a precios muy competitivos. Sin embargo, estos organismos pueden ser tanto competidores como clientes, debido a que ellos suelen subcontratar los servicios para la realización de estas actividades.

6. Plan de Marketing

6.1. Establecimiento de precios

Para establecer los precios de los servicios que se va a ofrecer, se deberán tener en cuenta los precios de la competencia, el tipo y el número de servicios contratados por la clientela, lo que ésta está dispuesta a pagar y los costes para esta empresa.

Según la información disponible en el INE, durante el año 2012 el gasto medio diario por persona, para una estancia media de 9 días cuando el motivo del viaje es ocio, recreo o vacaciones es de 108 €, aunque en Extremadura el gasto medio diario desciende hasta los 94 €. Se sabe, pues, que el gasto medio del/la turista en Extremadura está por debajo de la media nacional, aspecto que se debe tener en cuenta a la hora de establecer la política de precios.

Sin embargo, también se debe tener en cuenta que el gasto medio diario cuando se contrata un paquete turístico es de 136 €, como ya se vio anteriormente.

Teniendo en cuenta todos estos datos, los precios de los servicios serán los siguientes:

SERVICIO	PRECIO
Rutas en el Parque Nacional de Monfragüe	Por persona: 95 €
Aventura en la Serena	Por persona: 200 €
Aventura en el Valle del Jerte	Por persona: 220 €
Senderismo y piraguas en Centro de Portugal	Por persona: 130 €
Experiencias en el Parque Natural de la Sierra de S. Mamede	Por persona: 150 €

6.2. Canales de distribución

Los canales de distribución que la empresa va a utilizar son:

1. Canal largo: venta a mayoristas de viaje.
2. Canal corto: venta directa a las agencias de viaje, touroperadores y demás entidades.
3. Venta directa a través de la red: la página web de la empresa permite a la clientela reservar los servicios ofrecidos por ésta y pagar telemáticamente.
4. Venta directa a través de la oficina: la clientela cuenta con la posibilidad de contratar los servicios en la propia oficina de atención a la misma.
5. Venta directa por teléfono: se pondrá a disposición de la clientela un número de teléfono destinado a la información de los servicios que se ofrecen y a la reserva de los mismos.
6. Otros canales de venta: la empresa asistirá a ferias de turismo activo para dar a conocer sus servicios y captar posibles clientes/as, que podrán contratar sus servicios en ese mismo lugar.

6.3. Comunicación y promoción

Objetivo de la comunicación

Entrar en el mercado y atraer clientela.

Público objetivo

El target se segmenta en dos grupos:

1. Clientela particular: serán todas aquellas personas interesadas por el turismo activo. Como se dijo anteriormente, se pueden diferenciar varios segmentos: jóvenes, tercera edad, familias... Y pueden ser personas individuales o conformar grupos.
2. Entidades: Se incluyen en este grupo las agencias de viaje, touroperadores, mayoristas de viaje y otros tipos de entidades como las administraciones públicas (para la organización de rutas y de excursiones, por ejemplo).

Mensaje

El mensaje que se pretende transmitir es que la EUROACE es una región perfecta para la práctica del turismo de aventura que permite vivir experiencias únicas y de calidad.

Estrategia

Las estrategias de comunicación van a ser las siguientes:

1. Comunicación corporativa: La filosofía de la empresa se basa en ofrecer servicios de calidad que satisfagan las ansias de los/las turistas de realizar prácticas deportivas en entornos naturales de la región EUROACE. La empresa pretende ofrecer una imagen profesional de manera que la clientela confíe en ella para la práctica del turismo de aventura.
2. Comunicación externa: La comunicación externa se abordará mediante un marketing directo, un marketing indirecto y un marketing relacional.

Acciones

Las estrategias definidas se van a poner en marcha a través de las siguientes acciones:

1. Marketing directo. La empresa llegará de forma directa al cliente/a utilizando los medios publicitarios como los anuncios en prensa y en radio.

La empresa se anunciará en revistas cuyos lectores sean clientes/as potenciales. Además, contratará el diseño e impresión de folletos publicitarios que se repartirán en alojamientos rurales, agencias de viajes, asociaciones, etc.

También se utilizarán otros canales como correo electrónico, blogs, páginas web y social media.

2. Marketing indirecto: las recomendaciones por parte de la clientela de la empresa serán esenciales para dar a conocer el negocio. Un/a cliente/a satisfecho/a hará la mejor publicidad posible. Además, la empresa ofrece servicios de aventura que pueden suponer un riesgo para la integridad física, por lo que la calidad y seguridad percibida por la clientela serán fundamentales para una buena publicidad.

La empresa creará perfiles en redes sociales para que los/as usuarios/as que ya contrataron los servicios, hagan públicas sus opiniones y su satisfacción con el servicio.

3. Marketing relacional. El personal de la empresa realizará visitas comerciales a asociaciones de vecinos/as, agencias de viajes, centros deportivos, universidades, colegios, institutos y centros deportivos. Así, la empresa dará a conocer sus servicios a potenciales clientes/as.

También acudirá a ferias nacionales e internacionales relacionadas con el turismo. Por ejemplo, destacan:

- FITUR, Feria Internacional de Turismo, que tiene lugar en el mes de enero en Madrid.
- SITC, Salón Internacional de Turismo, que se celebra en Barcelona en abril.
- EXPOTURAL, Feria Nacional de Turismo Rural, Deporte de Naturaleza y Aventura, que se celebra entre los meses de septiembre y octubre en Madrid.

- AGROTUR, Salón Nacional de Turismo Rural y Ocio activo. Tiene lugar en Madrid en el mes de noviembre.
- FETUREX, Feria de Turismo de Extremadura. Se celebra en Mérida en mayo.

7. Recursos necesarios para la puesta en marcha del proyecto

7.1. Recursos físicos

7.1.1. Infraestructuras e instalaciones

La empresa dispondrá de un local alquilado de 35 m² para la atención de la clientela, que dispondrá de recepción y despacho para la persona promotora. El local estará situado en el centro de Cáceres, en un lugar de gran afluencia de turistas.

La empresa contará con una nave alquilada de 70 m² a las afueras de la ciudad para el almacenamiento del equipamiento y el material necesario para la prestación de las actividades.

También contará con una página web, cuya creación se encargará a una empresa especializada.

7.1.2. Equipamiento

- **Equipo informático**

Será necesario contar con un equipo informático completo para las personas empleadas de la empresa. Así, la empresa deberá adquirir programas informáticos de reservas, dos ordenadores, procesadores de texto, conexión a Internet, una impresora y escáner. También será fundamental contar con todas las licencias de software necesarias para el uso de las distintas aplicaciones y programas.

- **Materiales**

En primer lugar, será necesario adquirir material de oficina (papel, bolígrafos, archivadores, diccionarios lingüísticos, mapas, etc.).

En segundo lugar, se diseñarán y encargarán materiales de información a los/as turistas, tales como folletos, manuales, guías, croquis e itinerarios.

En tercer lugar, para la realización de las actividades, la empresa dispondrá de:

- 18 piraguas
- 36 chalecos salvavidas

- 18 pares de palas
- 10 Brújulas
- 2 equipos de tirolina
- 3 equipos de tiro con arco
- 20 linternas de cabeza
- 3 Botiquines
- 3 comunicadores portátiles (walkie-talkie)
- 16 Kits de espeleología

- **Mobiliario y decoración**

Debido a que el local deberá disponer de una zona destinada a la atención y recepción de la clientela, se deberá adecuar un mobiliario para ello. La recepción y el despacho de la persona promotora estarán totalmente equipados en cuanto a mobiliario se refiere: sillas, mesas, armarios y demás muebles auxiliares.

La decoración debe situar a la clientela en un ambiente que contenga elementos relacionados con el turismo activo. Los elementos decorativos estará constituidos principalmente por cuadros, murales y pósters de las distintas habitaciones. Todos ellos deberán mostrar actividades deportivas y paisajes de la zona EUROACE.

7.1.3. Desarrollo productivo

La empresa, en primer lugar, confeccionará las rutas y paquetes turísticos. Aunque la mayor parte de los paquetes estarán diseñados de antemano, habrá cierto margen de libertad para la realización de rutas que se ajusten a los requerimientos de grupos concretos de clientes/as. Los grupos no serán excesivamente amplios, con el fin de facilitar la organización y desarrollo de las actividades.

Las gestiones administrativas se referirán a la obtención de permisos para la visita de los espacios naturales en los que se requieran los mismos y en la reserva de entradas para determinados lugares.

La clientela podrá llevar a cabo las operaciones de pago directamente en la oficina física de la empresa o mediante su página web.

El proceso de prestación de servicios seguirá el siguiente esquema:

1. Reserva de servicios por parte de la clientela.
2. Subcontratación de empresa de transfers, para trasladar a la clientela del aeropuerto al alojamiento.
3. Subcontratación del alojamiento.
4. Subcontratación de las comidas.
5. Contratación de autobuses para los desplazamientos necesarios para la realización de las actividades programadas.
6. Prestación de servicios en el punto de destino:
 - a. Dar información a la clientela sobre todos los aspectos de la ruta a realizar: duración, recorrido, puntos de interés.
 - b. Instruir a la clientela sobre cómo desarrollar la actividad deportiva prevista, así como de las medidas de seguridad y de prevención.
 - c. La empresa dará al cliente/a todos los elementos necesarios para que se pueda desarrollar la actividad correctamente.
 - d. La empresa obtendrá los permisos y seguros necesarios en función de la reglamentación vigente y de la actividad que se realice.

Por tanto, los servicios subcontratados serán:

- Transfers.
- Desplazamientos.
- Comidas.
- Alojamientos.

7.2. Recursos humanos

7.2.1. Estructura organizativa de la empresa

La estructura organizativa de la empresa se encuentra dividida en cinco áreas de actuación:

- Bajo la responsabilidad de la persona emprendedora se encuentra:

Departamento de Administración, que desarrollará las tareas de administración, finanzas, cobros, recepción. Si bien la atención a la clientela la llevará a cabo tanto la persona emprendedora como los/as guías.

Departamento de Diseño de Paquetes Turísticos, que incluye tareas de diseño de actividades, excursiones y paquetes turísticos completos.

Departamento de Proveedores, tareas de negociación con proveedores, subcontratación de los mismos y acuerdos de colaboración.

