

**PROYECTO DE UNA EMPRESA DESTINADA A LA
DIVERSIFICACIÓN DE LA OFERTA DE OCIO:**

**TENERIFE – PESCA
DEPORTIVA**

**TENERIFE – SPORT
FISHING**



**AUTOR: PRADOS ROALES, JUAN FRANCISCO
GRADO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS
CURSO: 2013-2014
20 DE JUNIO DE 2014, LA LAGUNA**

ÍNDICE

RESUMEN DEL TRABAJO EN ESPAÑOL E INGLÉS	3
1. INTRODUCCIÓN	4
2. TURISMO DEPORTIVO	5
2.1 DATOS INE	5
2.2 NUEVAS ACTIVIDADES DE OCIO	6
2.3 CONCLUSIONES SOBRE EL ESTUDIO	10
3. IDEA EMPRESARIAL	11
3.1 DEFINICIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL	11
3.2 CONTRASTE DE LA IDEA	11
3.3 PERFIL DEL PROYECTO	12
4. INFLUENCIA DEL ENTORNO	12
4.1 SERVICIOS SUSTITUTIVOS	12
4.2 COMPETIDORES POTENCIALES	12
4.3 PROVEEDORES	13
4.4 ANÁLISIS DAFO	13
5. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA	13
5.1 CICLO DE VIDA DEL PROYECTO	13
5.2 DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA	14
6. EVALUACIÓN DEL MERCADO	15
6.1 DETERMINACIÓN DEL MERCADO	15
6.2 DETERMINACIÓN DEL SERVICIO	15
6.3 COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN	15
7. FORMA ORGANIZATIVA	16
7.1 DISEÑO ORGANIZATIVO	16
7.2 PLANIFICACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS	16
7.3 ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA	18
7.4 PROTECCIÓN JURÍDICA	19
8. PLAN DE INVERSIONES	20
9. ESTRUCTURA DE RESULTADOS	21
9.1 PRÉSTAMO	21
9.2 GASTOS PRIMER AÑO	22
9.3 ESTIMACIÓN DE CLIENTES	23
9.4 PÉRDIDAS Y GANANCIAS Y ANÁLISIS VERTICAL	23
9.5 PRESUPUESTO DE TESORERÍA	24
9.6 BALANCE	24
10. OBRA SOCIAL	25
11. CONCLUSIONES	27
12. BIBLIOGRAFÍA	28

RESUMEN DEL TRABAJO EN ESPAÑOL E INGLÉS

Este proyecto consta, en primer lugar, de un estudio realizado sobre el turismo deportivo en Canarias, apoyado con información estadística del INE y datos sobre actividades deportivas alternativas del portal www.canarying.com

En segundo lugar podemos encontrar el plan de negocio de una empresa de servicio cuya actividad consistirá en llevar a sus clientes (potencialmente turistas) a un jornada de pesca ya sea en la costa o en charcas.

This project consists, in the first place, of a study about sports tourism in the Canary Islands, supported by statistical information from INE and data on alternative sport activities gathered from the web portal www.canarying.com

Secondly we find the business plan of a service company whose activity will focus on taking its clients (potentially tourists) to a day of fishing either on the coast or in ponds.

1. INTRODUCCIÓN

La idea del proyecto es, primeramente, hacer un estudio sobre el turismo deportivo en Tenerife para más tarde, en base a los resultados obtenidos en dicho estudio, centrarme en el desarrollo de una idea emprendedora relativa a la pesca deportiva para los turistas que visitan la isla.

La idea surgió un día que el promotor de este proyecto estaba pescando en una charca en Cabo Blanco y un turista inglés le preguntó si había más charcas para pescar y si necesitaba algún tipo de licencia.

Después de esto se dio cuenta que en Tenerife hay empresas que ofrecen “charters” de pesca a los turistas, que consiste en llevárselos en un barco hacia mar abierto y que pesquen durante cierto tiempo.

Pero no hay ninguna empresa que ofrezca a los turistas pesca desde costa, en charcas o presas.

De ahí que se considere, con respecto a este diseño, un grado de innovación alto y un buen nicho de mercado para explotar.

El perfil del estudio como de la empresa es eminentemente turístico, se busca que el turismo (principal motor económico de las Islas) se sienta atraído por algo más que sol y playa, intentando descubrir qué actividades son las más atractivas y las que podrían tener más éxito.

La estructura de contenidos del proyecto quedará organizada de la siguiente manera.

En el epígrafe 2 hablaremos sobre el estudio del turismo deportivo donde nos apoyaremos en datos del INE y en las actividades que se ofertan en la web www.canarying.com

En los epígrafes del 3 al 7 se comentará la idea empresarial, en base a las conclusiones obtenidas en el estudio, de la influencia del entorno, diseño de la estrategia, evaluación del mercado y forma organizativa.

En el epígrafe 8 y 9 estará incluida toda la parte contable de la idea empresarial.

En el epígrafe 10 se narra la obra social que llevaremos a cabo.

En el epígrafe 11 se encuentran las conclusiones finales de todo este proyecto.

Y por último en el epígrafe 12 la bibliografía empleada en la realización de dicho proyecto.

2. TURISMO DEPORTIVO

2.1 DATOS INE

Se ha realizada una búsqueda en el INE, que se muestra en la siguiente tabla, sobre el gasto de los turistas cuando vienen a Canarias desde que empezó la crisis en España:

Gasto de los turistas por CCAA de destino principal, periodo, gasto/estancia e indicador.

Unidades: gasto total en millones de euros. Gasto medio en euros. Estancia en noches

Canarias

CUADRO 1

2008							
GASTO TOTAL		GASTO MEDIO PERSONA		GASTO MEDIO DIARIO		ESTANCIA MEDIA	
Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual
10.485	-0,1	1.121	1	106	-0,6	11	1,6
2009							
GASTO TOTAL		GASTO MEDIO PERSONA		GASTO MEDIO DIARIO		ESTANCIA MEDIA	
Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual
9.101	-13,2	1.109	-1,1	104	-1,7	11	0,7
2010							
GASTO TOTAL		GASTO MEDIO PERSONA		GASTO MEDIO DIARIO		ESTANCIA MEDIA	
Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual
8.949	-1,7	1.039	-6,3	99	-4,5	10	-1,8
2011							
GASTO TOTAL		GASTO MEDIO PERSONA		GASTO MEDIO DIARIO		ESTANCIA MEDIA	
Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual
10.119	13,1	993	-4,4	100	1	10	-5,4
2012							
GASTO TOTAL		GASTO MEDIO PERSONA		GASTO MEDIO DIARIO		ESTANCIA MEDIA	
Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual
10.618	4,4	1.047	5,1	110	9,5	10	-4
2013							
GASTO TOTAL		GASTO MEDIO PERSONA		GASTO MEDIO DIARIO		ESTANCIA MEDIA	
Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual	Valor absoluto	Variación interanual
11.684	11,6	1.099	6,4	113	4,5	10	1,8

“Fuente: Instituto de Estudios Turísticos (IET). Ministerio de Industria, Energía y Turismo.”

