

PLAN DE VIABILIDAD DE
EXPLOTACION DEL MUSEO RURAL
DE MASCA CON LA UTILIZACION
DE OPCIONES REALES
VALORADAS MEDIANTE EL
MODELO BLACK-SCHOLES

AUTOR: MELANIA EXPOSITO CEJAS
TUTOR: NESTOR AMADEO BRUNO PEREZ
GRADO EN CONTABILIDAD Y FINANZAS
CUARTO CURSO
EN LA LAGUNA, A 25 DE JUNIO DE 2014

| | |
|-----------|---|
| | 1.INTRODUCCIÓN 3 |
| | 2. ESTUDIO PREVIO DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR 3 |
| | 2.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA 3 |
| | 2.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL 4 |
| | 2.3 ANÁLISIS D.A.F.O. 4 |
| | 2.4 ESTUDIO Y DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO 5 |
| | 2.4.1 Evaluación del mercado 5 |
| | 2.4.2 Estimación de la clientela 6 |
| | 1.TOTAL DE TURISTAS POR NACIONALIDADES 6 |
| | 2.ESTIMACIÓN CLIENTES SEGUN POSICION 7 |
| | 3.TURISTAS Y EXCURSIONISTAS RECIBIDOS 7 |
| | 4.ESTIMACIONES 7 |
| | 2.5 ESTUDIO DE LA COMPETENCIA 8 |
| | 2.6 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO PREVIO 9 |
| | 3. DESARROLLO DE LA IDEA 10 |
| | 3.1 CARACTERÍSTICAS E IDEA DE NEGOCIO 10 |
| | 3.1.1 Datos básicos 10 |
| | 3.2 INNOVACIÓN DE LA IDEA 11 |
| | 3.3 PROMOTORES Y FORMA JURÍDICA 11 |
| | 3.4 CICLO DE VIDA DEL SERVICIO 12 |
| | 4. PLAN COMERCIAL 13 |
| | 4.1 ANÁLISIS DE LOS COSTES 13 |
| | 4.1.1 Sueldos y salarios (Recursos Humanos). 13 |
| 5. | (642) SEGURIDAD SOCIAL A CARGO DE LA EMPRESA Y SUELDOS Y SALARIOS 13 |
| | 4.1.2 Otros costes fijos 15 |
| | 4.1.3 Estimación de los gastos 15 |
| 6. | ESTIMACION DE LA VARIACION DE LOS GASTOS 15 |
| | 4.2 ANÁLISIS DE LOS INGRESOS 16 |
| 7. | ESTIMACION DE LAS VENTAS 16 |
| 8. | ESTIMACION DE VARIACION DE VENTAS 17 |
| | 4.3 PUNTO MUERTO 17 |
| | 4.4 FINANCIACION 17 |

4.4.1 Interna 17

4.4.2 Externa 17

9. GASTOS FINANCIEROS Y CUOTA 17

5. PLAN DE INVERISIONES 18

5.1 ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL 18

5.2 AMORTIZACIONES 19

5.3 PRESUPUESTO DE INVERSIÓN 20

6. PROMOCIÓN Y MARKETING 21

6.1 HORARIO 21

6.2 PUBLICIDAD 21

7. EVALUACION DEL PROYECTO 21

7.1 CUENTA PREVISIONAL DE RESULTADOS 21

7.2 BALANCE PREVISIONAL 23

10. CALCULO DEL FM 24

7.3 CALCULO DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO VAN 24

7.4 INDICADORES 25

7.4.1 Ratios de liquidez 25

7.4.2 Ratios de solvencia 26

8. PROYECCIONES FUTURAS 26

11. TABLA EXCEL, DATOS INVERSIÓN 26

9. CONCLUSIONES 29

10. BIBLIOGRAFÍA 29

1. INTRODUCCIÓN

El siguiente plan pretende explicar la viabilidad de un proyecto que debe ser presentado al ayuntamiento de Buenavista del Norte con el objetivo final de conseguir la concesión de la actividad expuesta a continuación. Este municipio cuenta con un museo rural e infinidad de espacios naturales disponibles para explotar desde este punto de vista.

Lo expuesto se relaciona con la posibilidad de explotar el museo rural en el sector turístico, así como, la organización de actividades al aire libre relacionadas con ello. Es decir, se realizará un asesoramiento para que los promotores en cuestión puedan obtener la concesión y desarrollar el proyecto.

El objetivo sería, con los siguientes datos e ideas, realizar estimaciones que podrían ayudar a comprender el funcionamiento del lugar para darle impulso al municipio y conseguir un medio de vida sostenible para las persona que lo explotarán.

El trabajo contendrá un estudio del mercado, las características principales de la actividad a desarrollar, presupuesto de gastos e ingresos y futuras proyecciones utilizando el modelo Black Scholes para establecer la posibilidad de la viabilidad del proyecto. De manera que, intentaremos ordenar las ideas que el desarrollador del proyecto tiene en mente y explotar el lugar.

1.1 INTRODUCTION

The following design will explain you the feasibility of a proyect that must to be presented to the Buenavista del Norte's city hall in order to get the consession of the activity forth below. This town has a rural museum and great natural places availables to exploit from this point of view.

The exposition is related with the possibility of work with the rural museum in the turistic sector and the organization of outdoor activities. Then, we make an advice for the investors so that they can to get up the town and to get a livelihood.

The objective is to estimate ideas and data which will can help to understand the possibility of the plain.

In the exhibit there are a market study, the chacaracteristics of the activity and a study of expenditure and revenue's to determine future stability of the project. Moreover, we will use the model Black-Scholes to prove the possibilities the idea in a future.

2. ESTUDIO PREVIO DE LA SITUACIÓN DEL SECTOR

2.1 DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

Actualmente, el museo rural de Masca está cofinanciado entre el ayuntamiento de Buenavista y fondos europeos y es explotado por una serie de jóvenes de entre 20 y 24 años que participan en un taller escuela impartido por el propio ayuntamiento que pretende instruir a sus alumnos como animadores turísticos.

El principal error que mediante el método de observación he apreciado, es que no hay publicidad del sitio por parte de los trabajadores, aquí partimos de la base que estos chicos no tienen un líder claro y de que no se cobra una entrada para que se vea el lugar y se presten los servicios que esto puede conllevar.

Como punto positivo, nos encontramos con un espacio físico propuesto con materiales, es decir, que partimos con la ventaja de que lo necesario para establecer nuestro negocio está preparado y no es necesario realizar demasiada inversión inicial.

2.2 ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN ACTUAL

Existen una serie de factores internos que nos ayudaran a entender el problema en sí, estos determinantes son controlables por la empresa, es decir, que nosotros mismos podremos solucionarlos sin tener que acudir a fuentes externas. Un análisis previo nos muestra que estos recursos propios controlables y que están disponibles son la propia flora, fauna y la historia del lugar; el lugar físico de muestra de objetos está dispuesto sin necesidad de invertir nada en ello; y finalmente, habrá que valorar más detenidamente el coste de los recursos humanos y su preparación.

En cuanto a la determinación del mercado potencial, se parte de que los visitantes serán principalmente turistas que vienen desde fuera de la isla para conocer el entorno rural. Las actitudes de los turistas en temporada alta son bastantes favorables, ya que siguiendo una media semanal entran al museo alrededor de 90 personas al día.

Las expectativas que el público trae son cubiertas desde el primer momento, ya que partimos de un lugar donde las vistas son lo esencial para sacar partido a la actividad. En este punto, con respecto a las ventas, se debe tener en cuenta la estacionalidad del turismo en la isla, por tanto, las estimaciones de las ventas se harán de manera equilibrada con el total de los turistas que llegan a la isla durante todo el año.

Externamente, existen unas variables en las que la empresa puede intervenir pero no puede llegar a controlar totalmente. Por ejemplo, con respecto a la tecnología, hay que tener en cuenta que el lugar donde se desarrollara la actividad queda aislado de conexión a internet y habría que encontrar una alternativa a este recurso para hacerlo llegar a la explotación, sin embargo, partimos desde el punto en que no será totalmente necesaria esta vía ya que se contaría con una oficina en un lugar donde no se tenga esta limitación. En cuanto al entorno económico, se parte con poca financiación, únicamente la inversión de los socios y un pequeño préstamo, podría llegar a ser necesaria en un futuro para algún proyecto de reforma o inversión, pero en un principio no plantea mayor problema, ya que sí el negocio sale a flote, sería la misma actividad la que nos proporcione los recursos económicos necesarios para su financiación. El entorno socio/cultural ayuda positivamente a la explotación de lugar, ya que en sí mismo, el lugar despierta interés por la curiosidad de cómo era el modo de vida antaño y por los excelentes paisajes que este ofrece. Al hacer referencia al entorno legal, debemos tener la aprobación de las autoridades para poder llevar a cabo la explotación de la actividad, puesto que primeramente son estos los que nos tienen que dar el visto bueno para conseguir la concesión.