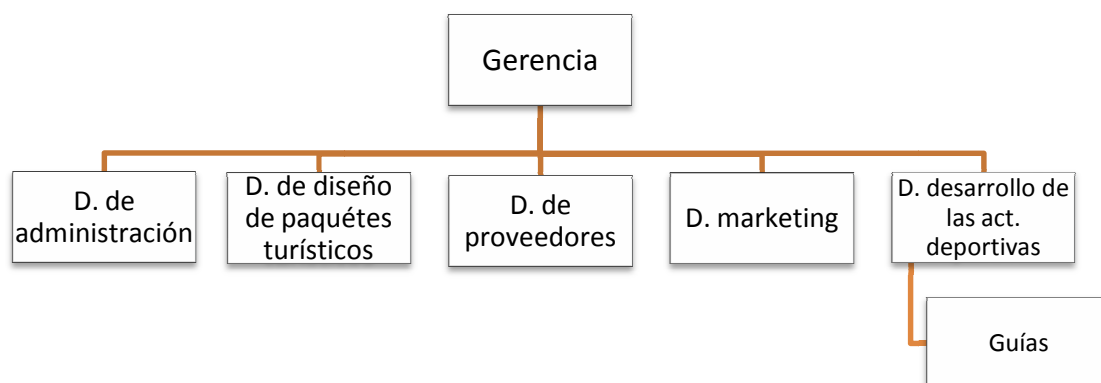
Departamento de Marketing, en el que se desarrollarán las tareas de Community Manager, Marketing y Publicidad de la empresa.

- Bajo la responsabilidad los/las guías se encuentra:

Departamento de Desarrollo de las actividades deportivas, dirigido a la buena ejecución de las actividades ofertadas, para lo cual, deberá respetarse la normativa medioambiental y prever planes de emergencia y evacuación.

Se subcontratarán los servicios de gestoría, contabilidad y servicios de transporte.

El organigrama de la empresa atenderá a la siguiente estructura:



7.2.2. Descripción de los puestos de trabajo

Destacan dos tipos de puestos.

Persona Gerente

La persona encargada de la gerencia será la propia persona emprendedora del negocio, que deberá cumplir los requisitos establecidos en la legislación laboral en materia de seguridad social y de seguridad e higiene en el trabajo, referida al personal a su cargo. Por lo tanto, deberá disponer de los permisos y licencias de tipo laboral que sean precisos. Es la persona responsable de:

- La organización y labor comercial.
- La gestión de la clientela y proveedores.
- La publicidad y el posicionamiento de la empresa en los medios de comunicación.
- La página Web y de las publicaciones que en ella se realicen.
- Revisar y controlar el buen estado de todos los equipos y material empleados.
- Velar por el cumplimiento de la normativa medioambiental aplicable al espacio en el que se desarrolle la actividad deportiva.
- Reparar y activar los planes de emergencia y de evacuación.

Guías:

La empresa contará con dos guías. Sus tareas son las siguientes:

- Informar, explicar y asesorar sobre la realización de las actividades de aventura.
- Acompañar a la clientela durante la realización de dichas actividades.
- Advertir de los posibles peligros y explicar las medidas de seguridad y prevención.
- Ante los imprevistos en la realización de las actividades que puedan poner en peligro la vida o integridad de la clientela, deberá tomar las decisiones oportunas a fin de garantizar la seguridad de los/as participantes.
- Velar por el adecuado uso de los equipos y material empleados.
- Recabar las reclamaciones y sugerencias de la clientela.
- Atender a los/as usuarios/as, tanto personalmente en la oficina como por teléfono.
- Cerrar la venta de paquetes turísticos.
- Gestiones de cobro.

En caso de que se incremente la demanda prevista, se contratarán monitores/as freelance.

7.2.3. Gestión de los recursos humanos

Los recursos humanos en una empresa de turismo activo tienen un carácter estratégico, pues se ofrece un servicio en el que la calidad y la atención al público son fundamentales.

La empresa evitará la precariedad en el trabajo y las altas rotaciones de los puestos, para conseguir un mayor conocimiento de la cultura organizativa propia de la empresa, lo que proporcionará mayor satisfacción al personal y un mejor servicio. Los/as guías de las actividades deportivas atenderán las reclamaciones, dudas y sugerencias de la clientela y las transmitirán a la persona promotora, a fin de que ésta mejore el diseño de la oferta de servicios de la empresa.

El número de personas que operan en la empresa no es elevado, lo que permite que la organización de los recursos humanos pueda llevarse a cabo de manera informal sin recurrir a la necesidad de crear un departamento específico en la empresa. La adecuada colaboración y organización entre los/las dos guías y la persona emprendedora es esencial para ofrecer un servicio de calidad al cliente/a. La comunicación entre estos individuos debe ser fluida y deben saber trabajar en equipo.

Selección

Para la selección de los recursos humanos se publicarán ofertas a través de portales de empleo especializados, de redes profesionales y de su propia web.

La selección se hará mediante entrevista personal por parte de la persona promotora de la empresa.

Contratación

Los/as dos guías trabajarán para la empresa según un contrato de duración indefinida y a jornada completa.

En temporada alta, y en el caso de que la empresa no alcance a cubrir la demanda, contratará otros/as quías a través de contratos freelance.

7.3. Forma jurídica

La persona emprendedora se constituirá como empresario/a individual.

Esta forma jurídica se rige en materia mercantil por el código de comercio y en materia de derechos y obligaciones por el Código civil. Además la ley 20/2007 regula el estatuto del trabajo autónomo.

Las características principales de este tipo de empresas (texto extraído de <http://www.ipyme.org>):

- Control total de la empresa por parte de la persona propietaria, que dirige su gestión.
- La personalidad jurídica de la empresa es la misma que la de su titular (empresario/a), quien responde personalmente de todas las obligaciones que contraiga la empresa.
- No existe diferenciación entre el patrimonio mercantil y su patrimonio civil.
- No precisa proceso previo de constitución. Los trámites se inician al comienzo de la actividad empresarial.
- La aportación de capital a la empresa, tanto en su calidad como en su cantidad, no tiene más límite que la voluntad de la persona empresaria.
- Es la forma que menos gestiones y trámites ha de hacer para la realización de su actividad, puesto que no tiene que realizar ningún trámite de adquisición de la personalidad jurídica.

Para obtener más información acerca de esta forma jurídica o de otras posibles, puede consultarse el Portal PYME del Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

8. Análisis DAFO

Este apartado se va a centrar en estudiar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de este proyecto.

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - La empresa es desconocida - Dificultades de tesorería - Desplazamiento demanda - Servicios no imprescindibles 	<ul style="list-style-type: none"> - Destinos baratos - Competencia - Crisis persistente - Inversiones en infraestructuras - Actividades de riesgo - Estacionalidad de la demanda
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Gestión integral - Conservación del entorno - Localización - Sinergia - Cualificación y experiencia - Posibilidad de diversificar servicios 	<ul style="list-style-type: none"> - Amplia demanda - Demanda creciente - Hospitalidad - Condiciones climáticas - Red de embalses - Promoción conjunta del turismo - Paquetes turísticos - Nuevas tecnologías - Motor económico

Conclusiones finales:

La estrategia CAME (corregir las debilidades de la empresa, afrontar las amenazas del sector, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades) servirá para que la empresa potencie su posición en el mercado y se diferencie aún más de sus competidores.

CORREGIR LAS DEBILIDADES

- La empresa es desconocida. El hecho de que la empresa aún no opere en el mercado, hace que captar clientela sea más complicado. Ello se corrige llevando a cabo acciones de promoción agresivas.
- Dificultades de tesorería. La estacionalidad de la demanda deriva en un desequilibrio de los flujos de caja de la empresa, llegando a tener picos de tesorería en los meses de mayor demanda y escasez en temporada baja. La temporada alta se identifica con periodos vacacionales tales como verano, navidades y Semana Santa, principalmente. La empresa deberá diseñar servicios que desestacionalicen la demanda.
- Desplazamiento demanda. Es posible que la empresa vea disminuida su demanda por productos turísticos sustitutivos tales como actividades relacionadas con el turismo vacacional de sol y playa o el turismo cultural. Para combatir esta debilidad, la empresa deberá promocionar las ventajas del turismo activo.
- Servicios no imprescindibles. Los servicios que ofrece una empresa de turismo activo no son de primera necesidad y sólo cuando los/las ciudadanos/as tienen cubiertas estas necesidades se plantean satisfacer necesidades más complejas. La crisis económica ha ocasionado graves detrimentos en el poder adquisitivo de las familias, haciendo que disminuya el ahorro. Por lo tanto, la empresa puede verse afectada por la falta de holgura económica de las familias. Para corregir esta debilidad, se deben ofrecer precios asequibles y competitivos.

MANTENER LAS FORTALEZAS

- Gestión integral. La empresa se encarga de los desplazamientos necesarios para la realización de las actividades, de la gestión de las comidas, el alojamiento, el material imprescindible para la actividad,...Por lo tanto, aporta valor a la clientela ofreciendo una gestión integral, a diferencia de otras empresas.
- Conservación del entorno. Con su labor, la empresa va a fomentar la conservación y el mantenimiento del patrimonio natural de la zona EUROACE, lo que otorga un cometido social, incidiendo ello en la potenciación de la imagen de la empresa.
- Localización. La ubicación de la empresa de turismo activo es privilegiada, al estar situada en una zona de carácter estratégico en cuanto a lo que al turismo se refiere. El

clima y la complementariedad de los paisajes y recursos naturales de la EUROACE hacen posible esta fortaleza.

- Sinergias. La empresa de turismo activo puede beneficiarse de otras formas de turismo, es decir, pueden surgir sinergias con empresas de turismo de experiencias, turismo tradicional, turismo cultural, etc. La empresa potenciará esta fortaleza diseñando una oferta de incluya la posibilidad de combinación con otras actividades turísticas.
- Cualificación y experiencia previa. El perfil profesional de la persona promotora es un claro factor de garantía de éxito para este negocio, ya que la calidad del servicio será esencial para el mantenimiento y crecimiento de la demanda de la empresa.
- Posibilidad de diversificar servicios. Debido a la extensa experiencia en turismo activo de la persona emprendedora y a la complementariedad de los recursos de la zona EUROACE, la empresa podrá ofrecer una oferta diversificada, que otorgue más regularidad a la demanda.