*Elaboración propia

Como podemos observar en la tabla, el gasto total del turismo en Canarias empieza a aumentar a partir del año 2010 y el gasto medio por persona y gasto medio diario aumenta a partir del año 2011, oscilando la estancia media entre 10 y 11 noches.

Estos son unos buenos resultados dado que a pesar de ser años de plena crisis, queda reflejado que los turistas tienen una estancia media similar pero aumentan su gasto en las islas.

Las inquietudes del turista aumentan y por lo tanto surgen nuevas ofertas de actividades y ocio, siendo fomentadas también, por parte de la Administración autonómica y local como reflejan los siguientes artículos de prensa:

- “Gran Canaria y Tenerife a la búsqueda del turismo deportivo y ambiental”.
http://www.residentecanario.com/index.php?option=com_content&task=view&id=1711&Itemid=165
- “Puerto de la Cruz impulsa la promoción del turismo deportivo”.
<http://www.europapress.es/islas-canarias/noticia-puerto-cruz-tenerife-impulsa-promocion-turismo-deportivo-20130624155145.html>

2.2 NUEVAS ACTIVIDADES DE OCIO

En relación a estas nuevas actividades de ocio, existe una web www.canarying.com que oferta actividades de ocio alternativas en todas las Islas Canarias.

Por lo que esta web será la fuente de información para el estudio y para evitar, en la medida de lo posible, cualquier sesgo que pudiera existir, se ha decidido acotar la búsqueda de actividades de dicha web, centrándose en la Isla de Tenerife y recogiendo todas las actividades que en ella se ofertan.

Lo idóneo para haber realizado este estudio hubiera sido encontrar datos estadísticos sobre las actividades que más gustan a los turistas deportivos. Clasificándolos por comunidades autónomas y/o provincias.

Ante la ausencia de esta información, se ha procedido a buscar algo que se le asemejase lo máximo posible a través de la web nombrada anteriormente.

KITESURF:

Empresa->**Azul Parapente:**

(375 €) e incluye:

- Curso completo de iniciación en kitesurf compuesto por clases teórico-prácticas tanto en mar como en tierra
- Todo el material necesario (cometa, tabla, neopreno, etc...)
- Monitor especializado
- Seguros de responsabilidad civil

<http://www.azulkiteboarding.com/es/home.html>

KAYAK:

Empresa->**Tenoactivo:**

(23 €) e incluye:

- Tour por el Acantilado de Los Gigantes con instructor
- Foto de recuerdo
- Refrigerio (refresco o cerveza)
- Embarcación de apoyo
- Seguro de responsabilidad civil y accidentes

<http://www.tenoactivo.com/>

SENDERISMO:

Empresa->**A donde vamos hoy Tenerife:**

(28 €) e incluye:

- Rutas de senderismo con guía.
- Transporte desde cualquier punto de la isla.
- Seguro de responsabilidad civil y accidente.
- Cancelación gratuita por malas condiciones meteorológicas.

<http://adondevamoshoytenerife.com/>

Empresa->**Más de Treinta Tenerife:**

(12 €) e incluye:

- Ruta del miedo (Barranco Chamoco) con guía profesional y experto en historia
- Transporte desde el punto de encuentro hasta donde comenzaremos la actividad
- Seguro de responsabilidad civil y accidentes

<http://masdetreintatenerife.blogspot.com.es/>

Empresa->**Centro de visitantes Erjos:**

(15 €) e incluye:

- Ruta por el Monte del agua en Erjos con guía.
- Desayuno.
- Seguro de responsabilidad civil y accidente.
- Entrada al Centro de Visitantes.

<http://www.cevisiterjos.com>

EXCURSIÓN EN BARCO:

Empresa->**Apnea Academy:**

(75 €) e incluye:

- Equipamiento (tubo, gafas y aletas si se quieren)
- Excursión en barco Los Gigantes – Teno con instructor
- Seguros de responsabilidad civil y accidente, instructor,
- Sándwich y refresco/agua.
- Fotografías de la actividad, tanto fuera como dentro del agua.

<http://www.freedivingprojects.com>

TOUR SEGWAY:

Empresa->**Volata Sport:**

(25 €) e incluye:

- Tour guiado en segway de 1h de duración por el Paseo de Los Cristianos y la Avenida de las Américas.
- Seguros de responsabilidad civil.

<http://www.volatasport.com/>

RAPPEL:

Empresa->**Patea tus Montes:**

(23 €) e incluye:

- Descenso del Barranco los Arcos con 2 monitores.
- Equipo de seguridad (casco, cuerdas, mosquetería y arneses).
- Seguro opcional.

<http://www.pateatusmontes.com>

BUCEO:

Empresa->**Coral Sub:**

(48 €) e incluye:

- Bautismo de buceo para 2 personas que consta de 15 min en piscina y 30 min en mar

- Todo el equipo necesario.
- Briefing teórico antes de iniciar la inmersión.
- Seguro de responsabilidad civil.
- Seguro de cancelación por condiciones meteorológicas adversas gratuito con el 100% del reembolso del total.

<http://www.coralsub.com/>

Empresa->**Tenoactivo:**

(49 €) e incluye:

- Explicación teórica de 35-45 minutos donde aprenderás la nociones básicas sobre el buceo con botella
- Bautismo de buceo para 1 persona de una duración de 45min-1h (máx. profundidad: 10m)
- Instructor de buceo
- Todo el material necesario (neopreno, botella, regulador, chaleco, aletas, etc.)
- Reportaje fotográfico durante la inmersión
- Seguro de responsabilidad civil
- Seguro de cancelación por condiciones meteorológicas gratis con reembolso del 100%

<http://www.tenoactivo.com/>

PARAPENTE:

Empresa->**Tenerife Parapente:**

(69 €) e incluye:

- Vuelo en tándem de 25 min en parapente en Tenerife
- Teoría inicial y consejos sobre el vuelo en parapente
- Seguro de responsabilidad civil
- Seguro de cancelación por condiciones meteorológicas gratuito con reembolso del 100%

<http://www.tenerifeparapente.com/>

PAINTBALL:

Empresa->**Versus Point Paintball:**

(20 €) e incluye:

- Briefing previo de seguridad.
- Equipo de seguridad (máscara, guantes, peto de protección y mono).
- Marcadora + 200 Bolas.
- Seguro de Responsabilidad Civil.