2.3 ANÁLISIS D.A.F.O.

Al recopilar la información necesaria para llevar a cabo un proyecto, se aprecian una serie de aspectos que convendría conocer de manera detallada, ya que podrían llegar a promover el mejor desarrollo del plan si se tienen en cuenta. En este sentido, es importante conocer las limitaciones y las ventajas que se podrían llegar a tener.

Debilidades: en este punto partimos de factores que son internos a la empresa y que podrían debilitarnos con respecto a la competencia. Dicho esto, la mayor debilidad de la empresa serían los recursos humanos, es decir, la poca experiencia y formación que pudieran llegar a tener para la adecuada puesta en marcha de la actividad. Para ello, se proponen cursos de preparación antes del comienzo de la labor. Analíticamente, esta debilidad no tiene mayor importancia si se cuenta con la preparación necesaria.

Amenazas: para hacer frente a este punto hay que tener claro que estos determinantes negativos son externos a la empresa y por tanto, las decisiones para paliarlos partirán para intervenir en las amenazas pero no para controlarlas, en este caso, planteamos como principal obstáculo la competencia en los planes de empresa propuestos para la concesión de la explotación del museo y planteando que pudiera existir en un futuro (no existe ninguna actualmente) una empresa que proponga actividades del tipo en las que nosotros pensamos. El entorno general al que nos enfrentamos se caracteriza por una fuerte recesión del ciclo económico, lo que implica que existe una caída de la actividad económica, con respecto a esta desventaja, queremos apoyarnos en la demanda desde fuera del país, de manera que este punto no afecte tanto al desarrollo del negocio. Otro aspecto negativo a destacar es el aumento de los tipos de interés, aspecto que provocaría serias dificultades en cuanto a financiación, sin embargo, este proyecto no conlleva una gran inversión, por tanto, en cuanto a su devolución y petición no habría mayor problema.

Fortalezas: son conceptos internos a la empresa que procuran una ventaja para conseguir el éxito de la actividad, para definir una fortaleza contamos con la ventaja competitiva de que tenemos un sitio físico preparado para explotar la actividad y no existe demasiada necesidad de financiación en un primer momento.

Oportunidades: un factor del entorno que exteriormente podría favorecernos es el turismo que acude periódicamente a la zona, aportando el dato de que Masca es el segundo sitio más visitado de Tenerife a nivel paisajístico.

2.4 ESTUDIO Y DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO

2.4.1 Evaluación del mercado

Los clientes potenciales serán consumidores que se pueden dividir en las siguientes variables:

Geográficas; turistas que acuden a Tenerife desde destinos como Reino Unido, Alemania o Rusia, principalmente. En función del clima de la isla, se pueden distinguir tres épocas con diferente afluencia de clientes; temporada baja, que englobaría los meses de febrero, marzo, abril y mayo; temporada media, desde septiembre hasta enero; y temporada alta en los meses de verano.

Nuestro negocio está ubicado en Masca, un lugar con gran valor turístico, no solo paisajístico, sino que también cultural. Los turistas que acudirán a este lugar no solo lo harán en busca de diversión y aventura, sino que además, buscan realizar un turismo rural que les enseñe un poco de historia de la propia isla.

Demográficas; nuestros principales clientes son personas de ambos sexos, con edades comprendidas entre los 30 y los 60 años. Familias con hijos pequeños o parejas mayores que buscan relajación.

Socio-económicas; los posibles clientes de nuestro negocio son turistas extranjeros con un poder adquisitivo medio-alto. Personas que buscan una actividad entretenida diferente a un precio acorde con los servicios prestados. Resaltar, que no solo tienen que ser personas de medio-alto poder adquisitivo, ya que durante el año se ofrecerán promociones con descuentos y ofertas para cada tipo de familia (residentes, familia numerosa...).

Psicográficas; los clientes potenciales serán extranjeros que buscan unas vacaciones con un cierto nivel cultural, por tanto, vienen en busca de un toque educativo (familias con hijos), aventura y diversión (excursiones y paisajismo) y relajación.

2.4.2 Estimación de la clientela

Partiendo de fuentes primarias y con un método de investigación directa, de manera que se han entrevistado a los trabajadores actuales de la actividad, se ha llegado a la conclusión de que como media, en temporada intermedia (abril y mayo), acuden al lugar una lista de nacionalidades y número de personas diariamente:

Ingleses: 20

Alemanes: 15

Rusos: 12

Españoles: 10

Italianos: 7

Resto: 5

Con estas mismas fuentes también se determina el número medio de turistas que acuden a Masca diariamente, en este caso, sin especificar nacionalidades, rondan las 70 personas diarias. Con los datos anteriormente expuestos, se harán una serie de estimaciones con las cuales apoyar el desarrollo de la actividad. Para escoger los límites estimados de los porcentajes se parte de las expectativas reales obtenidas desde las fuentes primarias. Según estas primeras fuentes y tomando como referencia una temporada media se estiman unas visitas mensuales de 2.100 personas, por tanto, las visitas anuales ascenderían a 25.200 personas.

Ya que la actividad se centrará en un turismo de naturaleza y vacacional, es decir, el turista acude a los lugares emblemáticos de la ciudad, además de que estén en contacto con la naturaleza, se partirá desde este punto de vista y de la posibilidad de diversificación de actividades para realizar un estudio teniendo en cuenta también los excursionistas que pudieran acudir realmente al lugar, además de los datos de turistas de todo tipo que acuden a la isla.

Siguiendo el criterio de las nacionalidades, y acudiendo al ISTAC, se han tomado una serie de datos para realizar el estudio de las posibles ventas. Eligiendo una muestra con los turistas que han llegado a Canarias en 2013.

1. TOTAL DE TURISTAS POR NACIONALIDADES

| Países | Total de turistas por nacionalidades |
|----------|--------------------------------------|
| Alemania | 683.480 |
| Italia | 106.048 |

| | |
|-------------------------|-----------|
| Reino Unido | 1.660.913 |
| España | 664.609 |
| Otros países (Rusia...) | 316.202 |
| Totales | 3.548.900 |

FUENTE: ISTAC 2013

Para establecer un criterio para elegir la muestra, se ha determinado, que del total de los turistas por nacionalidades que acude a la isla un 0,71% acudiría al negocio. Además, se han realizado dos estimaciones más para determinar tres posibles posiciones en la afluencia de la clientela y por lo tanto, en las posibles ventas que pudiéramos tener en función de los diferentes escenarios. He determinado que para una posición optimista sería el 1% del total de los clientes

2. ESTIMACIÓN CLIENTES SEGUN POSICION

| | |
|------------|----------------------|
| Posiciones | Número de visitantes |
| Optimista | 35.489 |
| Neutral | 25.200 |
| Pesimista | 17.744,5 |

FUENTE:ELABORACION PROPIA2014

Haciendo uso de fuentes secundarias acudimos al ISTAC (Instituto Canario de Estadística), este estudio concreto se podría orientar para determinar las posibilidades que podría tener el negocio en un futuro, nos encontramos con la siguiente tabla de la que partiremos para establecer otros conceptos.

3. TURISTAS Y EXCURSIONISTAS RECIBIDOS

| | | | | |
|----------------------------|---------|---------|---------|-----------|
| TURISTAS DESTINO PRINCIPAL | Marzo | Febrero | Enero | 2013 |
| Tenerife | 430.064 | 404.058 | 417.347 | 4.601.858 |

| | | | | |
|--------------------------|-------|---------|-------|--------|
| EXCURSIONISTAS RECIBIDOS | Marzo | Febrero | Enero | 2013 |
| Tenerife | 1.365 | 3.450 | 870 | 22.033 |

FUENTE: ISTAC 2013

Con los datos anteriormente expuestos, se hará una serie de estimaciones con las cuales apoyar el desarrollo de la actividad. Para escoger los límites estimados de los porcentajes se parte de las expectativas reales obtenidas desde las fuentes primarias.

Partiendo desde el punto de vista de la diversificación de actividades se hará un estudio teniendo en cuenta a también los excursionistas que pudieran acudir realmente al lugar.

4. ESTIMACIONES

| | | | | |
|---------------|-------|-------|---------|-------|
| Estimaciones | ANUAL | ENERO | FEBRERO | MARZO |
| Optimista 15% | 3.305 | 131 | 518 | 205 |
| Neutral 10% | 2.203 | 87 | 345 | 137 |
| Pesimista 5% | 1.102 | 44 | 173 | 68 |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

Teniendo en cuenta el total de turistas que escogen como destino principal Tenerife se tomarán unas muestras más pequeñas.

| ESTIMACIONES | ANUAL | ENERO | FEBRERO | MARZO |
|--------------|---------|--------|---------|--------|
| Optimista 5% | 230.093 | 20.867 | 20.203 | 21.503 |
| Neutral 3% | 138.056 | 12.520 | 12.122 | 12.902 |
| Pesimista 1% | 460.019 | 4.173 | 4.041 | 4.301 |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

Atendiendo a los siguientes datos, podríamos estimar unos clientes anuales de aproximadamente 140.000 personas. Especificar que durante el año, habrá temporadas en las cuales la afluencia de turistas será menor en meses como octubre, noviembre o enero son épocas de bajo turismo en la zona.