EXPLOTAR LAS OPORTUNIDADES

- Amplia demanda. El turismo activo presenta una gran demanda potencial, como pudimos ver en el apartado del análisis de la demanda: jóvenes, adultos, mayores, familias, grupos, parejas, singles, nacionales, extranjeros, administraciones públicas. La empresa debe dirigirse de forma adecuada a estos segmentos y captar esta potencial demanda mediante las acciones de promoción y publicidad.
- Demanda creciente. En la zona EUROACE se hace patente el crecimiento de la demanda de productos turísticos enfocados al contacto con el medio ambiente, dado el gran potencial que la eurorregión posee en este tipo de recursos.
- Interés creciente de la población por el medio ambiente y el deporte. La empresa diseñará una oferta que satisfaga este interés creciente a fin de captar esta potencial demanda.
- Hospitalidad. Las personas que habitan en la zona EUROACE presentan un carácter abierto, amigable y gentil que dotan al territorio de alta hospitalidad.
- Condiciones climáticas. La empresa de turismo activo situada en la EUROACE podrá ofrecer la plenitud de sus servicios gracias a la excelencia de las condiciones

climáticas de la zona. La zona no presenta un clima extremo que impida llevar a cabo las actividades deportivas planificadas.

- Red de embalses. Importante red de embalses que permite desarrollar numerosas actividades económicas relacionadas.
- Promoción conjunta del turismo. El informe denominado “Una estrategia para la Eurorregión. EUROACE 2020”, contiene entre sus objetivos, la creación de un Plan de promoción conjunta del turismo y de las marcas turísticas de la zona EUROACE en los mercados exteriores (ferias internacionales) e interiores (ferias regionales o locales). La promoción del turismo de la EUROACE mediante este tipo de eventos servirá de impulso para el turismo de la zona a nivel internacional, nacional y local.
- Paquetes turísticos. Otro de los objetivos de la Estrategia EUROACE 2020 es la creación y promoción de paquetes y productos turísticos de carácter transfronterizo que permitan explotar los rasgos comunes a las diferentes regiones que conforman la eurozona.
- Nuevas tecnologías. Las Tecnologías de la Información y Comunicación dotan al sector de amplias posibilidades de desarrollo y competitividad. La empresa deberá usar las nuevas tecnologías en su provecho.
- Motor económico. La progresiva concepción del turismo como un motor económico y fuente generadora de empleo dota al sector de un prestigio e importancia del que carecía hasta ahora.

AFRONTAR LAS AMENAZAS

- Estacionalidad de la demanda. La empresa puede superar la estacionalidad colaborando con centros educativos y programas de la Administración. También debe diseñar una oferta que pueda captar clientela en todas las épocas del año.
- Destinos baratos. Aparición de destinos turísticos emergentes (países del este y países en desarrollo) con precios más económicos. El plan de comunicación debe poner en valor los recursos de la zona, que diferencien los servicios de la empresa respecto de otros competidores.
- Competencia. Como se ha podido ver en el análisis de la competencia, existen un gran número de empresas operadoras dedicadas al turismo activo. Para afrontar esta

amenaza, la empresa debe poner en valor los aspectos diferenciales anteriormente señalados.

- Crisis persistente. Se hacen patentes en la zona EUROACE los efectos negativos que sobre el turismo está causando la persistencia de la crisis económica europea. El menor poder adquisitivo de los/las ciudadanos/as limita sus posibilidades de viajar. La empresa deberá centrarse en turistas procedentes de países extranjeros en los que la crisis no se ha manifestado de forma tan acusada como en España.
- Inversiones en infraestructuras. Probable aplazamiento de inversiones en infraestructuras de transporte y menor disponibilidad de recursos destinados a la conservación de las existentes debido a la persistencia del actual contexto de crisis. A pesar del aplazamiento de las inversiones en infraestructuras, la región dispone actualmente de unas infraestructuras en buen estado de conservación que la empresa puede aprovechar.
- Apoyo financiero. Es probable la reducción de los apoyos financieros que, en el próximo marco comunitario reciba la zona EUROACE para actividades económicas tan importantes como el turismo. Sin embargo, la concienciación sobre la importancia del turismo como sector estratégico para la región EUROACE es cada vez mayor, por lo que las autoridades no dejarán de incentivar este sector.
- Actividades de riesgo. La empresa ofrece servicios que pueden conllevar un riesgo para la vida o integridad física de los/las contratantes. Para afrontar esta amenaza, la empresa debe cumplir con las medidas de seguridad obligatorias, prever planes de emergencia y contar con monitores/as expertos/as en las actividades deportivas y con formación en primeros auxilios.

9. Valoración y análisis financiero

9.1. Inversión inicial

A continuación se hace una valoración financiera de los recursos que van a ser necesarios.

9.1.1. Activo no corriente

Bienes y derechos que son necesarios en la empresa mientras dure su actividad y su uso es imprescindible para producir el bien o servicio.

ACTIVO MATERIAL, conjunto de elementos patrimoniales tangibles, muebles e inmuebles que se utilizan de manera continuada en la producción de bienes y servicios y que no están destinados a la venta.

Edificios, Locales y Terrenos: El local comercial de 35 m², en el que se va a desarrollar la actividad será en régimen de alquiler, al igual que la nave de 70 m².

Instalaciones Técnicas, Maquinarias y Herramientas:

Equipo	Precio	Unidades	Importe
Walkie talkie	30	3	90
Botiquines	20	3	60
Equipo de tiro con arco	130	3	390
Equipos de tirolina	90	2	180
Brújulas	3	10	30
Pares de palas de piraguas	20	48	960
Chalecos salvavidas	25	48	1.200
Piraguas	180	24	4.320
Kit espeleología (Cascos, monos, linternas, arneses, guantes...)	400	16	6.400
TOTAL			13.630

Utillaje y Mobiliario: se incluyen las instalaciones y materiales no relacionados con el proceso de producción, así como el mobiliario y equipos para la adecuación de oficinas y locales.

El utillaje comprenderá el material de oficina necesario para iniciar la actividad (archivadores, papel, bolígrafos, etc.) Esta partida será de 600 euros.

En cuanto al mobiliario, será necesario adquirir mesas de trabajo, sillas de oficina, sillas de espera y de confidente, estanterías y armarios. El valor de estos elementos asciende a 2.100 euros.

Equipos Informáticos: Ordenadores, servidores de aplicaciones, pantallas, periféricos, impresoras, fax, etc. El coste total es de 3.000 euros.

Elementos de Transporte: En un principio, serán necesarios dos vehículos 4x4 destinados al desarrollo de la actividad. Uno de ellos será aportación en especie por parte de la persona promotora (valorado en 15.000 euros) y el otro se conseguirá a través de un contrato de renting de 400€/mes.

ACTIVO INMATERIAL, conjunto de bienes intangibles y derechos que permanecen en el tiempo y se utilizan en la producción de bienes y servicios.

Aplicaciones Informáticas: inversiones en software requeridas como soporte a la actividad empresarial. Se incluyen programas ofimáticos (procesadores de textos, hojas de cálculo, bases de datos), antivirus y la creación de la página web. El coste será de 1.600 euros.

Fianzas: La fianza del arrendamiento del local será de dos mensualidades, lo que suma un total de 525 euros.

9.1.2. Activo corriente

Bienes y derechos necesarios para la actividad y que van a permanecer en la empresa durante un periodo inferior a un año. Se pueden considerar:

Existencias, materias primas, envases y embalajes... Aquí se incluirán los mapas, los folletos informativos y explicativos que se entregarán a cada turista. El coste del stock inicial será de 400 euros.

Tesorería Inicial. Será necesario disponer de la cantidad de dinero necesaria para mantener la actividad empresarial durante los primeros meses en función de los cobros y los pagos que se vayan produciendo.

INVERSIÓN INICIAL

CONCEPTO	ADQUISICIONES		APORTACION EN ESPECIE	TOTAL
	ADQUISICIÓN A EMPRESAS	TIPO IVA		
Adquisición del terreno		21%		0
Edificios y Construcciones		21%		0
Instalaciones		21%		0
Maquinaria		21%		0
Equipamiento	13.630	21%		13.630
Mobiliario	2.100	21%		2.100
Utillaje	600	21%		600
Vehículos de transporte		21%	15.000	15.000
Equipos informáticos	3.000	21%		3.000
Otros (proyectos técnicos)		21%		0
Total Inmovilizado Material	19.330		15.000	34.330
Gastos de I+D (*)		21%		0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial		21%		0
Aplicaciones informáticas	1.600	21%		1.600
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesiones administrativas		21%		0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	525	21%		525
Total Inmovilizado Inmaterial	2.125		0	2.125
TOTAL ACTIVO NO CORRIENTE				36.455
Existencias Iniciales (M.P., productos terminados, envases y embalajes...)	400	10%		400
Tesorería inicial para la puesta en marcha(**)				1.599
TOTAL ACTIVO CORRIENTE	400		0	400
TOTAL INVERSION	21.855		15.000	36.855
Total IVA SOPORTADO	4.546			4.546
Total Impuesto de Transmisiones (ITPYADJ)				0
Total Necesidades Iniciales	26.401			41.401
				43.000

9.2. Fuentes de financiación

Las necesidades de financiación para este proyecto son las siguientes:

NECESIDADES DE FINANCIACIÓN INICIALES

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN
Capital Aportado	25.000
En Especie	15.000
Dinerario	10.000
Otros (detallar)	
Subvención concedida	
Recursos Propios	25.000
Deudas bancarias a L/P	18.000
Otras deudas Bancarias	
Recursos Ajenos a L/P	18.000
Deudas bancarias a C/P	
Proveedores varios	0
Otros (acreedores, anticipos de clientes...)	
Recursos Ajenos a C/P	0
NECESIDADES DE FINANCIACIÓN TOTALES	43.000

1. Recursos propios

Para la financiación del proyecto, la persona emprendedora aportará un capital de 10.000 euros y el elemento de transporte valorado en 15.000 euros.

2. Recursos ajenos

Para la cantidad restante necesaria para la inversión se solicitará un préstamo a Largo Plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN PRÉSTAMO

PRÉSTAMO INICIAL	
Importe de Capital	18.000
Años	8 años
Euribor	8,00%
Diferencial	
Gastos de Formalización (2%)	360
Tipo Interés nominal	8,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	18.000,00
Importe de Intereses:	6.428,18
Coste total operación:	24.428,18
Cuota Mensual (a):	254,46
Cuota Anual	3.053,52
Num. Cuotas:	96
Tipo Interés (TAE):	8,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,67%

9.3. Previsiones de ingresos

El primer año será el año en el que la empresa intente introducirse en el mercado. La empresa iniciará su actividad el 1 de enero. De esta forma, se prevé que en los primeros meses no se produzcan ventas, y éstas comiencen a partir del mes de abril, mes en el que ya se habrá conseguido captar algunos/as clientes/as.

Los meses 1 a 3 serán de total inactividad, ya que la empresa está iniciando su puesta en marcha.