Tlfno: 922515304

2.3 CONCLUSIONES SOBRE EL ESTUDIO

GRÁFICO 1



GRÁFICO 2



Después de analizar las doce ofertas de actividades de ocio alternativas, los resultados obtenidos revelan que las actividades más ofertadas son, el senderismo con un 25% y el buceo con un 16'7%, seguidos por el resto de actividades con un 8'3%

En relación a los precios se observa que el 50% de las actividades tienen un precio entre 22€ y 50€ seguido con un 25% las actividades cuyo precio es inferior a 21€

Después de los datos presentados y a modo de conclusión de este estudio, se puede afirmar que desde hace tres años el gasto del turista que viene a Canarias aumenta año a año, la necesidad de promocionar y ofertar actividades alternativas aumenta también y además recibe el apoyo de las administraciones. Por lo que sería un buen nicho de mercado invertir o crear empresas de ocio deportivo que ofrezcan actividades cuyo precio sea inferior a los 50€

A modo de aclaración debemos comentar que los “charters” de pesca, que los consideramos nuestros principales competidores, no se ofertan en el portal de www.canarying.com sin embargo si lo hacen en otro portal como puede ser www.yumping.com/pesca/tenerife con precios que van desde los 65€ en adelante.

3. IDEA EMPRESARIAL

3.1 DEFINICIÓN DE LA IDEA EMPRESARIAL

Como segunda parte de este proyecto, se estudiará la creación de una empresa que oferte un servicio de pesca que consistirá en llevar a los clientes a pescar tanto en la costa como en alguna de las diversas charcas que existen en Tenerife, intentando ofrecer dicho servicio al precio más económico posible. Los días que el mar esté revuelto o haga mal tiempo, tenemos la opción de llevar a los turistas a las charcas, pudiendo así ofertar esta actividad todos los días del año.

Esta idea surge del promotor de este proyecto (Juan Francisco Prados Roales) que además de practicar la pesca como hobby, compite federado en el club de pesca y casting “Poseidón” desde el año 2008.

3.2 CONTRASTE DE LA IDEA

- Servicio que prestaremos
 - o Recogida de los clientes en un punto de encuentro para llevarlos al lugar de pesca. La empresa proveerá de todo el material necesario para un correcto día de pesca (cañas, carretes, cebos....).
 - Al terminar dicha jornada, los clientes serán llevados de nuevo al punto de encuentro.
- Obstáculos que encontraremos
 - o Falta de recursos ante la crisis actual
 - o Dificultad de acceso a financiación adecuada
 - o Trámites burocráticos
 - o Previsiones erróneas
 - o Acceso a los turistas
- Nivel de competitividad e innovación de la idea
 - o Como se menciona en la introducción, actualmente no existen empresas en Tenerife (o se desconocen) que lleven a los turistas a pescar. Lo más

parecido son los “charters” de pesca que llevan a los turistas de excursión en barco y les dejan pescar en ciertos lugares. Por lo que esta nueva actividad tiene un alto grado de innovación.

3.3 PERFIL DEL PROYECTO

- Mercado potencial
 - o Turistas que vengan a pasar sus vacaciones a lo largo del año en Tenerife, no hacemos restricciones de edad dado que la pesca es una actividad que la puede practicar cualquier persona.
- Mercado residual
 - o Personas residentes en la isla que quieran disfrutar de la actividad que ofertamos.
- Restricciones legales
 - o Estamos sujetos al Real Decreto 560/1995, de 7 de abril, por el que se establecen las tallas mínimas de determinadas especies pesqueras. BOE N°84 de 8 de abril.
<http://www2.gobiernodecanarias.org/agricultura/pesca/tallasminimas/default.htm>
- Estructura de costes
 - o El coste y la inversión inicial son bajos
- Ventaja competitiva
 - o Además del grado de innovación, el conocimiento y afición por parte del promotor del proyecto permite acercar esta actividad a cualquier tipo de cliente de manera sencilla y amena.

Además del servicio de pesca se concienciará a los clientes en lo perjudicial que es para los fondos marinos la captura de peces que no lleguen a las tallas mínimas. Además todo el que ha ido a pescar sabe cómo muchas personas dejan de sucio los lugares de pesca, por lo que haremos una concienciación proactiva y antes de cada jornada de pesca estableceremos un tiempo de recogida de basura.

4. INFLUENCIA DEL ENTORNO

4.1 SERVICIOS SUSTITUTIVOS

En relación a la pesca, el único servicio sustitutivo que podría parecerse son los charters de pesca nombrados anteriormente.

Si miramos una actividad sustitutiva orientada al turismo deportivo, puede ser cualquiera de las que aparece en el estudio realizado en las primeras páginas (senderismo, excursión en barco, kayak, etc..)

4.2 COMPETIDORES POTENCIALES

Dado que no tenemos un competidor directo que ofrezca la misma actividad, podemos considerar competidor potencial a las empresas que oferten actividades deportivas orientadas a los turistas tales como senderismo, excursión en barco, charters de pesca, kayak, etc...

4.3 PROVEEDORES

Con respecto a los materiales como las cañas, carretes, y engodos, disponemos de tiendas como Decathlon, Deportes Pineda y Blanco Pesca que tienen buen material a buen precio.

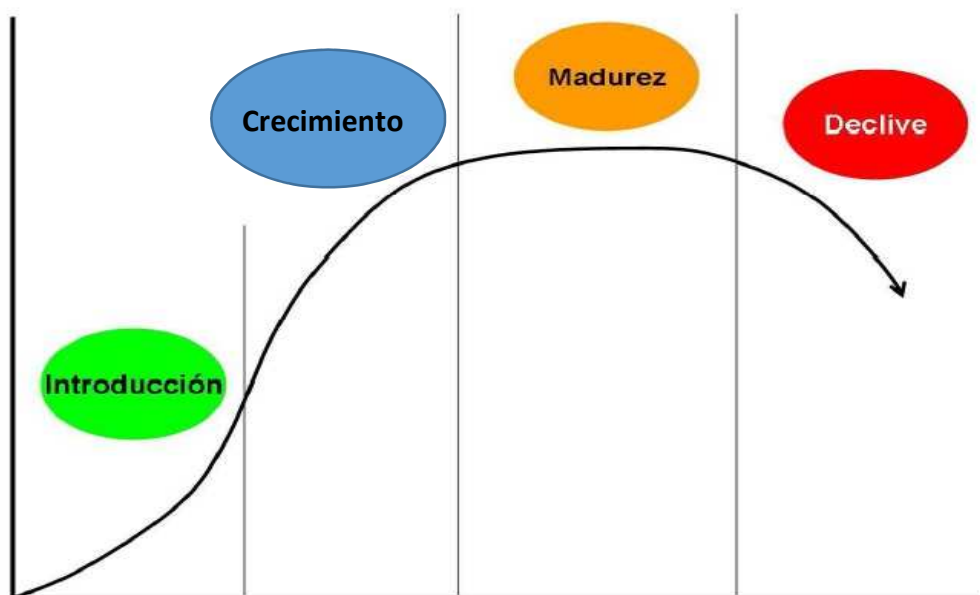
Centrándonos en el cebo, si es para el mar (gambas, chipirones, etc..) se puede comprar en cualquier tienda de congelados y si el cebo es para agua dulce (asticot principalmente) en Decathlon los venden por bolsas de medio litro y un litro.