2.5 ESTUDIO DE LA COMPETENCIA

En cuanto a la competencia, podemos definir dos entornos que nos pueden afectar, un entorno directo que sería dentro del propio municipio y en las barreras del sur de la isla, y un entorno general que abarcaría toda la isla de Tenerife. El estudio de la competencia solo se hará en base a una isla, ya que el estudio de los clientes potenciales solamente esta guiado hacia la misma.

A continuación se dará una lista de los principales entornos rurales y afines a museos que pudieran suponer una competencia indirecta, ya que como competencia directa no hay ninguna actividad que se pueda asemejar a la que nosotros nos dedicaríamos. Son museos etnográficos y de la naturaleza en Tenerife:

Museo Castillo Fortaleza: relacionado con la naturaleza, este museo se encuentra en Garachico, es la competencia más cercana al museo de Masca, sin embargo, este no tiene información sobre la etnografía del lugar solo abarca la naturaleza. Este es un museo de arquitectura militar es de titularidad del ayuntamiento de Garachico y forma parte de la red de museos del cabildo de Tenerife, el horario es muy similar al que nosotros proponemos, exceptuando que es en turno partido. En cuanto al precio, ronda el euro por visitante. Analizando estos datos, el horario y la tipología del museo no son competencia, sin embargo, el precio es un tanto más barato que el nuestro, tampoco es muy grande y sus vistas podrían considerarse un atractivo desde la parte alta del castillo, pero teniendo en cuenta que en Masca se ofrecen más servicios tampoco supone un problema mayor, no es muy grande.

Museo del Instituto de Granadilla: este museo que se encuentra en el sur de isla, cuenta con elementos etnográficos y científicos dentro del instituto. Podemos encontrar información del lugar, historia... pero muy poco sobre naturaleza. El horario abarca la jornada escolar, de ocho y media de la mañana a dos y media de la tarde, la titularidad es del propio instituto y el precio ronda los tres euros y los domingos la entrada es gratuita. Con respecto al museo de Masca, puede hacerle sombra en cuanto a la etnología del lugar; el precio es similar, sin embargo, hay que tener en cuenta que nuestra actividad engloba más variedad, en cuanto al horario es bastante similar, está dentro del propio instituto y no tiene una fachada representativa de museo.

Tagoror cultural de Agache: este es el **museo** más antiguo de la comarca, inaugurado en 1977. En él se expone una muestra de la **arqueología** de la zona, completada por una colección de material etnográfico. El precio de la entrada es gratuito y el horario es de tarde, con la titularidad en manos del ayuntamiento este pequeño museo se asemeja al museo de Masca en bastantes aspectos, sin embargo, la actividad que se propone en Masca engloba más dinamismo y variedad.

Museo del instituto Cabrera Pinto: este museo se encuentra en la laguna y tiene una sala bastante amplia dedicada a la historia natural de las islas. Es uno de los museos de la isla, que en este aspecto abarca más interés que el que nosotros proponemos. La entrada es gratuita, cabe destacar la amplitud de la exposición relacionada con la naturaleza y tiene un horario amplio. Sin embargo, en comparación con las vistas de Masca no tiene competencia.

Museo etnográfico Pinolere: este museo situado en la Orotava, ocupa una superficie de 3.000 metros cuadrados. Este espacio recrea diferentes aspectos del paisaje arquitectónico, agrícola, medioambiental y sociocultural de épocas anteriores. El precio va por edades, hasta los ocho años es gratuito, a partir de los ocho hasta los quince se paga un euro y para el intervalo restante dos euros. El horario es de mañana pero te dan la posibilidad de concertar visitas fuera de hora. Supone una gran competencia para nuestro negocio ya que está situado en el norte de la isla y sus características se asemejan bastante a lo se propone con nuestra actividad. Con respecto a este museo, en cuanto a promociones que ofreceremos puede que sea más ventajoso acudir a nuestra actividad. En la imagen se puede apreciar que se encuentra al aire libre y está muy bien cuidado.

Museo etnográfico Cha Domitila: está situado en Arguayo, un caserío cerca de Santiago del Teide, es una antigua casa tradicional donde aún se trabaja. La entrada es gratuita y su horario muy amplio. La página web no da mucha información, por tanto, es una desventaja con respecto a la página web que tendrá el museo de Masca.

Este pequeño estudio de la competencia muestra los principales museos relacionados con la misma temática que el del Museo de Masca y que todos los museos son de titularidad pública. También es útil para añadir nuevas promociones o actividades que puedan hacer frente al resto de los museos, además de sernos de utilidad para determinar un precio por la entrada a los lugares de la actividad que se ofrece.

Creemos que nuestra principal ventaja competitiva es la variedad de la actividad, es decir, engloba la historia del lugar con unos estupendos paisajes. El precio es asequible y el horario es bastante amplio para captar clientes en las horas puntas.

2.6 CONCLUSIÓN DEL ESTUDIO PREVIO

Con estos apartados se pretende ubicar la actividad de manera que quede evidenciado la buena situación del entorno y los recursos para desarrollar nuestra actividad. En este sentido, los recursos y la ubicación están bien valorados, sin embargo, la situación de lejanía y aislamiento del lugar, hace que sea necesario un gran esfuerzo de promoción para dar a conocer los servicios que se pudieran llegar a ofrecer.

3. DESARROLLO DE LA IDEA

3.1 CARACTERÍSTICAS E IDEA DE NEGOCIO

El Museo Etnográfico de Masca está ubicado en una casa de estilo tradicional, alberga en su interior un total de seis estancias que recrean los escenarios cotidianos de los antepasados de la zona. Contiene dos salas temáticas dedicadas a la cestería y artesanía, un antiguo dormitorio y una cocina. Además, pueden contemplarse dos habitaciones que contienen antiguas herramientas de labranza y útiles para el proceso de confección de telares. Aparte de los antiguos objetos que adornan las habitaciones, un gran número de fotografías y varios carteles informativos muestran claramente los modos de vida de los antiguos pobladores del caserío de Masca.

El negocio consistirá en explotar el museo rural de Masca de manera que, se realicen visitas y excursiones sin salir del propio caserío y en asociación con otras empresas y organismos dentro y fuera de Masca.

La ruta propuesta transcurre entre la Plaza de Masca y el Museo Etnográfico. Empezará en la plaza donde se encuentra la Iglesia, a pocos metros, está el centro de Interpretación de la Naturaleza donde se mostrara un video explicativo del parque rural de Masca y otro video del de Teno. Al finalizar la visita en este último centro, comenzará una caminata a modo de excursión alrededor de Masca, ya que este lugar cuenta con un valor histórico y natural explotable de manera turística, hasta llegar al museo en el que se podrán apreciar unas vistas que engloban el Morro Catana, los Bancales y finalmente llegaremos al museo, el que principalmente, dentro de las expectativas reales que se pueden llevar a cabo más eficazmente, la actividad consistiría en una visita guiada, de no más de 20 personas por grupo, por las principales estancias de la casa y las dos salas temáticas. Las visitas contarían con pequeñas explicaciones de cada utensilio y labor para su fácil entendimiento.

3.1.1 Datos básicos

El objetivo de la propuesta es dar un servicio de calidad de manera que se cree la tendencia, a partir de esta característica, para generar una afluencia de clientes hacia el negocio, es decir, partimos de la idea de que la necesidad que surge en el público que busca un turismo de naturaleza debe ser cubierta de la mejor manera posible. Ello conllevaría a fortalecer un municipio en el que el sector del turismo no tiene demasiada relevancia, de modo que se podría llegar a convertir en un atrayente turístico en el futuro.

También se pretende crear puestos de trabajo si la tendencia es favorable, por tanto, uno de los objetivos es obtener un beneficio con el que se procure no solo la subsistencia económica de los promotores si no que incluya unas posibilidades de crecimiento futuro que pueden implicar a más personas.

Para llevar a cabo la actividad, es necesario que el administrador o promotor de la empresa se dé de alta como autónomo, ya que el desarrollo de la actividad viene dado a través de una concesión que es el otorgamiento del derecho de explotación, por un período determinado, de bienes y servicios por parte de una Administración pública o empresa a otra, generalmente privada, que saldrá a subasta en el mes de julio.

El servicio consistirá en una pequeña excursión alrededor de Masca, con pequeñas explicaciones del entorno (flora, fauna e historia del lugar) que terminará en el museo.

Una vez allí, se procederá a dar una visita por las principales estancias de la casa y explicaciones de cada utensilio.