En los meses 4, 5 y 6 se prevé un aumento de la demanda de los servicios, principalmente por el buen clima existente en estos meses. La primavera es una época ideal para practicar cualquiera de las actividades que ofrece la empresa y para visitar los espacios naturales de la zona EUROACE. Sin embargo, hay que tener en cuenta que la empresa aún está dándose a conocer y captando su primera clientela. La capacidad empleada ascenderá al 40%.

Los meses 7 y 8 son meses vacacionales, suponen la temporada alta para el turismo activo. Se estima que la capacidad se incremente hasta el 75%.

En los meses 9, 10 y 11 se reduce la demanda, pero el clima suave y lo atractivo que resulta el otoño para visitar nuevos lugares hace que la capacidad alcance el 50%.

En el mes de diciembre disminuye la demanda de los paquetes turísticos por el empeoramiento del clima. Sin embargo, las vacaciones de Navidad y los eventos pueden potenciar la demanda. La empresa utilizará por tanto un 25% de su capacidad.

PREVISIÓN DE INGRESOS Y CONSUMOS

HIPOTESIS DE PARTIDA	Producto/ Servicio 1	Producto/ Servicio 2	Producto/ Servicio 3	Producto/ Servicio 4	Producto/ Servicio 5
Nº medio de productos vendidos / servicios prestados al mes	15	11	11	11	11
Precio medio por Producto/Servicio	95,00	200,00	220,00	130,00	150,00
IVA repercutido	21%	21%	21%	21%	21%

PREVISIÓN DE INGRESOS

DATOS ESTIMADOS	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
NOMBRE SERVICIO 1: Rutas en el Parque Nacional de Monfragüe													
Nº Productos /Servicios 1	0	0	0	16	16	16	30	30	20	20	20	10	178
Precio	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	95,00	
Ingresos	0	0	0	1.520	1.520	1.520	2.850	2.850	1.900	1.900	1.900	950	16.910
Coste Producto /Servicio	0,00	0,00	0,00	32,00	32,00	32,00	60,00	60,00	40,00	40,00	40,00	20,00	356,00
NOMBRE SERVICIO 2: Aventura en la Serena													
Nº Productos /Servicios 2	0	0	0	12	12	12	23	23	15	15	15	8	134
Precio	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	
Ingresos	0	0	0	2400	2400	2400	4500	4500	3000	3000	3000	1500	26.700
Coste Producto /Servicio	0,00	0,00	0,00	36,00	36,00	36,00	67,50	67,50	45,00	45,00	45,00	22,50	400,50
NOMBRE SERVICIO 3: Aventura en el Valle del Jerte													
Nº Productos /Servicios 3	0	0	0	12	12	12	23	23	15	15	15	8	134
Precio	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	220,00	
Ingresos	0	0	0	2640	2640	2640	4950	4950	3300	3300	3300	1650	29.370
Coste Producto /Servicio	0	0	0	36	36	36	68	68	45	45	45	23	400,50
NOMBRE SERVICIO 4: Senderismo y piraguas en Centro de Portugal													
Nº Productos /Servicios 4	0	0	0	12	12	12	23	23	15	15	15	8	134
Precio	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	130,00	
Ingresos	0	0	0	1560	1560	1560	2925	2925	1950	1950	1950	975	17.355
Coste Producto /Servicio	0	0	0	24	24	24	45	45	30	30	30	15	267,00
NOMBRE SERVICIO 5: Experiencias en el Parque Natural de la Sierra de S. Mamede													
Nº Productos /Servicios 5	0	0	0	12	12	12	23	23	15	15	15	8	134
Precio	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	150,00	
Ingresos	0	0	0	1800	1800	1800	3375	3375	2250	2250	2250	1125	20.025
Coste Producto /Servicio	0	0	0	24	24	24	45	45	30	30	30	15	267,00
INGRESOS POR VENTAS	0	0	0	9920	9920	9920	18600	18600	12400	12400	12400	6200	110.360
Iva repercutido	0	0	0	2083,2	2083,2	2083,2	3906	3906	2604	2604	2604	1302	23175,6
Facturado a clientes	0	0	0	12003,2	12003,2	12003,2	22506	22506	15004	15004	15004	7502	133.536
Cobros del periodo	0	0	0	12003,2	12003,2	12003,2	22506	22506	15004	15004	15004	7502	133535,6
Cobros periodos anteriores				0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL COBROS	0	0	0	12003	12003	12003	22506	22506	15004	15004	15004	7502	133.536

Perfil de cobro de facturas	Franja de tiempo	Porcentaje (%) de las facturas
El Porcentaje (%) del Importe facturado A CLIENTES cada mes que se COBRA en las franjas de tiempo especificadas.	1. al contado	100%
	2. a los 30 días	
	3. a los 60 días	
	4. a los 90 días	

9.4. Costes de producción

Los costes de producción previstos serán esencialmente los destinados a la impresión de folletos informativos de la ruta para entregar a la clientela.

COSTES DE PRODUCCIÓN / PRESTACIÓN DEL SERVICIO

CONSUMIBLES (indica los productos y consumibles)	coste Unitario	Unidades vendidas	Coste anual de consumos
servicio 1	2		
folletos informativos	2,00	178	356
Servicio 2	3,00		
folletos informativos	3,00	133,5	400,5
servicio 3	3		
folletos informativos	3,00	133,5	400,5
servicio 4	2		
folletos informativos	2,00	133,5	267
servicio 5	2		
folletos informativos	2,00	133,5	267
			1691
			TOTAL

9.5. Previsión de gastos generales y gastos de personal

Gastos generales

En cuanto a los gastos generales, por una parte se deberá tener en cuenta los gastos variables y por otra los gastos fijos. A continuación se muestran todos ellos en la siguiente tabla:

COMPRAS Y GASTOS GENERALES

ANO 1	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Compras:	0	0	0	152	152	152	285	285	190	190	190	95	1.691
folletos informativos	0	0	0	152	152	152	285	285	190	190	190	95	1.691
Gastos variables:	0	0	0	1.488	1.488	1.488	2.790	2.790	1.860	1.860	1.860	930	16.554
Transportes, alojamientos, comidas, gasolina, seguros...	0	0	0	1.488	1.488	1.488	2.790	2.790	1.860	1.860	1.860	930	16.554
Gastos fijos:	1.583	1.283	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	19.690
Promoción comercial	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	300	3.600
Servicios Exteriores (gestoría y profesionales independientes)	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Suministros (agua, electricidad, teléfono, energía, internet...)	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	270	3.240
Tributos (licencias de obra y apertura, tasas...)	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	360
Seguros	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	170	2.040
Gastos de constitución, Registros, Diligencias, Libros	300												300
Gastos I+D													0
Alquileres	403	403	803	803	803	803	803	803	803	803	803	803	8.830
Gastos diversos (otros tributos...)	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	120
TOTAL GASTOS y compras	1.583	1.283	1.683	3.323	3.323	3.323	4.758	4.758	3.733	3.733	3.733	2.708	36.244

Iva soportado	234	171	255	287	287	287	314	314	295	295	295	275	3.306
Total Pagos	1.816	1.453	1.937	3.609	3.609	3.609	5.072	5.072	4.027	4.027	4.027	2.982	41.241

Gasto de personal

Los costes de personal para el primer año son los siguientes:

GASTOS DE PERSONAL

AÑO 1													
Categoría/ puesto/ funciones	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
Monitor/a 1													
Salario Bruto trabajador/a			1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	11.000
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	0	0	363	363	363	363	363	363	363	363	363	363	3.630
Coste empresa	0	0	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	14.630
Monitor/a 2													
Salario Bruto trabajador/a			1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	1.100	11.000
Coste Seguridad Social (a cargo de la empresa, 33%)	0	0	363	363	363	363	363	363	363	363	363	363	3.630
Coste empresa	0	0	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	1.463	14.630
Persona Promotora													
Salario Bruto	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	1.200	14.400
Seguridad Social (260 €)	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	260	3.120
Coste trabajador autónomo	1.460	1.460	1.460	1.460	1.460	1.460	1.460	1.460	1.460	1.460	1.460	1.460	17.520
COSTE EMPRESA TOTAL	1.460	1.460	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	46.780

Gastos de amortización

El gasto en amortización se muestra en la siguiente tabla:

AMORTIZACIÓN CONTABLE

TIPOLOGIA	PRECIO DE ADQUISICIÓN	VIDA ÚTIL AÑOS	CUOTA ANUAL
Gastos de I+D	0	5	0
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comercial	0	5	0
Aplicaciones informáticas	1.600	5	320
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio	0	5	0
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	525	5	105
TOTAL AMORT. INMOV. INMATERIAL			425
Adquisición del terreno (no se amortiza)	0	0	
Construcciones	0	50	0
Instalaciones	0	15	0
Maquinaria	0	12	0
Equipamiento	13.630	15	909
Mobiliario	2.100	15	140
Utilaje	600	4	150
Vehículos de transporte	15.000	8	1.875
Equipos informáticos	3.000	5	600
Otros (proyectos técnicos)	0	5	0
TOTAL AMORT. INMOV. MATERIAL			3.674

9.6. Previsión de tesorería

A continuación se muestra el flujo de caja previsto en el primer año teniendo en cuenta los pagos y cobros realizados y pendientes de realizar:

FLUJOS DE CAJA

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
COBROS:													
Cobros de las ventas		0	0	0	12.003	12.003	12.003	22.506	22.506	15.004	15.004	15.004	7.502
Prestamo a Corto Plazo		13.000											
Préstamo a Largo Plazo	18.000												
Subvenciones cobradas	0												
Otros (detallar)	0												
Aportación emprendedor/a	10.000												
TOTAL COBROS	28.000	13.000	0	0	12.003	12.003	12.003	22.506	22.506	15.004	15.004	15.004	7.502
PAGOS:													
Pagos sueldos		1.460	1.460	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386
Pago compras y gastos generales		1.816	1.453	1.937	3.609	3.609	3.609	5.072	5.072	4.027	4.027	4.027	2.982
Pago IVA a Hacienda								5.390			9.493		
Devolución capital préstamos		134	135	136	137	138	139	140	141	142	143	144	13.145
Pago intereses	360	456	189	182	175	168	160	153	146	139	131	124	116
Pago de las inversiones	26.401	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
TOTAL PAGOS	26.761	3.866	3.237	6.641	8.307	8.301	8.294	15.141	9.745	8.693	18.179	8.680	20.629
FLUJO DE CAJA NETO	1.239	9.134	-3.237	-6.641	3.696	3.703	3.709	7.365	12.761	6.311	-3.175	6.324	-13.127
SALDO FINAL DE TESORERÍA	1.239	10.373	7.136	495	4.191	7.893	11.602	18.967	31.729	38.039	34.864	41.187	28.060