4.4 ANÁLISIS DAFO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none">- Empresa de nueva creación- Inexperiencia del promotor en la emprendeduría	<ul style="list-style-type: none">- Amplio conocimiento en el mundo de la pesca- Ilusión y motivación en este nuevo proyecto y nuevo reto- Estructura empresarial flexible- Ubicación en zona turística
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none">- La actual situación de crisis- Posibilidad de que surjan competidores que nos copien- No existe legislación de cara al sector	<ul style="list-style-type: none">- Apoyo de las Administraciones para ideas innovadoras relacionadas con el turismo- Interés creciente de la población por el deporte y medioambiente

5. DISEÑO DE LA ESTRATEGIA

5.1 CICLO DE VIDA DEL PROYECTO



- 1. Introducción:
En el primer año intentaremos llevar un crecimiento intensivo dando a conocer nuestra actividad al máximo posible a través de los tour-operadores, agencias de viaje, hoteles y campañas diversas.
- 2. Crecimiento:
Durante el segundo y tercer año, una vez nos hayamos dado a conocer, intentaremos una fidelización, primero con los clientes dado que muchos turistas repiten sus vacaciones y a través del “boca a boca”, este turista satisfecho le contará a amigos/vecinos/familia el buen trato que le dimos y lo divertida que fue nuestra actividad por lo que habremos ganado otro cliente potencial.
Y por último una fidelización con los tour-operadores, agencias de viaje, hoteles, para que nos sigan nutriendo de clientes con unas condiciones más favorables para nuestra empresa.
- 3. Madurez:
Durante el cuarto año y ante un crecimiento estable es más probable que los posibles competidores potenciales intenten imitar nuestro modelo de negocio con la posibilidad de que se reduzca nuestra clientela, ya que las barreras de entrada serán poco sólidas.
- 4. Declive:
Durante el quinto año y ante un descenso de la demanda intentaremos sobrevivir en el mercado expandiendo nuestra actividad a otras islas o ampliando nuestra gama de actividades.

5.2 DEFINICIÓN DE LA ESTRATEGIA

- **VISIÓN**
Con este proyecto aspira a ofertar una actividad más a ese sector que “sustenta” la isla, que es el turístico. Cuanta más diversidad haya y mejor lo cuidemos, mejor nos irá.
- **MISIÓN**
Nuestro propósito principal será cubrir un nicho de mercado a través de nuestra actividad y que esta sea lo más exitosa posible.
- **VALORES CORPORATIVOS**
El esfuerzo, el conocimiento en la materia, la ilusión en el proyecto son los valores principales que harán salir a flote al mismo y permitirá que nuestros futuros clientes confíen en la empresa.

6. EVALUACIÓN DEL MERCADO

6.1 DETERMINACIÓN DEL MERCADO

Como se ha comentado anteriormente, no vamos a segmentar nuestro mercado por edades o sexo dado que la pesca la puede realizar cualquier persona, nuestro segmento de mercado serán los turistas, centrándonos especialmente en los que acuden a la zona sur de Tenerife.

A modo de aclaración, si hubiera habido algún dato estadístico sobre la práctica de diversas actividades de turismo deportivo, clasificadas por edades de los turistas, sexo y/o procedencia, podíamos haber especificado o segmentado el mercado un poco mejor.

6.2 DETERMINACIÓN DEL SERVICIO

¿Dónde voy a vender?, ¿Cuándo voy a vender?, ¿Por mediación de quién?, ¿A través de qué vías?

Nuestro nicho de mercado serán principalmente turistas que vengan al sur de la isla por lo que tendremos un local ubicado en la zona sur que nos servirá como domicilio social y donde podremos almacenar los materiales de pesca cuando no se estén usando.

Dado que la isla recibe turistas todo el año, nuestra actividad no es estacional y como podemos llevar a los turistas de pesca tanto en la costa como en las charcas, salvamos así los días que el mar esté malo.

Por lo que venderemos nuestra actividad a lo largo de todo el año. Intentaremos entablar las mejores relaciones posibles con tour-operadores, agencias de viaje y hoteles para que muchos de nuestros clientes puedan venir ya desde origen con nuestra actividad contratada.

6.3 COMERCIALIZACIÓN Y DISTRIBUCIÓN

En relación a los precios, pondremos un precio para el cliente que quiera contratar nuestra actividad directamente con nosotros, dicho precio cubrirá costes y un margen de beneficio. Ese mismo precio será el que le demos a los tour-operadores, agencias de viaje y hoteles para que estos le apliquen su propio margen de beneficio y le oferten al turista un nuevo precio con su margen ya aplicado.

De cara a la previsión de ventas en los siguientes años tendremos en cuenta el ipc del sector turístico en la provincia de Santa Cruz de Tenerife.

Con respecto a la publicidad y promoción, haremos una fuerte promoción de lanzamiento para darnos a conocer tanto para nuestros clientes como para darnos a conocer entre los tour-operadores, agencias de viaje y hoteles contratando a una persona encargada de las relaciones públicas. Nos publicitaremos a través de nuestra web, redes sociales y reparto de trípticos. Se destinarán 6.000€ el primer año para este concepto.

7. FORMA ORGANIZATIVA

7.1 DISEÑO ORGANIZATIVO

La forma organizativa que tendrá la empresa será la simple, dado que somos una empresa pequeña, quedando el diseño del organigrama de la siguiente manera:



7.2 PLANIFICACIÓN DE LOS RECURSOS HUMANOS

El promotor será el director y tomará las decisiones de relevancia en la empresa y evaluará las necesidades o carencias que la misma pueda tener. También ejercerá de monitor y será el encargado de la actividad con los turistas.

Él/la relaciones públicas se encargará de hacer llegar nuestra actividad al mayor número de tour-operadores, agencias de viaje y hoteles, también se encargará de todo lo relacionado con la publicidad, marketing y promoción de la empresa.

Él/la administrativo/a estará en el local de la empresa y se encargará de atender las posibles llamadas, atender a los clientes que visiten el local al igual que de toda la parte contable y administrativa de la empresa.

Habrá una comunicación tanto vertical como horizontal para un mayor dinamismo.

Nos regiremos por el convenio colectivo estatal de instalaciones deportivas y gimnasios

En su artículo 1 dice:

“El presente Convenio es de aplicación y regula las condiciones de trabajo de todas las empresas, cualquiera que sea la forma jurídica que adopten, que tengan por objeto o actividad económica la oferta y/o prestación de servicios de ocio-deportivo.....También están incluidas en el ámbito funcional de éste convenio las empresas que desarrollen el objeto y la actividad económica indicada aunque ésta se realice fuera de establecimientos o instalaciones habilitadas para ello, es decir, al aire libre o en contacto con la naturaleza.....” (BOE nº213 del 6 de septiembre de 2006).