Por medio de este servicio se pretende cubrir la necesidad que surge en el turismo al querer combinar excursión al aire libre y naturaleza con historia y cultura del lugar.

Como características principales del servicio podemos enumerar: la comunicación, para mantener bien informado al público utilizando un lenguaje oral y corporal sencillo que se pueda entender, en este punto se hace relevante la importancia de los idiomas en el desarrollo de la actividad, siendo primordial el inglés, además de poder exigir un segundo y tercer idioma como son el alemán y el ruso. La comprensión del cliente es indiscutible para mantener una buena comunicación que permita saber si el servicio se está ofreciendo de una manera adecuada y está siendo prestado de manera entendible, por tanto, estará a disposición del cliente un buzón de sugerencias que permita una valoración del servicio prestado. En cuanto a la accesibilidad, se hace necesario dar un servicio en el que el cliente pueda tener varias vías de contacto con nosotros como, con la intención de que nos hagan llegar sus quejas y reclamos, tanto telefónicamente como a través de la web, de manera que las acciones que estemos llevando a cabo puedan ser evaluadas por el público para sacar provecho a los fallos que el cliente ha detectado. Consideramos la cortesía como principal factor en un buen servicio, englobando la atención, la simpatía, el respeto y la amabilidad del personal. La profesionalidad será cultivada por nuestros empleados de manera que se ejecute una preparación donde adquieran las destrezas necesarias y los conocimientos de la ejecución del servicio. El servicio también debe contar con capacidad de respuesta, es decir, que el personal esté dispuesto a ayudar a los clientes y resolverles cualquier duda que se les plantee sobre el servicio, la guía, las explicaciones, etc. Por ello, debemos estar al tanto de lo que ocurre a nuestro alrededor. Debemos ofrecer un servicio fiable sin contratiempos ni problemas, esta característica está altamente ligada con la seguridad y la credibilidad que podamos llegar a ofrecer. En cuanto a los elementos tangibles sería necesario intentar mantener en buenas condiciones las instalaciones físicas, los equipos y también contar con el personal adecuado y los materiales de comunicación que puedan favorecer el negocio.

3.2 INNOVACIÓN DE LA IDEA

La idea pretende innovar de manera que, a partir de un servicio de calidad, se combine el desarrollo de varias actividades en una. Es decir, se combina excursión al aire libre con visita al museo y al aula de la naturaleza todo por un mismo precio. También se ofrecen las actividades individualmente y hay una gran amplitud del horario en el que operamos para realizarlas.

3.3 PROMOTORES Y FORMA JURÍDICA

Para desarrollar la idea, contamos con dos promotores que son esenciales en la ejecución del proyecto. Contamos con Adae Cejas Hernández, principal promotor de la idea y que cuenta con los conocimientos necesarios en el campo del desarrollo de esta actividad ya que actualmente está realizando un taller en el que se forma al individuo como animador turístico y en él se adquieren los conocimientos necesarios para llevar a cabo la idea, además cuenta con la experiencia de haberse desenvuelto en la actividad, aunque no con las condiciones que se proponen, sin embargo, una experiencia útil con respecto al plan que queremos abordar. Y por otro lado, Melania Expósito Cejas, ejecutora del plan de empresa, cuenta con los conocimientos necesarios para desarrollar la parte teórica del negocio.

La forma jurídica elegida será la comunidad de bienes que consistiría en la asociación de dos autónomos para abordar un proyecto empresarial en común. Consideramos que es la opción más recomendable para este pequeño negocio, ya que no se exige una inversión muy cuantiosa y al ser autónomo, se mantendría una mayor sencillez en la gestión. Las características de la asociación implican que la responsabilidad de los socios sea ilimitada y solidaria, es decir, se responde con los bienes presentes y futuros y se los socios se respaldan el uno al otro. No se exige aportación mínima, pero se hace necesario aportar dinero y trabajo unificadamente. Esta opción implica firmar el contrato de constitución de la comunidad de bienes, la obtención del CIF y el alta del en el IAE.

3.4 CICLO DE VIDA DEL SERVICIO

El ciclo de vida de nuestro servicio, abarcará cuatro etapas en las que el proceso de la actividad irá cambiando y ajustándose a las circunstancias del momento, a continuación, se detallaran las cuatro fases de ciclo con sus respectivas ideas para su afrontación:

Introducción. En este punto, vamos a intentar hacer un hueco en el sector turístico enfocándonos en el turismo al aire libre. Así, la idea es atraer la máxima clientela posible desarrollando varias actividades que se den a conocer mediante la promoción, en esta etapa es muy importante la publicidad, nos enfocaremos en el marketing en plataformas web, en medios de comunicación como prensa, radio y televisión y a través de panfletos y cartelería. De este modo, la actividad consistirá en una pequeña excursión por el entorno, que derive en el museo, donde se impartirá una charla sobre las curiosidades del lugar.

Crecimiento. Durante esta etapa, se introducirán nuevas actividades como podrían ser: organización de excursiones de más duración y distancia, colocación de puestos de venta de souvenirs, desarrollo de actividades lúdicas como exhibiciones de juegos canarios, realización de subastas de productos canarios para mejorar la promoción, etc.

Madurez. En esta ocasión, es necesario hacer una valoración sobre las actividades que lleva a cabo la empresa y determinar si están resultando todo lo rentables que podrían ser. Si todo avanzara según lo propuesto, se estudiaría ampliar el negocio hacia otras zonas de la isla.

Declive. En este momento, si las ventas decrecieran, se valoraría la posibilidad de innovar con otras nuevas actividades o abandonar el proyecto si ya no fuese viable.

En conclusión, para determinar este punto del trabajo se hace necesario explicar que partimos de una ambigüedad dada por el entorno, ya que si no apareciera competencia nueva en la zona el ciclo de vida del servicio no se vería en peligro a partir de la etapa de madurez. Con el tiempo obviamente, se irán introduciendo novedades tanto en la promoción como el en propio servicio, sin embargo, a corto-medio plazo las expectativas quedan bastante cubiertas. Se calcula que a partir del primer mes las pérdidas que se puedan encontrar en cuanto a financiación quedarían cubiertas de manera que el periodo de introducción y expansión del servicio sería más llevadero y por tanto la afrontación del periodo de madurez sería una etapa pasiva donde se podrían desarrollar una serie de ideas innovadoras que mejoren el proyecto. Para hacer grafica esta explicación, partiremos del mes de julio, mes desde el que se podría empezar a ejecutar la actividad.

4. PLAN COMERCIAL

4.1 ANÁLISIS DE LOS COSTES

En este punto se identificara y cuantificara los costes en los cuales incurrirá la empresa a la hora de desarrollar su actividad. Estos costes es lo que se denomina estructura de costes de la empresa.

La definición de estos costes permitirá calcular el punto muerto, que nos indicará el nivel de ventas que habrá que alcanzar para cubrir todos los gastos y a partir del cual se empezarán a obtener beneficios. Como costes variables de este servicio podríamos poner los suministros de oficina, el único coste que podría variar en función de las ventas. Como la empresa se dedicará exclusivamente a la prestación de servicios, los costes variables no suponen una cifra importante. Los costes fijos son los que la empresa tiene que afrontar independientemente del nivel de ventas de la misma, y los más importantes en nuestro caso, a continuación son los que se enumeran:

4.1.1 Sueldos y salarios (Recursos Humanos).

Esta es la partida de mayor importancia dentro de los costes, ya que abarca el mayor gasto dentro de los costes generales. En la siguiente tabla se mostrará los costes de personal en los que incurrirá la empresa:

5. (642) SEGURIDAD SOCIAL A CARGO DE LA EMPRESA Y SUELDOS Y SALARIOS

| | Animador | Administrador/Animador | Administrador /Gestor |
|---------------------------------------|---------------|------------------------|-----------------------|
| Salario base | 894,06 € | 1.194,11 € | 1.194,11 € |
| Prorrata pagas extras | 149,01 € | 199,02 € | 199,02 € |
| Base cotización | 1.043,07 € | 1.393,13 € | 1.393,13 € |
| Desempleo (5,5%-1,55%) | - 16,17 € | - 21,59 € | - 21,59 € |
| Formación profesional (0,5%-0,1%) | - 1,04 € | - 1,39 € | - 1,39 € |
| IRPF (2%) | - 20,86 € | - 27,86 € | - 27,86 € |
| Líquido percibir mensual ^a | 1.005,00 € | 1.342,29 € | 1.342,29 € |

| | Animador | Administrador/Animador | Administrador/Gestor |
|-----------------------------------|------------|------------------------|----------------------|
| Salario base | € 894,06 | 1.194,11 € | 1.194,11 € |
| Prorrata pagas extras | € 149,01 | 199,02 € | 199,02 € |
| Base cotización | € 1.043,07 | 1.393,13 € | 1.393,13 € |
| Desempleo (5,5%-1,55%) | € 57,37 | 76,62 € | 76,62 € |
| Fogasa (0,6%) | € 6,26 | 8,36 € | 8,36 € |
| Formación profesional (0,5%-0,1%) | € 6,26 | 8,36 € | 8,36 € |
| Total gasto seguridad social | € 69,89 | 93,34 € | 93,34 € |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

Una parte de la administración se encargara del control y buena marcha de la empresa, sus funciones a desempeñar serán la contabilización, financiación, publicidad, marketing, supervisión física y toma de decisiones. El otro administrador, estará ocupado con la parte de animación turística, elaboración de las explicaciones a los clientes y guía turística de los consumidores. Dadas estas características, apreciamos que los administradores cumplen con los requisitos necesarios para desempeñar dichas funciones. Será necesaria la contratación de un animador más que sirva de apoyo a la actividad.