Para hacer frente a los meses en los que los flujos de caja son negativos, se prevé la solicitud de un crédito a corto plazo con las siguientes características:

AMORTIZACIÓN CRÉDITO

CRÉDITO INICIAL	
Importe de Capital	13.000
Años	1 años
Euribor	2,50%
Diferencial	4,50%
Gastos de Formalización (2%)	260
Tipo Interés nominal	7,00%

RESÚMEN	EUR
Importe de Capital	13.000,00
Importe de Intereses:	498,17
Coste total operación:	13.498,17
Cuota Mensual (a):	1.124,85
Cuota Anual	13.498,17
Num. Cuotas:	12
Tipo Interés Anual (TAE):	7,00%
T. Interés Equivalente Mensual:	0,58%

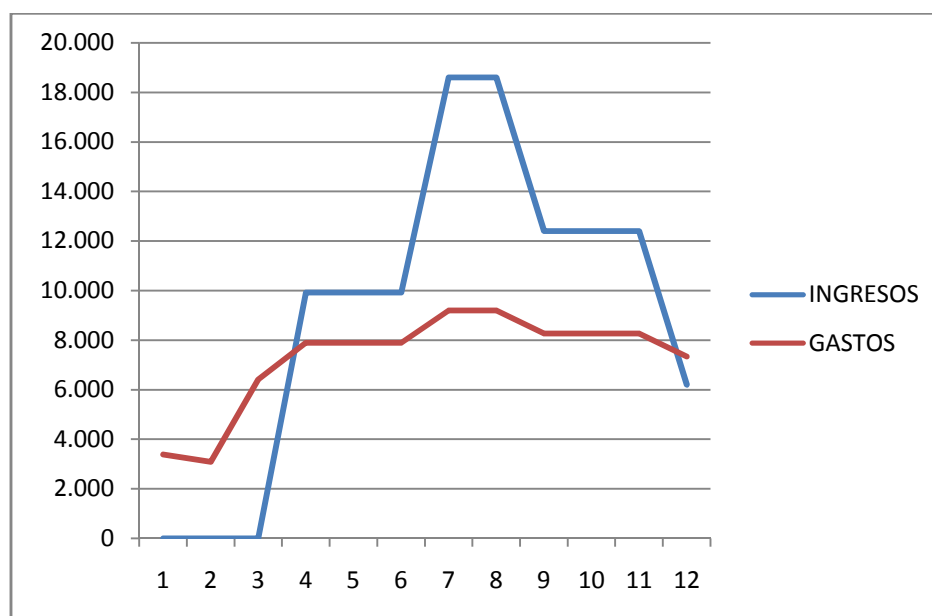
9.7. Análisis de resultados, balances y ratios

Cuentas de resultados mensuales para el primer año del proyecto:

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

AÑO 1	mes 0	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12	TOTAL
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	0	0	0	0	9.920	9.920	9.920	18.600	18.600	12.400	12.400	12.400	6.200	110.360
CONSUMOS	0	0	0	0	152	152	152	285	285	190	190	190	95	1.691
margen bruto	0	0	0	0	9.768	9.768	9.768	18.315	18.315	12.210	12.210	12.210	6.105	108.669
Gastos de personal	0	1.460	1.460	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	4.386	46.780
Gastos variables	0	0	0	0	1.488	1.488	1.488	2.790	2.790	1.860	1.860	1.860	930	16.554
Gastos fijos	0	1.583	1.283	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	1.683	19.690
Amortizaciones	0	342	342	342	342	342	342	342	342	342	342	342	342	4.099
Total gastos	0	3.384	3.084	6.410	7.898	7.898	7.898	9.200	9.200	8.270	8.270	8.270	7.340	87.123
Beneficio antes de impuestos e intereses	0	-3.384	-3.084	-6.410	1.870	1.870	1.870	9.115	9.115	3.940	3.940	3.940	-1.235	21.546
Gastos financieros	360	456	189	182	175	168	160	153	146	139	131	124	116	2.498
Beneficio antes de impuestos	-360	-3.840	-3.273	-6.592	1.695	1.702	1.710	8.962	8.969	3.801	3.809	3.816	-1.351	19.049
IRPF														3.810
RESULTADO DEL EJERCICIO	-360	-3.840	-3.273	-6.592	1.695	1.702	1.710	8.962	8.969	3.801	3.809	3.816	-1.351	15.239

Gráfica relación ingresos y gastos del primer año:



El balance final del primer año es:

BALANCE FINAL			
ACTIVO		PASIVO	
		Capital Aportado	25.000
<u>Activo no corriente</u>	<u>32.356</u>	Resultado del Ejercicio	13.715
		Reserva legal (10 % de PyG)	1.524
Adquisición del terreno	0	Subvenciones	0
Edificios y Construcciones	0	Otros (detallar)	0
Instalaciones	0	<u>Patrimonio Neto</u>	<u>40.239</u>
Maquinaria	0		
Equipamiento	13.630	Préstamos bancarios a largo	14.513
Mobiliario	2.100	<u>Pasivo no corriente</u>	<u>14.513</u>
Utillaje	600		
Vehículos de transporte	15.000		
Equipos informáticos	3.000		
Otros (proyectos técnicos)	0	Proveedores varios	0
(-) Amortización acumulada del inmovilizado material	-3.674	Préstamos bancarios a corto plazo	1.813
<u>Inmovilizado material</u>	<u>30.656</u>	Hacienda Pública (acreedor por IVA)	5.646
Gastos de I+D	0	Hacienda Pública (acreedor por IRPF)	3.810
Patentes, Modelos de Utilidad, Marcas, Nombre Comer	0		
Aplicaciones informáticas	1.600		
Derechos de traspaso, Fondo de Comercio, Concesion	0		
Otros (canon de franquicias, fianzas...)	525		
(-)Amortización acumulada del inmovilizado inmaterial	-425		
<u>Inmovilizado inmaterial</u>	<u>1.700</u>		
Existencias, materias primas...	400		
Hacienda Pública (deudor por IVA)	5.204		
Clientes	0		
Tesorería	28.060		
<u>Activo corriente</u>	<u>33.665</u>	<u>Pasivo Corriente</u>	<u>11.269</u>
<u>ACTIVO</u>	<u>66.021</u>	<u>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</u>	<u>66.021</u>

Los datos de los ratios del proyecto para el primer año son:

RATIOS

Ratios	Fórmula	Ratio del primer año de actividad
Ratio de Liquidez	$\frac{\text{Activo Corriente}}{\text{Pasivo Corriente}}$	2,99
Fondo de maniobra	Activo Corriente-Pasivo Corriente	22.395,61
Ratio de Endeudamiento	$\frac{\text{Pasivo Total}}{\text{Patrimonio Neto}}$	0,64
Margen de Beneficio	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Ventas}}$	19,52%
Ratio de Solvencia	$\frac{\text{Activo Total}}{\text{Pasivo Total}}$	2,56
Rentabilidad Económica	$\frac{\text{Beneficio antes Imp e Int}}{\text{Activo Total}}$	32,64%
Rentabilidad Financiera	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Patrimonio Neto}}$	38%
Rentabilidad sobre ventas	$\frac{\text{Beneficio Neto}}{\text{Ventas}}$	14%
Plazo de Cobro	$\frac{\text{Clientes}}{\text{Ventas}} \times 360$	0
Plazo de Pago	$\frac{\text{Proveedores}}{\text{Inversión Inicial}} \times 360$	0
Punto de equilibrio	$\frac{\text{Gastos Fijos}}{\text{Margen bruto}}$	83.022

El dato más importante que refleja esta tabla es el punto de equilibrio. Este indicador muestra las ventas necesarias para comenzar a obtener beneficios y se estima en 84.022 €.

A continuación se muestran las previsiones de crecimiento en los próximos cinco años.

	año 2	año 3	año 4	año 5
Crecimiento de la Cifra de Ventas	10%	10%	10%	10%
Crecimiento de la cifra de consumos	10%	10%	10%	10%
Crecimiento de la cifra de gastos fijos y variables (IPC)	2%	2%	2%	2%
Crecimiento de la cifra de gastos de personal	2%	2%	2%	2%
Crecimiento del Beneficio Neto	33%	27%	23%	20%

La utilización del 100% de la capacidad inicial de la agencia supondría el incremento del 270% de los ingresos del primer año, lo cual es difícil debido a la estacionalidad de la demanda.

Por ello, para calcular los incrementos en los ingresos de los años siguientes, se va a partir de un incremento que vendrá dado por la variación interanual de la entrada de turistas en Extremadura, que fue del 7,4% entre los años 2011 y 2012. Suponiendo

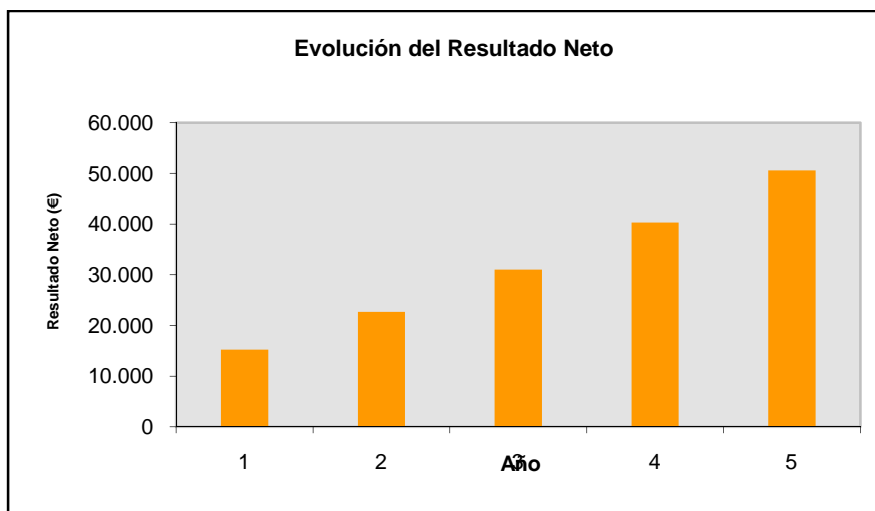
una evolución positiva en el último año y previendo un incremento en la cuota de mercado de la empresa a partir del año 2 (año en que la empresa empieza a ser conocida), se ha previsto un incremento anual del 10% sobre los ingresos de explotación de la empresa.