CUADRO 2

Tablas salariales

Grupo profesional	Nivel	Salario – Euros	Plus transporte – Euros	Hora nocturna – Euros
Grupo 1.	–	900	1'40	0,70
Grupo 2.	1	825	1'40	0,70
	2	800	1'40	0,70
Grupo 3.	1	725	1'40	0,70
	2	680	1'40	0,70
Grupo 4.	1	645	1'40	0,70
	2	635	1'40	0,70
Grupo 5.	–	625	1'40	0,70

Grupo profesional	Nivel	(Art 13) hora complemento traslado Euros/hora	Hora extra ordinaria Euros/hora	Hora extra festiva Euros/hora
Grupo 1.	–	0'60	6,3	10
Grupo 2.		0'55	6,3	10
	2	0'53	6,3	10
Grupo 3.	1	0'48	6,3	10
	2	0'45	6,3	10
Grupo 4.	1	0'43	5,25	8,25
	2	0'42	5,25	8,25
Grupo 5.		0'42	5,25	8,25

CUADRO 3

CATEGORÍA	SALARIO MENSUAL
GRUPO 1	
Director	900,00
GRUPO 2	
NIVEL I	
Relaciones Públicas(tiempo parcial)	415,00
NIVEL 2	
Administrativo(tiempo parcial)	400,00
TOTAL MENSUAL NETO	1.715,00
TOTAL MENSUAL BRUTO (S.S. 29,80%)	2.443,02

**Elaboración propia*

**tipo cotización, contingencia con IT 29,80%
Se le dan dos dobles pagas

El promotor cobrará únicamente por el desempeño de su labor de director.

7.3 ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA

Vamos a constituir una Sociedad Limitada de Nueva empresa unipersonal (S.L.N.E.U.) que estará formada por el promotor que a su vez es trabajador, que aportará 3.013€ en efectivo.

La Sociedad Limitada de Nueva Empresa es una sociedad que aporta las ventajas de la Sociedad Limitada en cuanto a la limitación de su responsabilidad pero simplificando al máximo los trámites formales para constituirse. Las características principales de esta forma jurídica son las siguientes:

- El capital social mínimo será de 3.012€ y el máximo 120.202€. Dicho capital deberá estar íntegramente desembolsado y sólo podrá hacerse mediante aportaciones dinerarias.
- Tiene una duración ilimitada.
- El número máximo de socios es de cinco.
- Se constituirá en 48 horas.
- El objeto social es genérico.
- Los órganos sociales son sencillos.

Las ventajas de las Sociedades de Responsabilidad Limitada Nueva Empresa son:

- Posibilidad de aplazar el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITPAJD) y el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) durante un año sin necesidad de garantías, y dos años en el caso del Impuesto sobre Sociedades (IS).
- La no obligación de realizar pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades a cuenta durante los dos primeros ejercicios económicos de la empresa, ni de llevar un Libro de Registro de Socios.
- La posibilidad de crear una cuenta ahorro-empresa, con un régimen fiscal similar al de una cuenta de ahorro-vivienda, en concreto, la devolución en el IRPF del 15% del importe depositado en la cuenta con el límite de 9.015,18 € anuales durante un plazo máximo de 4 años.
- Facilidad para la posterior reconversión de SLNE a Sociedad Limitada o Sociedad Anónima.
- Simplificación de la llevanza de la contabilidad, cumpliendo los siguientes requisitos:
 - o Que el total de las partidas de activo no supere un millón de euros.
 - o Que el importe neto de su cifra anual de negocio sea inferior a dos millones de euros.
 - o Que el número medio de trabajadores, empleados durante el ejercicio, no sea superior a diez.

- Menores costes para la formalización de la empresa, detallados a continuación (se han calculado en base al capital social mínimo a escriturar, y a la forma telemática de constitución):

CUADRO 4

CONCEPTO	IMPORTE
Consulta previa de denominación social	1,80€
Certificación negativa del nombre de la sociedad	20€
Gastos de notaría	233,07€
Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados: 1% sobre el capital social	30,13€
Registro de la escritura y publicación en el BORME	132,63€
TOTAL (gastos de la formalización)	417,63€

**Elaboración propia*

7.4 PROTECCIÓN JURÍDICA

Los participantes de las actividades firman un seguro en el momento previo de su realización y cubre a los clientes durante la práctica.



¿Necesitas ayuda?
📞 902 102 036

Inicia Sesión

Seguros de Caza y Pesca

Si eres aficionado a la Caza y la Pesca este es tu seguro. Disfruta tu afición con total tranquilidad.



Seguro de Caza
Con las mejores coberturas: Seguro Obligatorio, Accidentes del cazador y Responsabilidad Civil suplementaria... ¡Desde 13 euros!

Seguro de Pesca:
Desde 9 euros selecciona tu seguro de Pesca, con las mejores coberturas y un precio inmejorable: Responsabilidad Civil, Accidentes personales y Asistencia.

Seguros de Caza

desde 12,81€

Seguros de Pesca

desde 8,91€

 **Pesca: Responsabilidad Civil + Accidentes personales (18.000€)**

[Descarga de condiciones generales](#)

Estas son las coberturas del seguro:

- ✓ **Responsabilidad Civil Obligatoria (Límite 150.000)**
Dentro de los límites establecidos en estas Condiciones correrán por cuenta del Asegurador los siguientes gastos: · El abono a los perjudicados o a sus derechohabientes de las indemnizaciones a que diera lugar la responsabilidad civil del Asegurado con arreglo a lo establecido en esta póliza. · El pago de las costas y gastos judiciales o extrajudiciales inherentes a la gestión del siniestro y a la defensa del mismo. Daños ocasionados en el ejercicio de la pesca deportiva con caña por el propio Asegurado: · La posesión y utilización, con fines lícitos y el correspondiente permiso administrativo de utensilios y aparejos destinados al ejercicio de la pesca deportiva con caña. · La participación en competiciones autorizadas de pesca deportiva con caña o en los entrenamientos de las mismas. · El montaje y limpieza de los utensilios y aparejos utilizados durante el ejercicio de la pesca deportiva con caña. · Los daños causados por incendio y explosión en el desarrollo de las actividades objeto del seguro.
- ✓ **Accidentes personales (Límite 18.000€)**
Fallecimiento: Se garantiza el pago de la indemnización si el Asegurado fallece a consecuencia de un accidente cubierto por la misma. Invalidez permanente: Se garantiza el pago de la indemnización, si a consecuencia de un accidente cubierto por la misma, se produce la invalidez permanente del Asegurado. Gastos médico-clínico-farmacéuticos: el Asegurador reembolsará al Asegurado, durante un plazo máximo de 365 días a contar desde el día del accidente y previa justificación, el importe de los gastos médicos prestados por facultativos de la elección de éste, con ocasión de lesiones sufridas en accidentes cubiertos.