Los requisitos académicos y personales a tener en cuenta para la contratación de recursos humanos son:

- Titulación media o superior en animación turística.
- Titulación en grado en turismo.
- Experiencia de al menos tres meses (mínimo prácticas realizadas).
- Disponibilidad de horarios.
- Afabilidad.
- Capacidad de trabajo en equipo.
- Interés en la cultura canaria.
- Don de gentes.
- Idiomas: inglés y/o ruso.
- Se valorará positivamente el conocimiento de otros idiomas como alemán o italiano.

Como empresa, ofrecemos a nuestros trabajadores la posibilidad de involucrarse en el negocio de manera que exista la posibilidad de promocionar dentro de la actividad. También, tenemos pensado ofrecer una formación más completa, de manera que se ofrecerán cursos tanto de idiomas como de perfeccionamiento de algunas actitudes necesarias para el desarrollo de la actividad.

4.1.2 Otros costes fijos

Para la puesta en marcha de la actividad es necesario incurrir en algunos gastos como son: suministros, agua y luz contratadas con las principales empresas de la zona y que supondrán un coste periódico para la empresa; teléfono, la contratación de dos líneas de móvil con la compañía movistar; primas de seguro, en relación a la manutención de la categoría de autónomos y seguro de protección del local; publicidad y promoción, costes que se explican a parte por ser de mayor importancia; contratación externa de una empresa de limpieza para la cual se ha pedido un presupuesto por horas para calcular el gasto; y finalmente el transporte en que se pudiera incurrir por desplazamientos hasta el lugar de trabajo.

4.1.3 Estimación de los gastos

| Servicios exteriores | Importe | IGIC |
|-------------------------|-------------|---------|
| Material de oficina | 1.200,00 € | 0% |
| Transporte | 1.800,00 € | 0% |
| Seguros | 3.600,00 € | 0% |
| Publicidad y propaganda | 7.200,00 € | 7% |
| Suministros | 3.000,00 € | 7% |
| Teléfono | 1.200,00 € | 7% |
| Limpieza | 3.600,00 € | 7% |
| Otros gastos | 708,68 € | 7% |
| Totales anuales | 22.308,68 € | 1.100 € |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

Como se puede observar los gastos no tienen la misma periodicidad, pero se ha realizado un prorrateo para realizar el cálculo del punto muerto mensual. Se calcula un gasto mensual de aproximadamente 2.500€.

Tras el primer año, en lo referente a las partidas de gastos se ha realizado una estimación de la evolución de los costes por año en la siguiente tabla:

6. ESTIMACION DE LA VARIACION DE LOS GASTOS

| Tipo de gasto | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 |
|---------------|-------|-------|-------|-------|
|---------------|-------|-------|-------|-------|

| | | | | |
|--------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| % variación costes de personal | 2,00% | 2,00% | 2,50% | 2,50% |
| % variación costes generales | 2,00% | 2,00% | 2,50% | 2,50% |

FUENTE:EUROPAPRESS Y ABC/ECONOMIA 2014

4.2 ANÁLISIS DE LOS INGRESOS

En cuanto a la previsión de ventas y tras analizar la situación actual del mercado y más del sector en el cual se va a llevar a cabo la actividad, además de tener en cuenta las previsiones en relación con la clientela posiblemente prevista, se ha considerado lo siguiente, para la estimación de las ventas me voy a basar en la media de clientes que se ha obtenido mediante fuentes primarias y que determina que la demanda ascendería a 70 personas al día, si determinamos un precio de venta del servicio de 3€. Este precio es orientativo ya que en función de que el negocio progrese podría llevar a ser inferior o incluso a diversificar las actividades. Realizando estos cálculos se estima una media de 210€ al día, lo que supone unos ingresos de 6.300€ al mes y de aproximadamente 75.600€ al año. Estas estimaciones, son totalmente iniciales, ya que la idea de expandir el negocio, mediante la entrada de mayores ingresos, procuraran que esta cifra aumente según nuestras expectativas del negocio.

Para determinar las ventas se han elegido los siguientes porcentajes según la temporalidad de las visitas de los turistas a canarias, en temporada baja se estima que se recaudará un 20% del total de las ventas previstas; en temporada media, un 35%; y en temporada alta un 45% del total. De esta manera, determinamos que el primer año los ingresos serán:

7. ESTIMACION DE LAS VENTAS

| AGOSTO | SEPTIEMBRE | OCTUBRE | NOVIEMBRE | DICIEMBRE | ENERO |
|-------------|-------------|------------|------------|-------------|-------------|
| 11.340,00 € | 11.340,00 € | 8.820,00 € | 8.820,00 € | 8.820,00 € | 8.820,00 € |
| FEBRERO | MARZO | ABRIL | MAYO | JUNIO | JULIO |
| 5.040,00 € | 5.040,00 € | 5.040,00 € | 5.040,00 € | 11.340,00 € | 11.340,00 € |

| | |
|--|-----------------|
| | TEMPORADA ALTA |
| | TEMPORADA MEDIA |
| | TEMPORADA BAJA |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

Tras el primer año, también se ha considerado una variación del volumen de ventas y, por tanto, de los ingresos que se muestra en la siguiente tabla, las estimaciones de los porcentajes se han determinado mediante según manifestó el economista jefe de Economías Desarrolladas de BBVA Research, Rafael Doménech, durante la

presentación del informe 'Situación Canarias', que estiman un crecimiento de la economía canaria de aproximadamente un 2% cada año a partir de 2014.

8. ESTIMACION DE VARIACION DE VENTAS

| | Año 1 | Año 2 | Año 3 | Año 4 |
|-------------------------------|-------|-------|-------|-------|
| % variación volumen de ventas | 2% | 3% | 4% | 5% |

FUENTE:EUROPAPRESS Y ABC/ECONOMIA 2014

4.3 PUNTO MUERTO

| | | |
|--------------------------|--------------------|--------|
| Cifra de negocios | 75.600,00 € | 100% |
| Costes variables | 1.200,00 € | 1,59% |
| Margen de contribución | 74.400,00 € | 98,41% |
| Costes fijos | 66.371,60 € | 87,79% |
| Resultado de explotación | 36.676,44 € | 49% |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

Para el cálculo del punto muerto, es necesario conocer la estimación de las posibles ventas y los costes que implica llevar a cabo el desarrollo del proyecto.

Los datos muestran que la empresa conseguirá entrar en beneficios cuando supere unas ventas del 89% de la cifra de negocio del ejercicio que se alcanzará a los 321 días, aproximadamente a los 10 meses desde que se empiece a desarrollar la actividad, es decir, cuando se llegue a una cifra de beneficios de 67.442,11€.

En base a estos datos, apreciamos que será necesaria más financiación para cubrir los gastos del primer año.

4.4 FINANCIACION

4.4.1 Interna

Cada miembro de la comunidad de bienes aportará, además de su trabajo, un capital de 1.000€ cada uno. De manera que, entre los dos formarán un capital de 2.000€ que nos permitirá hacer frente a la inversión inicial y algunos gastos iniciales.