Las previsiones de perdidas/ganancias para los primeros cinco años son:

EVOLUCIÓN DE LA CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANACIAS

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
INGRESOS DE EXPLOTACIÓN	110.360,00	121.396	133.536	146.889	161.578
Consumos	1.691,00	1.742	1.794	1.848	1.903
margen bruto	108.669	119.654	131.742	145.041	159.675
% margen bruto sobre ventas	98%	99%	99%	99%	99%
Gastos de personal	46.780,00	47.716	48.670	49.643	50.636
Gastos variables mensualmente:	16.554,00	16.885	17.223	17.567	17.919
Amortización de activos	4.099	4.099	4.099	4.099	4.099
Gastos fijos:	19.690,00	20.084	20.485	20.895	21.313
Total gastos	87.122,67	88.783	90.477	92.204	93.967
Beneficio antes de impuestos e intereses	21.546	30.871	41.265	52.837	65.708
Gastos financieros	2.498	2.498	2.498	2.498	2.498
Beneficio antes de impuestos	19.049	28.373	38.767	50.339	63.211
IRPF	3.810	5.675	7.753	10.068	12.642
RESULTADO DEL EJERCICIO	15.239	22.699	31.014	40.271	50.569

La gráfica de evolución del resultado neto es:



10. Plan de Acción

10.1. Planificación de actividades

Grado de desarrollo del proyecto: Fase inicial

Actualmente se está desarrollando el Plan de Negocio.

Las actividades que se pretenden realizar durante el año son:

1. Puesta en contacto con asociaciones, agencias de viajes, establecimientos hoteleros y otros alojamientos, y estudio de las condiciones del mercado. Duración estimada 6 meses.
2. Búsqueda de financiación. Duración estimada 6 meses.
3. Diseño de las rutas y actividades. Duración estimada 6 meses.
4. Campaña de marketing inicial. Duración estimada: 6 meses.
5. Contratación de elaboración de página web. Se encuentra en la fase de búsqueda de proveedores de este servicio. Duración estimada 3 meses.
6. Búsqueda, selección y contratación de dos monitores/as con experiencia. Duración estimada: 2 meses.
7. Elección de la localización en Cáceres, tanto del local como de la nave. Duración estimada: 2 meses.
8. Búsqueda y adquisición de todo el equipamiento necesario. Duración 1 mes.

Gráfico 1 – Correspondiente al primer año

	Mes1	Mes2	Mes3	Mes4	Mes5	Mes6	Mes7	Mes8	Mes9	Mes10	Mes11	Mes12
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												

1	Contacto con el mercado
2	Búsqueda de financiación
3	Diseño de las rutas y actividades

4	Campaña de marketing inicial
5	Página web
6	Selección y contratación
7	Selección del local y de la nave
8	Búsqueda y adquisición del equipamiento

Responsable de las actividades: la persona emprendedora.

- Plan Comercial

La empresa ya tiene definidas sus políticas de servicios y su imagen corporativa, los cuales va a potenciar a través de la web corporativa donde se insertarán los servicios que se ofrecen y sus precios.

- Plan de operaciones

Las operaciones comenzarán una vez que hayamos creado la web.

- Plan económico-financiero

- Aportaciones de la persona emprendedora.
- Búsqueda de financiación ajena.

- Plan de legalización de actividades

- Jurídico

- La forma jurídica empresario individual no tiene legislación específica. En su actividad empresarial, está sometido a las disposiciones generales del Código de Comercio de 1885 en materia mercantil y a lo dispuesto en el Código Civil Español en materia de derechos y obligaciones.
- Solicitud de licencia de apertura.
- Contrato de alquiler del local y apertura de una cuenta en entidad financiera.
- Otros requisitos legales: adquisición de derechos de software.

- Fiscal

- Obtención de CIF.
- Alta en censo de actividades económicas.
- Pago de impuestos por Actos jurídicos documentados.
- Liquidación del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).

- Laboral
 - Inscripción de la empresa en la Seguridad Social.
 - Alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos.
 - Afiliación y alta de empleados/as.

10.2. Guía de trámites

GUÍA DE TRAMITACIÓN ITINERARIO 1.

Actividad Inocua

Se encuadran en este itinerario las actividades que no se encuentran recogidas en ninguno de los anexos del Reglamento de Autorizaciones y Comunicaciones Ambientales, Decreto 81/2011.

En este caso concreto se recoge la posibilidad de que sean necesarias obras o no, no se considera la opción de calificación urbanística. Se parte que tanto el local necesario para la captación de clientes como la nave de almacenamiento de material estarán en suelo urbano o industrial.

Epígrafes asociados a la actividad

ACTIVIDAD: Agencias de viaje (755)

755.1: Servicios a otras agencias de viaje.

755.2: Servicios prestados al público por las agencias de viajes.

Legislación:

- Decreto 119/1998 de 6 de octubre, por el que se regula el ejercicio de las agencias de viajes de la Comunidad Autónoma de Extremadura.
- Decreto 53/2000 de 8 de marzo por el que se regula el Registro General de empresas y actividades turísticas.
- Ley 2/2011 de Desarrollo y Modernización del turismo de Extremadura.

A. Trámites Constitución de Empresa

A continuación se indican los trámites necesarios en caso de elegir como forma jurídica una Sociedad Limitada Mercantil:

1. Certificación Negativa del Nombre

Reserva en el Registro Mercantil Central del nombre de la sociedad que se desea constituir, obteniendo una certificación que acredite que dicho nombre no está registrado con anterioridad. Este trámite es previo al otorgamiento de la escritura pública de constitución.

En el caso de que se trate de **Cooperativas** la certificación negativa del nombre se obtiene en el Registro de Sociedades Cooperativas, éste ha de informar al Registro Mercantil Central de la denominación solicitada con carácter previo a la expedición de la certificación negativa.

Documentación: Existe un impreso oficial normalizado, en el cual se recoge el nombre elegido hasta un máximo de cinco. Hay que indicar siempre a continuación del nombre el tipo de sociedad de que se trata. Se puede solicitar a través de internet: <http://www.rmc.es>.

Organismo: Registro Mercantil Central.

Plazo: Antes de ir al notario. La validez del nombre concedido es de 3 meses (Real Decreto 158/2008). Pasado este plazo sin que se haya constituido la empresa debe renovarse, siempre que no hayan transcurrido más de 6 meses, ya que entonces habrá caducado definitivamente.

2. Escritura Pública

Previamente, se realizará el **Ingreso del Capital Social** acordado por los socios fundadores en una Cuenta Bancaria abierta a nombre de la Sociedad. Existe un capital social mínimo exigido para cada una de las diferentes modalidades de sociedades mercantiles. Por ejemplo, para sociedades limitadas es de 3.000 € y para sociedades anónimas de 60.000 €.

Formalización pública ante notario, por el que los socios fundadores proceden a la firma de la escritura de constitución de la Sociedad estableciendo los estatutos de la misma y mediante la que se asume la totalidad de participaciones sociales.

Documentación:

- Certificación negativa de la denominación acreditando la no existencia de otra Sociedad con la misma denominación.
- Estatutos sociales.
- Acreditación del desembolso del capital social (en efectivo o mediante certificación bancaria).

Organismo: Se firma en notaría.

3. Solicitud de NIF Provisional

El objeto del Número es identificar a la Sociedad a efectos fiscales, éste ha de ser solicitado por toda persona jurídica, pública o privada, cualquiera que sea su actividad. El NIF provisional tiene una validez de 6 meses. Puede ser solicitado junto con la Declaración Censal, en el mismo modelo (036).

Documentación:

- Modelo 036 debidamente cumplimentado.
- Fotocopia de la Escritura o Contrato de Constitución de la Sociedad.
- Fotocopia del DNI o NIE del firmante de la solicitud, que debe ser cargo representativo de la Sociedad o Entidad.

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 30 días naturales desde la constitución de la sociedad.

4. Declaración Censal (Alta en el censo de empresarios)

Declaración censal de comienzo, modificación o cese de actividad que han de presentar a efectos fiscales los empresarios individuales, los profesionales y las sociedades.

Documentación:

- Primera Copia de Escritura en el caso de las sociedades.
- Número de Identificación Fiscal, NIF (salvo que se solicite en esta declaración).
- Modelo 036/037 (simplificado, cuando no se solicite el NIF).

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria.

5. Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados

Estos impuestos gravan las transmisiones patrimoniales onerosas, operaciones societarias y actos jurídicos documentados.

El Real Decreto-ley 13/2010, de 3 de diciembre, de actuaciones en el ámbito fiscal, laboral y liberalizadoras para fomentar la inversión y la creación de empleo, establece la exención en el impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos

documentados (ITP/AJD), en su modalidad de operaciones societarias, para la constitución de sociedades.

Aunque se establece la exención, es necesario presentarla liquidación.

Documentación:

- Impreso necesario para la liquidación del impuesto, es el Modelo 600 facilitado por la Consejería de Economía y Hacienda.
- Primera copia y copia de la escritura de constitución de la sociedad.
- DNI o NIE del representante legal de la empresa y NIF de la sociedad.

Organismo: Consejería de Economía y Hacienda del Gobierno de Extremadura.

Plazo: 30 días hábiles desde el otorgamiento de la escritura pública ante el notario.

6. Inscripción en el Registro Mercantil de la Sociedad

A partir de este momento, la empresa tendrá personalidad jurídica plena.

Documentación:

- La Escritura Pública de constitución de la Sociedad.
- Fotocopia del Número de Identificación Fiscal (NIF).
- Liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales. Impreso Modelo 600 cumplimentado.

Organismo: Registro Mercantil de la provincia donde se ubique la sociedad.

7. Solicitud de NIF Definitivo

Documentación:

- Resguardo del Modelo 036.
- Original de la primera copia de la Escritura de Constitución inscrita en el Registro Mercantil.
- Fotocopia de la hoja de inscripción.

Organismo: Administración de la Agencia Tributaria (AEAT).

Plazo: 6 meses desde la solicitud del NIF provisional.

8. Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.

El Impuesto de Actividades Económicas es un tributo derivado del ejercicio, en el territorio nacional, de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se realicen o no en local determinado y se encuentren o no especificadas en las tarifas del impuesto.

Documentación:

- Liquidación del impuesto. Modelo 840.
- Modelo 036/037 (simplificado) de alta en el Censo.
- NIF de la empresa.

Organismo: La solicitud de alta se realiza en la Administración de la Agencia Tributaria (AEAT) y la liquidación y recaudación en el Ayuntamiento de la localidad donde se ubica la sociedad.

Tasa: Exenciones de pago:

- Personas físicas.
- Negocios con facturación inferior a 1.000.000 €
- Empresas de nueva creación en los primeros 2 años de funcionamiento.

La presentación de la declaración censal (Modelo 036) **exonera** a los sujetos pasivos exentos del IAE de la presentación de las declaraciones específicas de dicho impuesto (Modelo 840).