8,91 €

Contratar

8. PLAN DE INVERSIONES

CUADRO 5

PARTIDAS	PRECIO	CANTIDAD	CUANTÍA
Mesa Ordenador	80,00 €	1	80,00 €
Ordenador	750,00 €	1	750,00 €
Impresora Multifunción	100,00 €	1	100,00 €
Teléfono	50,00 €	1	50,00 €
Sillas	40,00 €	4	160,00 €
Nevera	400,00 €	1	400,00 €
Fregadero	100,00 €	1	100,00 €
Microondas	100,00 €	1	100,00 €
Televisor	300,00 €	1	300,00 €
Aire acondicionado	1.000,00 €	1	1.000,00 €
Página web	600,00 €	1	600,00 €
Cañas de boya 4 metros + carrete	30,00 €	8	240,00 €
Cañas de fondo 4'20 metros + carrete	70,00 €	8	560,00 €
Cañas fijas 6 metros	15,00 €	8	120,00 €
Otro inmov. Material (nylon, señuelos, plomos, maletín, mochila...)	1.000,00 €	1	1.000,00 €
<i>*Elaboración propia</i>	TOTAL		5.560,00 €

Amortización en base a las tablas oficiales:

PARTIDAS	PRECIO	CUADRO 6		VIDA ÚTIL	CUOTA AMORTIZ.
		CANTIDAD	CUANTÍA		
Mesa Ordenador	80,00 €	1	80,00 €	10	8,00 €
Ordenador	750,00 €	1	750,00 €	5	150,00 €
Impresora Multifunción	100,00 €	1	100,00 €	5	20,00 €
Teléfono	50,00 €	1	50,00 €	5	10,00 €
Sillas	40,00 €	4	160,00 €	8	20,00 €
Nevera	400,00 €	1	400,00 €	8	50,00 €
Fregadero	100,00 €	1	100,00 €	10	10,00 €
Microondas	100,00 €	1	100,00 €	8	12,50 €
Televisor	300,00 €	1	300,00 €	5	60,00 €
Aire acondicionado	1.000,00 €	1	1.000,00 €	5	200,00 €
Página web	600,00 €	1	600,00 €	6	100,00 €
Cañas de boya 4 metros + carrete	30,00 €	8	240,00 €	8	30,00 €
Cañas de fondo 4'20 metros + carrete	70,00 €	8	560,00 €	8	70,00 €
Cañas fijas 6 metros	15,00 €	8	120,00 €	8	15,00 €
Otro inmov. Material (nylon, señuelos, plomos, maletín...)	1.000,00 €	1	1.000,00 €	8	125,00 €
<i>*Elaboración propia</i>	TOTAL		880,50 €		

9. ESTRUCTURA DE RESULTADOS

9.1 PRÉSTAMO

Se va a pedir un préstamo ENISA de 50.000 € cuyos intereses anuales son del 2'5% + Euribor a un año y unos gastos de apertura del 0'5% sobre el principal cuyo vencimiento es a 5 años.

CUADRO 7

Tiempo/meses	Mensualidad	Interés	Cuota Capit.	Amortización	Cap. Pdte
0					50.000,00
1	898,72	125,54	773,18	773,18	49.226,82
2	898,72	123,60	775,12	1.548,30	48.451,70
3	898,72	121,66	777,07	2.325,37	47.674,63
4	898,72	119,70	779,02	3.104,39	46.895,61
5	898,72	117,75	780,98	3.885,37	46.114,63
6	898,72	115,79	782,94	4.668,30	45.331,70
7	898,72	113,82	784,90	5.453,21	44.546,79
8	898,72	111,85	786,87	6.240,08	43.759,92
9	898,72	109,88	788,85	7.028,93	42.971,07
10	898,72	107,89	790,83	7.819,76	42.180,24
11	898,72	105,91	792,82	8.612,57	41.387,43
12	898,72	103,92	794,81	9.407,38	40.592,62
13	898,72	101,92	796,80	10.204,18	39.795,82
14	898,72	99,92	798,80	11.002,98	38.997,02
15	898,72	97,92	800,81	11.803,79	38.196,21
16	898,72	95,91	802,82	12.606,61	37.393,39
17	898,72	93,89	804,83	13.411,44	36.588,56
18	898,72	91,87	806,86	14.218,30	35.781,70
19	898,72	89,84	808,88	15.027,18	34.972,82
20	898,72	87,81	810,91	15.838,09	34.161,91
21	898,72	85,78	812,95	16.651,04	33.348,96
22	898,72	83,73	814,99	17.466,03	32.533,97
23	898,72	81,69	817,04	18.283,07	31.716,93
24	898,72	79,64	819,09	19.102,15	30.897,85
25	898,72	77,58	821,14	19.923,30	30.076,70
26	898,72	75,52	823,21	20.746,50	29.253,50
27	898,72	73,45	825,27	21.571,78	28.428,22
28	898,72	71,38	827,34	22.399,12	27.600,88
29	898,72	69,30	829,42	23.228,54	26.771,46
30	898,72	67,22	831,50	24.060,05	25.939,95
31	898,72	65,13	833,59	24.893,64	25.106,36
32	898,72	63,04	835,69	25.729,33	24.270,67
33	898,72	60,94	837,78	26.567,11	23.432,89
34	898,72	58,84	839,89	27.407,00	22.593,00
35	898,72	56,73	842,00	28.248,99	21.751,01
36	898,72	54,61	844,11	29.093,10	20.906,90
37	898,72	52,49	846,23	29.939,33	20.060,67
38	898,72	50,37	848,35	30.787,69	19.212,31

39	898,72	48,24	850,48	31.638,17	18.361,83
40	898,72	46,10	852,62	32.490,79	17.509,21
41	898,72	43,96	854,76	33.345,55	16.654,45
42	898,72	41,82	856,91	34.202,46	15.797,54
43	898,72	39,67	859,06	35.061,52	14.938,48
44	898,72	37,51	861,22	35.922,74	14.077,26
45	898,72	35,35	863,38	36.786,11	13.213,89
46	898,72	33,18	865,55	37.651,66	12.348,34
47	898,72	31,01	867,72	38.519,38	11.480,62
48	898,72	28,83	869,90	39.389,28	10.610,72
49	898,72	26,64	872,08	40.261,36	9.738,64
50	898,72	24,45	874,27	41.135,63	8.864,37
51	898,72	22,26	876,47	42.012,10	7.987,90
52	898,72	20,06	878,67	42.890,77	7.109,23
53	898,72	17,85	880,87	43.771,64	6.228,36
54	898,72	15,64	883,09	44.654,73	5.345,27
55	898,72	13,42	885,30	45.540,03	4.459,97
56	898,72	11,20	887,53	46.427,56	3.572,44
57	898,72	8,97	889,75	47.317,31	2.682,69
58	898,72	6,74	891,99	48.209,30	1.790,70
59	898,72	4,50	894,23	49.103,53	896,47
60	898,72	2,25	896,47	50.000,00	0,00

**Elaboración propia*

9.2 GASTOS PRIMER AÑO

Los gastos que tendrá la empresa el primer año, serán los que se detallan a continuación:

CUADRO 8

CONCEPTO	DETALLE	IMPORTE ANUAL
Constitución	Desarrollado en el punto 7.3	417,63 €
Personal	Desarrollado en el punto 7.2	34.202,28 €
Publicidad y promoción	Desarrollado en el punto 6.3	6.000,00 €
Suministro Agua	Promedio 75 € bimensual	450,00 €
Suministro Luz	Promedio 75 € bimensual	450,00 €
Suministro Teléfono e Internet	Promedio 35 € al mes	420,00 €
Material Fungible	Carnadas, engodos, etc..	1.440,00 €
Alquiler del local	700 € al mes	8.400,00 €
Seguro responsab. Civil	8,91 € que paga cada cliente, no genera gasto para la empresa	0,00 €
Alquiler microbus	150 € cada día de alquiler	21.600,00 €
Tributos	Impuesto de basuras	120,00 €
Mantenimiento Aire Acondic.		400,00 €
Gastos de apertura	0,5% 47.000	250,00 €
Cuota de Capital préstamo		9.407,38 €
Intereses del préstamo		1.377,31 €
<i>*Elaboración propia</i>	TOTAL	84.934,60 €

9.3 ESTIMACIÓN DE CLIENTES

Estimamos que cada jornada de pesca llevaremos a 15 clientes (es el máximo que permite el microbús), haremos tres jornadas de pesca a la semana, con posibilidad de ampliar a más si la demanda aumenta, por lo que extrapolamos estos datos a anuales y en base a los gastos anuales que vamos a tener, del precio que se le cobre a cada cliente, casi 40 euros van destinados sólo a cubrir costes y el resto ya es beneficio.

CUADRO 9

GASTOS ANUALES	84.934,60
ESTIMACIÓN DE CLIENTES POR JORNADA DE PESCA	15
ESTIMACIÓN DE CLIENTES A LA SEMANA	45
ESTIMACIÓN DE CLIENTES AL MES	180
ESTIMACIÓN DE CLIENTES ANUAL	2160
COSTE UNITARIO POR CLIENTE	39,32

**Elaboración propia*

Se le cobrará al cliente 46€ +8,91 € del seguro (que no acarrea gasto ni pago alguno para la empresa), siendo nuestro margen de beneficio por cliente de 6,68 €. Por lo que la cifra de ventas anuales serían 99.360 €

9.4 PÉRDIDAS Y GANANCIAS Y ANÁLISIS VERTICAL

Las Sociedades Limitadas Nueva Empresa Unipersonal de nueva creación, el primer año los primeros 300.000 € de su cifra de negocio están gravados al 15%, con lo cual el cuadro de Pérdidas y Ganancias quedaría con un beneficio neto de 19.509,44 €

CUADRO 10

AÑO		2015	
CONCEPTO	IMPORTE	AN. VERTICAL	
VENTAS	99.360,00 €	100%	
GASTOS DE PERSONAL	34.202,28 €	34,42%	
GASTOS DE EXPLOTACIÓN	39.947,63 €	40,20%	
AMORTIZACIÓN	880,50 €	0,89%	
BAIT	24.329,59 €	24,49%	
INTERESES	1.377,31 €	1,39%	
BAI	22.952,28 €	23,10%	
IMPUESTO	3.442,84 €	3,47%	
Bº NETO	19.509,44 €	19,64%	

**Elaboración propia*

9.5 PRESUPUESTO DE TESORERÍA

CUADRO 11

FINANCIACIÓN	53.013,00 €
INVERSIÓN	5.560,00 €
SALDO INICIAL	47.453,00 €
COBROS	99.360,00 €
Constitución	417,63 €
Personal	34.202,28 €
Publicidad y promoción	6.000,00 €
Suministro Agua	450,00 €
Suministro Luz	450,00 €
Suministro Teléfono e Internet	420,00 €
Material Fungible	1.440,00 €
Alquiler del local	8.400,00 €
Alquiler microbus	21.600,00 €
Tributos	120,00 €
Mantenimiento Aire Acondic.	400,00 €
Gastos de apertura	250,00 €
Cuota de Capital préstamo	9.407,38 €
Intereses del préstamo	1.377,31 €
PAGOS	84.934,60 €
SALDO NETO	14.425,40 €
SALDO FINAL	61.878,40 €

*Elaboración propia

9.6 BALANCE

Balance al inicio de la actividad de la empresa:

CUADRO 12

ACTIVO		PASIVO + PN	
ACTIVO NO CORRIENTE		PATRIMONIO NETO	
.(206) APLICACIONES INFORMÁTICAS		.(100) CAPITAL SOCIAL	3.013,00
Página Web	600,00		
.(216) MOBILIARIO			
Mesa Ordenador	80,00		
Sillas	160,00		
.(217) EQUIPOS PARA PROCESO DE INFORMAC.		PASIVO NO CORRIENTE	
Ordenador	750,00	.(170) DEUDAS L/P ENT. CRÉD.	40.592,62
Impresora Multifunción	100,00		
.(219) OTRO INMOV. MATERIAL			
Teléfono	50,00		
Nevera	400,00		
Fregadero	100,00		
Microondas	100,00		
Televisor	300,00		
Aire acondicionado	1.000,00		
Cañas de boya 4 metros + carrete	240,00	PASIVO CORRIENTE	
Cañas de fondo 4'20 metros + carrete	560,00		
Cañas fijas 6 metros	120,00		
Otro inmov. Material (nylon, señuelos...)	1.000,00	.(520) DEUDAS C/P ENT. CRÉD.	9.407,38
ACTIVO CORRIENTE			
.(572) Banco	47.453,00		
TOTAL ACTIVO	53.013,00	TOTAL PASIVO + PN	53.013,00

*Elaboración propia

Balance al cierre del primer ejercicio:

CUADRO 13

ACTIVO			PASIVO + PN		
ACTIVO NO CORRIENTE			PATRIMONIO NETO		
.(206)	APLICACIONES INFORMÁTICAS		.(100)	CAPITAL SOCIAL	3.013,00
	Página Web	600,00	.(129)	RESULTADO DEL EJERCICIO	19.509,44
.(216)	MOBILIARIO				
	Mesa Ordenador	80,00			
	Sillas	160,00			
.(217)	EQUIPOS PARA PROCESO DE INFORMAC.		PASIVO NO CORRIENTE		
	Ordenador	750,00	.(170)	DEUDAS L/P ENT. CRÉD.	30.897,85
	Impresora Multifunción	100,00			
.(219)	OTRO INMOV. MATERIAL				
	Teléfono	50,00			
	Nevera	400,00			
	Fregadero	100,00			
	Microondas	100,00			
	Televisor	300,00			
	Aire acondicionado	1.000,00			
	Cañas de boya 4 metros + carrete	240,00	PASIVO CORRIENTE		
	Cañas de fondo 4'20 metros + carrete	560,00			
	Cañas fijas 6 metros	120,00	.(4752)	IMPSTO. SOBRE BENEFICIO	3.442,84
	Otro inmov. Material (nylon, señuelos...)	1.000,00	.(520)	DEUDAS C/P ENT. CRÉD.	9.694,77
.(281)	AMORT. ACUM. INMOV. MAT.	-880,50			
ACTIVO CORRIENTE					
.(572)	Banco	61.878,40			
TOTAL ACTIVO		66.557,90	TOTAL PASIVO + PN		66.557,90

**Elaboración propia*

10. OBRA SOCIAL

Hablaremos con comedores sociales para que las capturas (dentro de la normativa de las tallas mínimas) que hagamos en la costa, puedan ser llevadas a dichos comedores ayudando así a las personas más desfavorecidas en esta situación de crisis.