4.4.2 Externa

Si fuera necesario acudir a financiación ajena, hemos optado por un préstamo ICO de 3.000€, a devolver en un año sin carencia y con un interés del 3,371% TAE. La cuota mensual ascendería a 309,06€ a pagar en doce meses. El préstamo se empezará a pagar en agosto y los gastos financieros totales ascenderían a 708.68€

9. GASTOS FINANCIEROS Y CUOTA

| Mes | cuota | intereses | capital amortizado | capital pendiente |
|-----|-------|-----------|--------------------|-------------------|
| | | | | |

| | | | | |
|----|----------|----------|----------|------------|
| 0 | - € | - € | - € | 3.000,00 € |
| 1 | 309,06 € | 102,71 € | 206,35 € | 2.793,65 € |
| 2 | 309,06 € | 95,64 € | 213,41 € | 2.580,24 € |
| 3 | 309,06 € | 88,34 € | 220,72 € | 2.359,51 € |
| 4 | 309,06 € | 80,78 € | 228,28 € | 2.131,24 € |
| 5 | 309,06 € | 72,96 € | 236,09 € | 1.895,14 € |
| 6 | 309,06 € | 64,88 € | 244,18 € | 1.650,97 € |
| 7 | 309,06 € | 56,52 € | 252,53 € | 1.398,43 € |
| 8 | 309,06 € | 47,88 € | 261,18 € | 1.137,25 € |
| 9 | 309,06 € | 38,93 € | 270,12 € | 867,13 € |
| 10 | 309,06 € | 29,69 € | 279,37 € | 587,76 € |
| 11 | 309,06 € | 20,12 € | 288,93 € | 298,83 € |
| 12 | 309,06 € | 10,23 € | 298,83 € | - 0,00 € |

FUENTE: DATOS IC, ELABORACION PROPIA 2014

5. PLAN DE INVERISIONES

5.1 ESTIMACIÓN DE LA INVERSIÓN INICIAL

| | PRECIO | TOTAL |
|------------------------|------------|------------|
| INVERSIÓN INICIAL | | |
| PRECIO CONCESIÓN | 1.000,00 € | 1.000,00 € |
| SERVICIOS EXTERIORES | 1.500,00 € | 1.500,00 € |
| DISEÑO PAGINA WEB | 1.500,00 € | 1.500,00 € |
| DECORACIÓN | 175,00 € | 175,00 € |
| LETRERO EXTERIOR | 175,00 € | 175,00 € |
| ELEMENTOS INFORMATICOS | 514,00 € | 514,00 € |
| TABLET ANDROID 16G | | |

| | | |
|---------------------|------------|------------|
| | 156,00 € | 156,00 € |
| CAJA REGISTRADORA | 108,00 € | 108,00 € |
| IMPRESORA | 250,00 € | 250,00 € |
| MOBILIARIO | 107,95 € | 107,95 € |
| EXPOSITOR | 107,95 € | 107,95 € |
| ACTIVOS DE 2º MANO | 1.650,00 € | 1.650,00 € |
| MEDIO DE TRANSPORTE | 800,00 € | 800,00 € |
| ORDENADORES | 850,00 € | 850,00 € |
| | | |
| TOTAL | 4.946,95 € | 4.946,95 € |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

Para poner en funcionamiento el proyecto es necesaria una inversión inicial en activo fijo, entre los útiles e inversiones para ello cabe destacar: el precio por la concesión, en este punto se debe aclarar que las condiciones no la subasta no han salido publicadas oficialmente, la estimación de este gasto se ha realizado mediante investigaciones en el ayuntamiento, llegando a la conclusión de que no hay competencia en la subasta, por tanto, se ha prefijado una precio máximo por el pago de la concesión de 1000€, además se estima que para obtener la concesión es necesario realizar un pago mensual del 3% de los ingresos mensuales que se produzcan en el desarrollo del negocio; como servicios exteriores, nos encontramos con el diseño de una página web, cuyo costo asciende a 1500€; como elementos decorativos invertiremos en un letrero exterior de 175€; las necesidades en cuanto a aplicaciones informáticas quedarán cubiertas con la compra de una Tablet de 156€, una impresora de 250€ y una caja registradora de 108€; en cuanto a mobiliario, se realizará la compra de un expositor e 107,95€. Es necesario un medio de transporte y dos ordenadores, estos útiles se incorporaran en la empresa como material de segunda mano, por tanto, se han determinado los valores residuales de ambos objetos de manera que se ha acudido a sitios de venta de productos de segunda mano y un experto ha determinado el valor de estos, estimando así su respectivos valores residuales.

5.2AMORTIZACIONES

| | | |
|---------|--------------|-----|
| LETRERO | AMORTIZACION | 175 |
|---------|--------------|-----|

| | | |
|-----------------------------|------------------------|--------------|
| | TOTAL | |
| TABLET | AMORTIZACION TOTAL | 156 |
| CAJA REGISTRADORA | AMORTIZACION TOTAL | 108 |
| IMPRESORA | AMORTIZACION TOTAL | 250 |
| EXPOSITOR | AMORTIZACION TOTAL | 107,95 |
| MEDIO DE TRANSPORTE | AMORTIZACION LINEAL | 100€/ANUALES |
| CONCESION ADMINISTRATIVA | | 500€/ANUALES |
| ORDENADORES | AMORTIZACION LINEAL | 180€/ANUALES |
| TOTAL | | 1576,95 |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

En cuanto a amortizaciones, se optará por la opción de amortización total de todos los elementos de nueva inversión, para el cálculo de las amortizaciones de los productos de segundo mano acudimos a las tablas de amortización y observamos que para los elementos de transporte se debe utilizar una vida útil de 8 años y para los elementos informáticos 5 años, a partir de estos datos, se calculara la amortización de cada elemento con su valor residual. En cuanto a la amortización de la concesión administrativa, la hemos realizado en función de los años que nos la conceden poro tanto la cuantía anual será de 500€.

5.3 PRESUPUESTO DE INVERSION

Este es un proyecto de innovación y mejora, ya que el objetivo es mejorar un servicio ya existente para sacarle un mejor rendimiento dado que consideramos que nuestra idea le sacaría todo el partido posible.

En este apartado se pretende evaluar la rentabilidad y el riesgo del proyecto mediante técnicas cualitativas.

Para la rentabilidad, utilizaremos el VAN, fórmula utilizada para comparar la inversión inicial con los posibles rendimientos de la actividad, tomando como tasa para ello la rentabilidad que se podría haber obtenido si hubiéramos invertido el dinero en una cuenta corriente remunerada al 1,5% TAE. Se harán tres tipos de estimaciones para tener en cuenta la temporalidad de los turistas en la isla; una posición neutral que será en lo que nos basaremos en un primer momento; y dos posiciones, una optimista y otra pesimista. De esta manera se tendrá en cuenta lo que podría pasar si las ventas decayeran en un determinado periodo.

6. PROMOCIÓN Y MARKETING

6.1 HORARIO

El horario de apertura abarcará 40 horas semanales repartidas en 6 días a la semana, de lunes a viernes de 10:00 a 17:00 y los sábados de 11:00 a 16:00, como excepción, se podrían contratar excursiones fuera de ese horario para grupos de más de veinte personas. Este último punto es importante, ya que nos ponemos a disposición del cliente todos los días de la semana.

6.2 PUBLICIDAD

Este punto es bastante importante en el desarrollo de la actividad, ya que al ser una idea de relativa nueva implantación, y digo relativa porque no se están explotando todos los recursos que se pudieran destacar actualmente, se hace necesario dar a conocer las ventajas y características del servicio.

En primer lugar, se pretende colocar cartelera en lugares específicos para mejorar la señalización del lugar y a través de folletos que se repartirán por toda la isla se dará a conocer el lugar y sus actividades, el coste de los panfletos será de 600€ por 1000 flyers. En este sentido, también se creará una página web con las principales características del servicio cuyo coste ascenderá a 1500€, colocar anuncios en la radio repartidos en 360 cuñas en la radio autonómica por 1000€ durante 6 meses, y alquilar el espacio publicitario de una valla en la entrada de Los Cristianos por un precio de 1500€ durante 6 meses.

En segundo lugar, la intención es tratar con algunas de las principales agencias turísticas de la isla que organizan excursiones, para ofrecer descuentos y actividades personalizadas para cada grupo en concreto.

Finalmente, se propone una promoción en la que los lunes será el día del excursionista donde el precio normal de la entrada y la actividad se disminuirán en un 50%. El resto de los días de la semana habrá un descuento para los menores de 16 años.

7. EVALUACION DEL PROYECTO

7.1 CUENTA PREVISIONAL DE RESULTADOS

| A- GASTOS | CUANTIA AÑO 1 | CUANTIA AÑO 2 |
|------------------------------|------------------|------------------|
| A.1 INVERSION INICIAL | 4.946,95 € | 1.946,00 € |
| A.2 GASTOS DE PERSONAL | 52.630,80 € | 53.683,42 € |
| A.3 GASTOS DE ADMINISTRACION | 8.532,12 € | 8.702,76 € |
| Suministros | 3.000,00 € | 3.060,00 € |
| teléfono | | |

| | | |
|-----------------------------------|-------------|-------------|
| | 1.200,00 € | 1.224,00 € |
| Tributos | 3.132,12 € | 3.194,76 € |
| material de oficina | 1.200,00 € | 1.224,00 € |
| primas de seguro | 3.600,00 € | 3.672,00 € |
| A.4 GASTOS DE PROMOCION | 3.600,00 € | 3.672,00 € |
| publicidad y promoción | 7.200,00 € | 7.344,00 € |
| A.5 GASTOS DE DISTRIBUCION | 900,00 € | 918,00 € |
| Transporte | 1.800,00 € | 1.836,00 € |
| A.6 OTROS GASTOS | 708,68 € | 77.184,18 € |
| TOTALES | 71.318,55 € | 72.744,92 € |
| B. INGRESOS | | |
| B.1 VENTAS | 75.600,00 € | 79.380,00 € |
| B.2 OTROS INGRESOS | 3.000,00 € | 3.150,00 € |
| TOTALES | 78.600,00 € | 82.530,00 € |
| BENEFICIO/PERDIDA | 7.281,45 € | 9.785,08 € |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

La cuenta previsional de pérdidas y ganancias nos muestra el resumen estimado de los posibles gastos e ingresos con la finalidad de determinar el beneficio que se podría conseguir anualmente.