En el caso de **empresarios individuales**, el proceso de constitución es más sencillo, bastaría con el DNI. Para Comunidades de Bienes, el DNI de los promotores, contrato público o privado y obtención del CIF. Los pasos necesarios son:

- Declaración de alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
- Declaración Censal (Alta en el censo de empresarios).

9. Inscripción de la empresa en la Seguridad Social

Es obligatorio para todo empresario que vaya a efectuar contrataciones, como paso previo al inicio de sus actividades.

10. Alta de los trabajadores en la Seguridad Social

Alta en el Régimen General: el empresario está obligado a solicitar el alta, la baja y a comunicar las variaciones de datos de todos sus trabajadores.

Documentación:

- Afiliación trabajadores: (Si el trabajador no tiene asignado nº propio de afiliación)
 - Fotocopia del DNI del trabajador, documento identificativo (extranjeros).
 - Modelo TA1.
- Solicitud de alta:
 - Fotocopia del documento de afiliación del trabajador.
 - Fotocopia del DNI del trabajador, o documento identificativo (extranjeros).
 - Modelo TA2/S.

Plazo: Solicitud del alta, previo al inicio de la relación laboral hasta 60 días antes. En los casos en que no se hubiere podido prever con antelación dicha iniciación, si el día o días anteriores a la misma fueren inhábiles, o si la prestación de servicios se iniciara en horas asimismo inhábiles, deberán remitirse, con anterioridad al inicio de la prestación de servicios, por telegrama, fax o por cualquier otro medio electrónico, informático o telemático.

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social.

Alta en el régimen de Autónomos: este Régimen de la Seguridad Social será obligatorio para trabajadores por cuenta propia. Régimen opcional para socios trabajadores de Cooperativas de trabajo asociado.

Documentación: Modelo de solicitud, TA0521, acompañado de:

- Copia y original del impreso de alta en el IAE.
- Fotocopia del DNI del solicitante.
- Tarjeta de afiliación a la Seguridad Social (cuando se haya trabajado con anterioridad; si no, hay que simultanear este trámite).
- Documento de adhesión a una mutua de accidentes de trabajo.
- Certificado del colegio correspondiente, para las actividades de Colegios Profesionales.

Plazo: 30 días naturales desde la fecha de alta en Hacienda (Modelo 036).

Organismo: Dirección Provincial de la Tesorería General de la Seguridad Social

11. Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo.

Constituida la Sociedad o decidida por el empresario la iniciación de su actividad, se deberá proceder a la comunicación de apertura del centro de trabajo, a efectos del control de las condiciones de Seguridad y Salud Laboral.

Documentación: Formulario oficial que se facilita en la Dirección Provincial del Ministerio de Trabajo e Inmigración o en la Consejería correspondiente de la Comunidad Autónoma.

Organismo: Dirección General de Trabajo de la Consejería de Empleo, Empresa e Innovación.

Plazo: Dentro de los 30 días siguientes a la apertura del centro de trabajo.

12. Comunicación de contratos trabajadores

Los empresarios están obligados a comunicar a los Servicios Públicos de Empleo, en el plazo de los diez días hábiles siguientes a su concertación, el contenido de los contratos de trabajo que celebren o las prórrogas de los mismos, deban o no formalizarse por escrito. Dicha comunicación se realizará mediante la presentación de copia del contrato de trabajo o de sus prórrogas.

También debe remitirse a los Servicios Públicos de Empleo la copia básica de los contratos de trabajo, previamente entregados a la representación legal de los trabajadores, si la hubiese.

Actualmente la comunicación de contrato al SEXPE se puede realizar de forma telemática a través de la herramienta Contrat@ (www.extremaduratrabaja.es).

Documentación:

- Comunicación de datos del contrato que previamente han suscrito la empresa y el trabajador.
- Copia básica del contrato firmada previamente por el representante de los trabajadores, si lo hubiese.

Organismo: Oficinas del Servicio Público de Empleo.

Plazo: 10 días siguientes a su concertación.

B. Trámites “Puesta en marcha de la actividad”

1. Informe de viabilidad urbanística

Con objeto de evitar una inversión inútil, es recomendable que el empresario realice una consulta previa ante el Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento correspondiente, con el fin de asegurarse que, urbanísticamente, es permisible el uso del local o terreno elegido para ubicar el negocio. También puede conseguir esta información en las Oficinas de Gestión Urbanística (OGUVAT) de la Junta de Extremadura, o a través del Visualizador de Datos Geográficos de la plataforma www.ideextremadura.es (Infraestructura de Datos Espaciales de Extremadura).

Documentación: (si la consulta es en el Ayuntamiento)

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad, OGU VAT o IDE Extremadura.

Resultado: Cédula urbanística (cuando la consulta se hace al Ayuntamiento).

2. Solicitud de Licencia de urbanística: Licencia de obras, edificación e instalación, y licencia de usos y actividades

La Licencia Urbanística llevará implícita tanto la licencia de obras, edificación e instalación (para efectuar cualquier tipo de obras en un local, nave o establecimiento, para el ejercicio de la actividad empresarial), como la licencia de usos y actividades, que constatará la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que pueda serle aplicable.

Concretamente están sujetos a licencia de obras, los actos contemplados en el artículo 180 de la Ley 15/2001, LSOTEX.

Estarán sujetos a licencia de usos y actividades los actos contemplados en el artículo 184 de la Ley 15/2001, LSOTEX. Concretamente en este itinerario se puede optar por la tramitación mediante **declaración responsable**, siempre y cuando no existan razones imperiosas de interés general por las que el uso quede sujeto a licencia municipal.

Además esta actividad está afectada Modificación de la Ley 12/2012, de 26 de diciembre, de medidas urgentes de liberalización del comercio y de determinados servicios. Por lo que esta actividad no está sujeta al trámite de Solicitud de Licencia Urbanística en el caso de **superficie útil de exposición y venta al público no sea superior a 750 metros cuadrados** y obra de adaptación sin necesidad de proyecto. En este caso bastará con la presentación en el Ayuntamiento de la Declaración Responsable o Comunicación Previa y el documento de pago de las tasas correspondientes. En caso contrario se seguirá el trámite normal de solicitud de Licencia de Urbanística de obras que se describe a continuación.

Se recomienda antes de la realización del proyecto consultar al técnico competente del Centro de Salud del SES, sobre la normativa y la adecuación de las instalaciones en cuanto a sanidad.

Documentación para iniciar el procedimiento de licencia urbanística, concesión de licencia de obras: (orientativa, depende de cada Ayuntamiento)

- Modelo normalizado de solicitud
- Presupuesto firmado por el ejecutor material de la obra, o memoria explicativa, valorada y detallada suscrita por el solicitante.
- DNI del solicitante, en caso de persona física CIF y DNI del apoderado si se tratara de sociedades.
- Recibo del ingreso previo del pago de la tasa en la Tesorería Municipal.
- Declaración responsable de que se tiene derecho bastante para realizar la construcción, edificación o uso del suelo.
- Declaración responsable del solicitante de que los actos sujetos a licencia que pretende ejecutar se encuentran amparados en la legalidad vigente.
- Declaración responsable de que se ha obtenido autorización o las autorizaciones concurrentes exigidas por la legislación en cada caso aplicable, así como la concesión o concesiones correspondientes cuando el acto pretendido suponga la ocupación o utilización de dominio público del que sea titular Administración distinta.

- Memoria descriptiva de las actividades sujetas a licencia o proyecto o proyectos técnicos correspondientes, según legalmente proceda.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

Plazo (licencia de obras): El plazo de inicio de las obras será el previsto en la licencia de acuerdo con lo previsto en el proyecto técnico. En su defecto el plazo será de 3 meses.

Resultado: Licencia Urbanística: licencia de obras.

3. Declaración Responsable del inicio de la actividad

Una vez cumplidos los requisitos para el inicio de la actividad, bastará con la presentación de de una Comunicación Previa o Declaración Responsable del cumplimiento de estos, para poner en marcha dicha actividad, lo cual dará por finalizado el procedimiento de Licencia Urbanística.

Organismo: Departamento de Urbanismo del Ayuntamiento del municipio en el que se vaya a ejercer la actividad.

Documentación: (Esta documentación dependerá de cada Ayuntamiento)

- Modelo de Declaración Responsable.
- Licencia de obras.

Plazo: Una vez presentada la declaración responsable se puede iniciar la actividad.

Resultado: Finalización del proceso de Licencia Urbanística.

Normativa:

- Ley 17/2009, del libre acceso de actividades de servicios y sus ejercicios (Ley PARAGUAS).
- Ley 25/2009, de adaptación de la Ley 17/2009 (Ley OMNIBUS).
- Ordenanzas Municipales.

4. Adquisición y legalización del libro de visitas

De acuerdo con la legislación laboral, las empresas deberán adquirir y sellar el libro de visitas, que deben tener obligatoriamente en cada centro de trabajo aunque no empleen trabajadores por cuenta ajena, y que debe encontrarse a disposición de los funcionarios del Cuerpo Nacional de Inspección del Trabajo. Además, podrán llevar un libro de matrícula por cada centro de trabajo, en el que se inscribirán todos los trabajadores que presten sus servicios en el mismo.

Documentación:

- Modelo oficial del Libro de Visitas de la Inspección de Trabajo.
- Ficha de Empresa cumplimentada.

Organismo:

- Adquisición del libro en una librería.
- Legalización en la Inspección de Trabajo del Ministerio de Empleo y Seguridad Social (Jefatura Provincial).

Plazo: Se debe conservar el libro de visitas durante un plazo mínimo de 5 años a partir de la fecha de la última diligencia.

5. Solicitud Hojas de Reclamaciones

Este trámite es necesario para todas aquellas empresas que ofrezcan sus servicios o productos directamente a los consumidores. Quedan excluidas las siguientes actividades:

- La ejercida por profesionales liberales que lleven a término una actividad para cuyo ejercicio sea necesaria la colegiación previa en un Colegio Profesional legalmente reconocido.
- La enseñanza reglada.
- Los servicios públicos competencia de la Administración.
- La de los centros, servicios y establecimientos sanitarios públicos y privados.
- La relacionada con el suministro de gas y energía eléctrica.
- La del servicio de Telecomunicaciones.
- La de los servicios financieros.
- Entidades Aseguradoras.

Documentación: Modelo de Solicitud y copia del CIF del solicitante.

Organismo: Instituto de Consumo de Extremadura (Consejería de Salud y Política Social).

Plazo: Previo al inicio de la actividad.