Como se nombró al final del apartado 3.3, antes de terminar la jornada de pesca dedicaremos un tiempo a recoger basuras y desperdicios de los lugares donde vayamos a pescar, concienciando así a todos los clientes sobre los buenos hábitos durante las sesiones de pesca.

Destinaremos una parte del dinero de publicidad y promoción para patrocinar actividades tales como Open de fotografía submarina y actividades relacionadas con los fondos marinos.



Inicio

Calendario

Comités

Enlaces Externos

Contactar

Galería

Campeonatos Nacionales de Vídeo y Foto 2013

Posted in Fotografía Submarina



Foto de familia con todos los ganadores de premios en el CEVISUB y NAFOSUB 2013
 XV Campeonato de España Video Submarino
 Las Galletas (Tenerife) - 03 al 08 de septiembre de 2013
 Semana de la Imagen Submarina - Arona 2013
 Resultados Oficiales Nafosub 2013

Competiciones de Fotografía Submarina

Posted in Fotografía Submarina

- 10/3 1ª prueba insular de Tenerife(Copa Cabildo)
- 14/4 2ª prueba insular de Tenerife(Copa Cabildo)
- 12/5 3ª prueba insular de Tenerife(Copa Cabildo)
- 16/6 4ª prueba insular de Tenerife(Copa Cabildo)

El Poris- Arico **Tenerif**
 Garachico **Tenerif**
 Las Eras **Tenerif**
 Teno **Tenerif**

11. CONCLUSIONES

A modo de conclusión y en base a los datos obtenidos en todo el proyecto, podemos observar que hay un incremento de gasto por parte de los turistas desde hace unos años hasta ahora a pesar de que en la crisis los precios no sólo no han subido, sino que han bajado y si la crisis empieza a quedar atrás (esa es la previsión), dicho gasto seguirá aumentando, por lo que es viable encontrar un nicho de mercado en la actividad turística como lo es la pesca.

La situación de inestabilidad y conflictos en países que competían en el turismo con Canarias ha ayudado a que seamos de nuevo el foco como destino turístico atractivo. El buen trato y la amabilidad de los canarios, nuestras plazas hoteleras (de mayor calidad año tras año), nuestro clima complementado cada vez más con diversidad de actividades lúdicas, hacen de Canarias y en especial de Tenerife, un destino perfecto.

El objetivo marcado al final del apartado 2.3 de ofrecer un precio al cliente que no fuera superior a 50€ se ha conseguido, pero a medias, dado que nuestro precio es de 46€ pero el cliente también debe pagar los 8'91€ del seguro con lo cual el cliente termina pagando casi 55 €. Aun así, si tenemos en cuenta el poder adquisitivo del turista que visita la isla, dicho precio es asumible.

Una vez puesta en marcha la empresa, se debería estudiar la manera de reducir gastos para que los costes fueran menores y poder ofrecer un precio todavía más asequible al cliente. Fijándonos en el cuadro de gastos del primer año (apartado 9.2), vemos que las partidas mayores son los gastos de personal y el alquiler del microbús, así que los esfuerzos deberán ir orientados por esas vías.

Por lo que nos encontramos ante una empresa que con poca financiación, genera puestos de trabajo, ya no sólo directos, sino indirectos dado que contratamos un microbús, pagamos el alquiler de nuestro local y aportamos nuestro granito de arena para que el engranaje de la economía se vaya moviendo a través de los impuestos que también pagamos.

Somos una empresa con una obra social directamente relacionada con la actividad que ofrecemos y que a través de la misma ayudamos a los más desfavorecidos entregando las capturas a los comedores sociales, concienciando a nuestros clientes sobre el cuidado de los lugares de pesca y potenciando actividades del entorno de la empresa como Open de fotografía submarina.

Además de lo nombrado anteriormente, somos una empresa rentable, que obtiene beneficios al final del ejercicio y con planes de futuro

Personalmente, este proyecto, junto con los demás que hemos hecho en cursos anteriores, aunque este es el primero que hacemos individualmente, me ha servido para darme cuenta que poseo las capacidades suficientes para poder evaluar y estudiar una oportunidad de negocio y con algo de apoyo poder lanzarme a emprender.

12. BIBLIOGRAFÍA

PÁGINAS WEBS CONSULTADAS:

- Información sobre el gasto de los turistas en Canarias. Recuperado el 19 de abril de 2014 en

<http://www.ine.es>

- Actividades deportivas en Canarias. Recuperado el 19 de abril de 2014 en

<http://www.canarying.com>

- Charters de pesca en Tenerife. Recuperado el 20 de abril de 2014 en

<http://www.yumping.com/pesca/tenerife>

- Características Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE). Recuperado el 29 de abril de 2014 en

http://portal.circe.es/es-ES/pait/Documentosinteres/Guia_SLNE_-_Informacion_general.pdf

- Tablas oficiales de amortización. Recuperado el 30 de abril de 2014 en

<http://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2004-14600>

- Seguro de pesca. Recuperado el 9 de mayo de 2014 en

https://aplicaciones.peris.es/tarificador/productos/caza_pesca/seguros_caza_pesca01.aspx?p=responsabilidadcivil

- Compra del material de pesca. Recuperado el 9 de mayo de 2014 en

<http://www.decathlon.es/>

- Información sobre la financiación ENISA. Recuperado el 11 de mayo de 2014 en

[http://www.enisa.es/documentos_web/documentos/FAQ%20ENISA\(0\).pdf](http://www.enisa.es/documentos_web/documentos/FAQ%20ENISA(0).pdf)

- Open fotografía submarina. Recuperado el 14 de mayo de 2014 en

<http://www.fedecas.es/index.php/calendario/campeonatos/fotografia-submarina>

LIBROS Y MANUALES CONSULTADOS:

- MEDINA HERNÁNDEZ, U. y CORREA RODRÍGUEZ (2008): Cómo evaluar un proyecto empresarial. Editorial Díaz de Santos.
- JIMÉNEZ, V. y FELIPE, C. (2008): Estadística Empresarial II: Libro de Teoría. Editorial Fotocopias Campus.
- SÁNCHEZ-CALERO, F. (Última Edición): Principios de derecho mercantil. Editorial Mc GrawHill/Interamericana de España, S.A.U.
- ARBELO, A., PARRA, E., CHINEA, A. Y GARCIA, F. (2004): Manual de Dirección de Empresas. Editorial Arte Comunicación.