Para la explicación de este estado, es necesario tener en cuenta la relatividad del resultado, ya que la subjetividad de las estimaciones necesarias para la cuantificación de los ingresos y gastos provocan que la cifra de resultados sea siempre bastante relativa.

7.2 BALANCE PREVISIONAL

| ACTIVO | | PATRIMONIO NETO Y PASIVO | |
|--|-------------|--------------------------------|-------------|
| ACTIVO NO CORRIENTE | 4.946,95 € | PATRIMONIO NETO | 9.281,45 € |
| I. Inmovilizado intangible | 2.500,00 € | Fondos propios | 9.281,45 € |
| Concesiones | 1.000,00 € | Capital social | 2.000,00 € |
| Aplicaciones informáticas | 1.500,00 € | Resultado provisional | 7.281,45 € |
| II. Inmovilizado material | 2.446,95 € | PASIVO CORRIENTE | 3.000,00 € |
| Mobiliario | 107,95 € | Deudas a corto plazo | |
| Equipos para procesos de información | 1.006,00 € | con entidades de crédito | 3.000,00 € |
| Elementos de transporte | 800,00€ | | |
| Otro inmovilizado material | 533,00 € | | |
| ACTIVO CORRIENTE | 7.334,50 € | | |
| III. Efectivo y otros activos líquidos | 7.334,50 € | | |
| Tesorería | 4.334,50 € | | |
| Bancos | 3.000,00 € | | |
| Total activo | 12.281,45 € | Total patrimonio neto y pasivo | 12.281,45 € |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

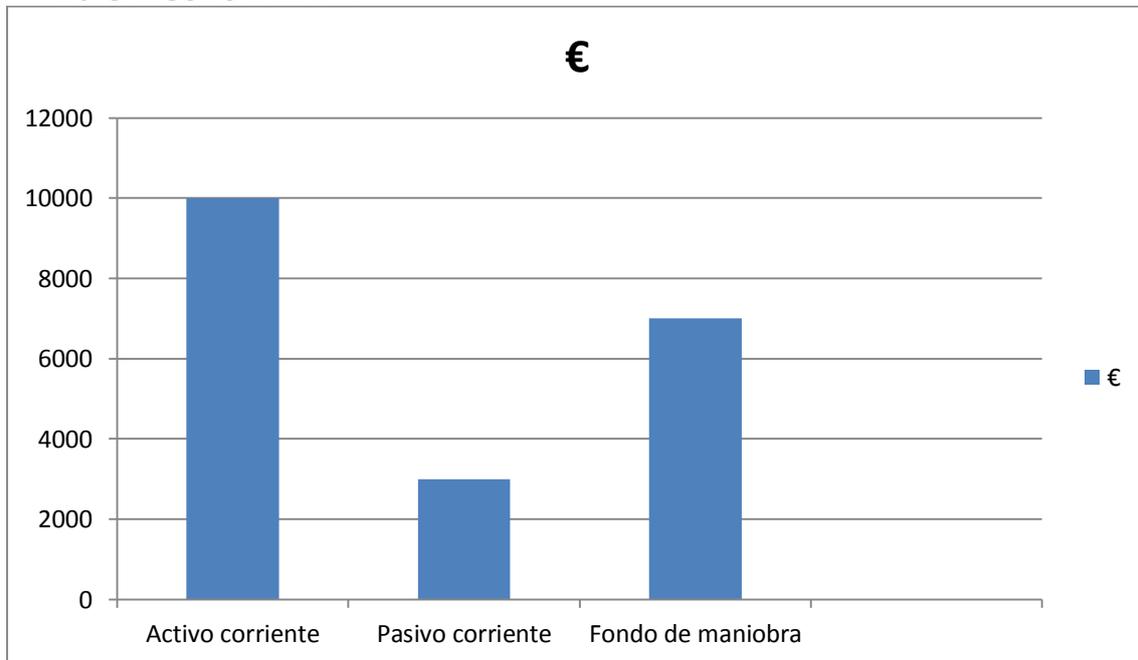
En el balance previsional aparecen todos los activos, pasivos y el patrimonio de la empresa, por tanto, en el balance se muestran los recursos económicos de la empresa y que la estructura financiera está formada en un 62,5% de capitales propios y un 37,5% por capitales a corto plazo.

La estructura del activo de la empresa se asemeja al de una empresa comercial más que de servicios, ya que en el desarrollo de la actividad no se requiere maquinaria específica y además el activo es de valor reducido (ordenador, estanterías...). No existen existencias al ser una empresa de servicios; y en cuanto a los clientes, los pagos serán en efectivo, por tanto no existe la partida de deudores comerciales. Por tanto, estamos hablando de una estructura donde el activo corriente supera el 70% dado que los pagos serán en efectivo.

La composición del balance nos muestra que el activo no corriente no supone relevante para servir como elemento de negociación para solicitar financiación ajena, sin embargo, el activo corriente está bien estructurado para ello.

Con respecto al fondo de maniobra, es positivo, es decir, el activo corriente es superior al pasivo corriente lo que quiere decir que se puede apreciar que la empresa tendrá una estabilidad financiera adecuada para el sector.

10. CALCULO DEL FM



FUENTE: ELABORACION PROPIA 2014

7.3 CALCULO DE LA RENTABILIDAD DEL PROYECTO VAN

| | AÑO 0 | AÑO 1 | AÑO 2 |
|----------------------|--------------|-------|-------|
| INVERSION DE CAPITAL | - 4.946,95 € | | |

| | | | |
|------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| VENTAS | | 75.600,00 € | 78.624,00 € |
| 1 | | | |
| COSTE POR LAS VENTAS | | 54.088,56 € | 55.170,33 € |
| OTROS COSTES | | 1.200,00 € | 1.224,00 € |
| AMORTIZACION | | 1.576,95 € | 280,00 € |
| BASE IMPUESTOS | | 18.734,49 € | 21.949,67 € |
| IMPUESTOS | | 1.767,13 € | 1.802,47 € |
| FLUJO DE EFECTIVO DE CAPITAL | | 16.967,36 € | 20.427,20 € |
| | 32.019,89 € | | |
| VAN (1,5% TAE) | | | |

FUENTE: ELABORACION PROPIA 2014

Para la elaboración del VAN se ha calculado la inversión necesaria para llevar a cabo el proyecto, las ventas en base al cálculo de la estimación media de la clientela con un precio de 3€ por persona, el coste por las ventas que engloba los costes de la empresa debe afrontar en su mantenimiento diario, otros costes a modo de gastos extraordinarios por seguridad, las amortizaciones y unos impuestos que abarcan el pago del IRPF y demás impuestos básicos para poner en marcha el negocio (IBI, basura...).

Para establecer el interés al que capitalizaríamos los flujos de caja, es decir, el porcentaje de rentabilidad que perderíamos si se invirtiera el dinero en otra inversión sin tener en cuenta el riesgo. Para ello, se ha optado por invertir el dinero en una cuenta remunerada al 1.5% TAE.

Teniendo en cuenta los resultados de este criterio de inversión ($VAN > 0$), resolvemos que la suma de todos los flujos de caja valorados en su momento supera la cuantía de la inversión inicial.

El VAN nos permite medir si el proyecto crea valor, al ser positivo, significa que podemos conseguir dichos flujos de caja a un coste más barato que el precio al que se pudieran conseguir a través del mercado financiero.

A modo de conclusión, apreciamos que la evaluación del proyecto de inversión es positiva, es decir, se considera conveniente el uso de nuestros recursos para destinarlos a la ejecución del proyecto.

7.4 INDICADORES

7.4.1 Ratios de liquidez

- Liquidez: activo corriente/pasivo corriente $\rightarrow 2.44$

Lo ideal es que este ratio se encuentre entre 1,5 y 2,5, lo que implica que la empresa tiene suficientes activos líquidos y equivalentes para hacer frente a las deudas a corto plazo.

- Tesorería: tesorería/activo corriente-> 1,44.

El resultado de este ratio supera el rango de lo ideal (1), sin embargo, la conclusión es positiva, ya que existe suficiente tesorería en el activo corriente para hacer frente al pasivo corriente.

7.4.2 Ratios de solvencia

- Garantía: activo total/pasivo-> 4,09

Este ratio para ser positivo necesita ser mayor que 2, como vemos supera la cifra, cuanto mayor es el ratio, mayor es el grado de garantía que ofrece la empresa para frente a terceros.