B.1 Actividades e instalaciones sujetas a Reglamentos de Seguridad Industrial

1. Puesta en funcionamiento de actividades e instalaciones industriales e Inscripción en Registro Industrial

Están sujetas a este procedimiento la puesta en servicio por nueva implantación, ampliación o traslado de cualquier actividad o instalación industrial de las relacionadas en el Anexo I la Orden de 12 de diciembre de 2005, o para la instalación y puesta en funcionamiento de maquinarias, productos, aparatos o elementos sujetos a normas reglamentarias de seguridad industrial.

Con la solicitud de puesta en marcha se presenta también la solicitud de inscripción en el Registro Industrial.

Organismo: Dirección General de Industria y Energía

Documentación:

- Modelo de solicitud.
- Hoja de comunicación de datos al Registro Industrial, según el modelo oficial que se recoge en los anexos al Reglamento de Establecimientos Industriales aprobado por el Real Decreto 697/1995, de 28 de abril.
- DNI o CIF del titular, según corresponda. DNI del representante. Escritura de constitución y estatutos sociales. Acreditación de la representación o apoderamiento.
- Proyecto Técnico firmado por técnico titulado competente y visado por su Colegio Oficial correspondiente, en su caso, o Memoria Técnica donde se recojan los datos y características de la actividad, así como la relación de máquinas (cuando proceda) cumplimentada en el modelo oficial correspondiente a la ficha técnica descriptiva de máquinas. En caso de que la Memoria Técnica, sea suscrita por un técnico titulado competente, deberá venir visada por su colegio profesional.

- En su caso, Certificado de dirección técnica, expedido por técnico titulado competente y visado por el Colegio Oficial.
- Fichas técnicas descriptivas de las características de cada una de las instalaciones que indica el interesado en la solicitud, según el modelo oficial.
- Plano de situación escala 1:10.000 y plano de emplazamiento, señalando la situación del establecimiento, instalación, maquinaria, producto, aparato o elemento sujeto a normas reglamentarias de seguridad industrial que se pretenda poner en servicio.
- En su caso documentación que acredite el cumplimiento de la legislación de medio ambiente: informe ambiental

Instalaciones objeto de este procedimiento, con las limitaciones que se indican en la Orden de 12 de diciembre de 2005:

- Instalaciones eléctricas de baja tensión.
- Instalaciones eléctricas de alta tensión.
- Instalaciones de gas.
- Instalaciones de ascensores.
- Instalaciones de grúas torre.
- Máquinas.
- Instalaciones de aparatos a presión.
- Instalaciones frigoríficos.
- Instalaciones de agua.
- Instalaciones de calefacción, climatización y ACS.
- Instalaciones de almacenamiento de productos petrolíferos líquidos.
- Instalaciones de almacenamiento de productos químicos.
- Instalaciones de protección contra incendios.

Plazo: Antes del inicio de la actividad.

Normativa:

- Decreto 49/2004, que regula el procedimiento para la instalación y puesta en funcionamiento de establecimientos industriales.
- Orden de 12 de diciembre de 2005, que dicta las normas para la tramitación de los expedientes de instalación y puesta en funcionamiento de establecimientos e instalaciones industriales.
-

B.2 Trámites específicos

1. Declaración responsable de inicio de actividad turística/Inscripción de oficio en el Registro General de Empresas y actividades Turísticas de Extremadura/Libro de Inspección Turística.

Para el ejercicio de esta actividad no será necesaria la autorización correspondiente de la Dirección General de Turismo de la Consejería de Fomento, Vivienda, Ordenación del Territorio y Urbanismo. Se presentará la Declaración Responsable de Inicio de Actividad ante esta Dirección General, mediante la cual se declara el cumplimiento de los requisitos establecidos en la normativa reguladora de la actividad.

Organismo: Dirección General de Turismo de la Consejería de Fomento, Vivienda, Ordenación del Territorio y Urbanismo.

Documentación:

- Modelo oficial de Declaración Responsable.
- Copia del documento que acredita la existencia e identidad de la persona que realiza la declaración:
 - a) Si es persona física, Documento Nacional de Identidad, documento de identidad de estados miembros de la Unión Europea o de estados asociados al Acuerdo sobre el Espacio Económico Europeo, en caso de personas físicas de otros Estados, Número de Identidad para extranjeros (NIE), pasaporte o documento equivalente. Dicha documentación podrá ser recabada de oficio por la propia Consejería, entendiéndose concedida la autorización para ello, cuando se indique específicamente en el apartado siguiente.
 - b) Si es persona jurídica, CIF y escritura de constitución de la sociedad debidamente inscrita en el Registro correspondiente, así como de la representación de la persona que actúa en su nombre.
 - c) En caso de sociedades civiles y comunidades de bienes, deberá aportar copia de la identificación de los integrantes, documentación acreditativa de su constitución y de la representación de la persona que actúa en su nombre.
- Documento que acredite la representación, en su caso.

Requisitos cuyo cumplimiento se declara:

- Son ciertos y completos todos los datos de la declaración responsable de cumplimiento de normativa turística.
- Que el establecimiento cumple con los requisitos establecidos en la normativa vigente.
- Comunicación del cambio de titularidad, cese de la actividad, cierre temporal, cambio de denominación o de cualquier otra circunstancia
- Que, en el caso de tratarse de persona jurídica, ostenta la necesaria representación, y la misma se encuentra debidamente constituida e inscrita, de conformidad con lo establecido por la normativa vigente.
- Que se dispone de título suficiente que acredita la plena disponibilidad sobre el local y dependencias anejas, para destinar el inmueble para el ejercicio de la actividad objeto de la presente declaración.
- Que al ejercer la actividad o prestar el servicio por vías electrónica, se ha señalado un dirección de correo electrónico y un número de teléfono.
- Que la actividad cuenta con las autorizaciones, permisos, licencias, y/o informes que establecen las distintas normativas sectoriales y municipales que le son de aplicación.
- Que la actividad tiene suscrita contrato de seguro de responsabilidad civil, en pleno vigor, con la cobertura suficiente y recibo acreditativo del pago.
- Si es nueva oficina principal con sede en Extremadura, resguardo acreditativo de haber depositado la fianza correspondiente en la Caja de Depósitos de la C. A. de Extremadura.
- Que se ha presentado solicitud de nombre comercial de la nueva Agencia de viajes ante la Oficina Española de Marcas y Patentes.
- Que ha abonado la tasa en Modelo 50 en concepto de Libro de Inspección.
- Que, al tratarse de inicio de actividad ha abonado la tasa en concepto de tramitación de declaración responsable y primera visita de comprobación de la veracidad de lo declarado.
- Que una vez realizada la inscripción en el Registro General de Empresas y Actividades Turísticas, se compromete a dar cumplimiento lo establecido en materia de hojas de reclamaciones. (*)
- Que conoce que la inexactitud, falsedad u omisión de carácter esencial en cualquier dato, manifestación o documento que se acompañe o incorpore a una declaración responsable, o la no presentación de la misma, determinará la imposibilidad de continuar con el ejercicio del derecho a la actividad afectada.

(*) Inscripción de oficio

Resultado:

- Presentada la declaración responsable se procederá de oficio a su inscripción en el Registro General Empresas y Actividades Turísticas de Extremadura.
- Presentada la declaración responsable se le entregará al titular el Libro de Inspección Turística, debidamente diligenciado, el cual estará a disposición de la inspección turística en todo momento, para reflejar las visitas e inspecciones que se lleven a cabo y sus circunstancias.

Normativas:

- Ley/2/2011, de 31 de enero, de desarrollo y modernización del turismo de Extremadura (D.O.E: nº 22 de 02-02-2011).
- Resolución de 8 de noviembre de 2011, del consejero, por la que se aprueban los modelos de declaración responsable para el inicio y ejercicio de actividades turísticas (D.O.E: nº 227 de 25-11-2011).
- Decreto 205/2012 de 15 de octubre por el que se regula el registro general de empresas y actividades turísticas de Extremadura.

2. Autorización de usos en espacios naturales protegidos.

Regular los usos autorizables en Espacios Naturales Protegidos, sometidos por la Ley 8/1998 y, de 26 de junio, los instrumentos de planeamiento o por normas sectoriales específicas a autorización, licencia o concesión administrativa.

Organismo:

Dirección General de Medio Ambiente (Servicio de conservación de la naturaleza y áreas protegidas de Extremadura).

Documentación:

- Plan de actividades.
- Solicitud indicando el alcance y condiciones de la utilización, presentada con arreglo a lo dispuesto en el Título VI de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Resultado:

- Resolución administrativa Director/a General

Plazo:

- 2 Meses
- Efecto del silencio: desestimatorio.

Normativas:

- Ley 8/1998 de Conservación de la Naturaleza y de Espacios Naturales de Extremadura.

Trámites Constitución Empresa

Puesta en marcha de la actividad

PRÓMOTOR

INICIO DE ACTIVIDAD

Trámites Constitución Empresa:

- Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (Consejería de Economía y Hacienda)
- Escritura Pública (Notaría)
- Certificación Negativa del Nombre (Registro Mercantil)
- Inscripción en Registro Mercantil
- NIF definitivo (AGAT)
- Declaración de alta IAE (AGAT)
- Declaración Censal (Inicio de actividad) (AGAT)
- Solicitud de NIF provisional (AGAT)
- SOLICITUD DE LICENCIA URBANÍSTICA
- Inscripción de Empresa en S.S. (Seguridad Social)
- Alta de los trabajadores (Seguridad Social)
- Adquisición y Legalización del Libro de Visitas (Inspección de Trabajo y Seguridad Social)
- Hojas de Reclamaciones (Instituto de Consumo de la Comunidad)
- Comunicación contratos trabajadores (Oficina de Empleo)
- Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo (D. G. de Trabajo)

Puesta en marcha de la actividad:

- Autorización de usos en espacios naturales protegidos (D. General de Medio Ambiente)
- Declaración Responsable de Inicio de Actividad (D. General de Turismo)
- Inscripción en Registro General de Empresas y Actividades Turísticas (D. General de Turismo)
- Libro de Inspección (D. General de Turismo)
- Informe de viabilidad urbanística (Ayuntamiento, OGUAT, URBANOTARIOS)
- LOCAL / NAVE en obra de adaptación al proyecto
- DECLARACIÓN RESPONSABLE o COMUNICACIÓN PREVIA (D. Urbanismo Ayuntamiento)
- SOLICITUD LICENCIA URBANÍSTICA (D. Urbanismo Ayuntamiento)
- FIN DE OBRA
- LICENCIA URBANÍSTICA: OBRA
- Inscripción y registro de instalaciones sometidas a reglamentos de seguridad industrial (D. G. Industria y Energía)