- Endeudamiento: pasivo/patrimonio neto -> 0,24

El valor óptimo de este ratio está comprendido entre 0,4 y 0,6. Nuestra empresa no llega al valor mínimo indicado, sin embargo, es justificable y totalmente positivo, ya que para llevar a cabo la actividad no es necesaria demasiada financiación externa.

- Cobertura de gastos financieros: BAI/gastos financieros-> 69,37

El beneficio de nuestro ejercicio cubre sin problemas los gastos financieros devengados en el mismo.

8. PROYECCIONES FUTURAS

En el siguiente apartado procederemos a realizar un estudio futuro en el cual se plantea la conveniencia de optar por la subasta de la concesión cuando el contrato con la primera termine. Para ello hemos tenido en cuenta tres posibles escenarios para establecer un VAN final con inversiones y flujos de caja diferentes según la situación que pudiera darse en un futuro.

Para determinar el valor esperado de la inversión inicial en el último año de la primera concesión y, por tanto el primero de la segunda, se ha tenido en cuenta que si la actividad tiene éxito, no solo aumentará el precio de la subasta para volver a obtener el desarrollo de la explotación sino que también se realizarán nuevas inversiones, tales como la compra de nuevos inmovilizados materiales (elementos de transporte, ordenadores o la contratación de otro animador). Si éxito fuera menor, el precio de la concesión y la inversión inicial sería menor, ya que los beneficios no serían tan grandes. Y una última inversión neutral si los ingresos avanzaran como esperamos.

Lo mismo ocurrirá con los flujos de caja, según las situaciones con respecto a los ingresos serán mayores o menores.

11. TABLA EXCEL, DATOS INVERSION

| Inversión | P | Inversión*p |
|-----------|------|-------------|
| 7000 | 0,33 | 2310 |
| 5000 | 0,33 | 1650 |
| 3000 | 0,33 | 990 |

| | | |
|----------------|------|------------|
| Valor esperado | | 4950 |
| FC1 | P | FC1*P |
| 16967,36 | 0,33 | 5599,2288 |
| 47393,93 | 0,33 | 15639,9969 |
| -3822,19 | 0,33 | -1261,3227 |
| Valor esperado | | 19977,903 |
| FC2 | P | FC2*P |
| 20427,2 | 0,33 | 6740,976 |
| 52079,64 | 0,33 | 17186,2812 |
| | | |
| -2833,96 | 0,33 | -935,2068 |
| Valor esperado | | 22992,0504 |

FUENTE:ELABORACION PROPIA 2014

Con estos datos, se procederá a elaborar un VAN con la esperanza de las diferentes inversiones y los diferentes flujos de caja repartidos en las tres situaciones anteriormente explicadas con un mismo porcentaje (33%). Siendo actualizados con una rentabilidad del 10%, porcentaje de beneficios que los inversores del proyecto pretenden conseguir. Obteniendo así, un resultado positivo de 26.622,66 €. Con estos datos se procede a hallar las varianzas y las desviaciones típicas de la inversión y de los flujos de caja para descubrir la volatilidad de la inversión. De manera que, se pueda realizar una valoración de la inversión a través de la teoría de valoración de opciones.

Para Juan José García Machado¹, la Teoría de Valoración de opciones nos ayudará a explorar los posibles escenarios futuros que pudieran presentarse y, por tanto, qué acciones emprender en cada caso. En base a lo anterior, Kester², clasifica los proyectos en dos tipos de opciones, nosotros utilizaremos las opciones simples que son las que

¹ Juan José García Machado, <opciones reales (2001). Ediciones Pirámide. Pag.139-140

² Kester, W.C. (1984)

implican por ejemplo, renovaciones de activos, proyectos de mantenimiento, etc. Y con este criterio optamos por la opción de realizar inversiones continuadas, donde puede usarse el modelo Black-Scholes que determinará que el valor total del proyecto será su propio VAN más el de la opción de compra anexa a él. Concretamente, este modelo es empleado para estimar el valor actual de una opción europea para la compra (call) de la inversión en una fecha futura.

Para determinar el valor de la call se ha utilizado una plantilla Excel a modo de calculadora:

| | | | |
|-----------------|-----------|--|-------------------|
| So(pr. acción)= | 34804,48 | $d1=(\ln(So/K)+(r+1/2*\sigma^2)*(T-t))/(\sigma*\text{raiz}(T-t))=$ | 434,71837 |
| K (pr.ejerc.)= | 4950 | $d2=d1-\sigma*\text{raiz}(T-t)=$ | -434,71343 |
| Volatilidad: | 614,78112 | $N(d1)=$ | 1 |
| T-t= | 2 | $N(d2)=$ | 0 |
| r_cont= | 10% | | |

| | |
|--------------|--|
| CALL: | $C = So N(d1) - K e^{-r(T-t)} N(d2)$ |
|--------------|--|

$$C = 34804,483$$

Para determinar los datos necesarios para la fórmula hemos realizado los siguientes pasos:

- Para hallar el precio de la acción se han utilizado las esperanzas de la inversión y los flujos de caja y se han actualizado al momento actual con una tasa del 10% (rentabilidad esperada por los inversores). De manera que se suma la inversión al final del año 2 y los flujos de caja de los siguientes años.
- Para definir el precio de ejercicio se ha tomado la esperanza de la inversión en el año 2.

Para hallar la volatilidad, se ha tomado la fórmula de la varianza del VAN con la inversión y los flujos de caja actualizados. Esta fórmula parte de que existe una correlación perfecta entre las variables, ya que los datos se han calculado en base a una estimación de los flujos del primer año y utilizando tasas de inflación para determinar los flujos de caja de los siguientes años:

$$\sigma^2(\text{VAN}) = \sigma^2(A)/(1+K)^4 + \sigma^2(\text{FC}_1)/(1+K)^6 + \sigma^2(\text{FC}_2)/(1+K)^8 + 2 \cdot \text{Cov}(\text{FC}_1, \text{FC}_2)/(1+K)^7$$

Donde A sería el valor de la inversión en el año 2; K, la tasa de descuento; FC_1 y FC_2 , los flujos de caja de los siguientes dos años; y COV, se determinaría partiendo de que existe una correlación perfecta, ya implícita en la fórmula ya expuesta y anteriormente explicado. Con respecto a la COV, ha de explicarse que se ha tomado un valor de 1 para hallar la covarianza, de manera que sustituyendo en:

$$\rho = \text{Cov}(\text{FC}_1, \text{FC}_2) / (\sigma(\text{FC}_1) \sigma(\text{FC}_2)) = 1$$

De manera que, determinamos que la opción de compra según el modelo Black-Scholes tiene un valor de 38.804,48€ y el VAN del proyecto un valor de 32.163,42 €, así el valor de la inversión asciende a una cifra de 70.967,90€. Por tanto, el proyecto aumenta el valor al utilizar Black-Scholes, para convertirlo en una inversión más interesante.

9. CONCLUSIONES

El proyecto realizado ha contribuido de manera importante a identificar y resaltar los puntos que hay que cubrir y considerar para llevar a cabo el desarrollo de la actividad con un éxito relativo. Nos deja claro muchas cosas para reflexionar y otras han reforzado la idea para llevar a cabo un buen proyecto de empresa y un buen asesoramiento.

Dentro de los puntos que considero que tienen más importancia dentro de un proyecto de esta naturaleza son el determinar los puntos fuertes que podría tener la actividad, es decir, saber sacar provecho al turismo en la isla para así, poder hacer que el negocio salga a delante, de manera que se cumplan los objetivos propuestos y se obtenga un beneficio tal que nos permita avanzar en un futuro y poder hacer crecer esta actividad y crear otras relacionadas que nos proporcionen trabajo e ilusión.

A lo largo de este documento se puede concluir que podría haber un problema, muy frecuente en el sector, por el que el proyecto no tendría éxito. La mayor causa sería que no nos concediera la explotación de la labor que proponemos y en un segundo lugar, que las previsiones de la demanda realizada no se cumplan para poder cumplir con los objetivos. En la mayoría de los proyectos de nueva creación, una de las desventajas principales es la financiación inicial para poner en marcha el trabajo, sin embargo, nuestro caso es particular, ya que la inversión inicial es bastante baja y entre las aportaciones de los dos promotores se puede hacer frente a los gastos del primer y segundo mes e incluso de un tercero.

Hay muchas cosas que se podrían mencionar y que se han aprendido a lo largo de la realización del proyecto, pero las más importantes ya han sido mencionadas. Sin embargo, considero que se debería destacar la relevancia de realizar una planificación de lo que se quiere realizar y que se espera obtener cuando se lleve a cabo esta idea empresarial, además, se debe desarrollar una evaluación correcta de las posibles alternativas antes de iniciar cualquier idea, tanto del servicio como de los posibles caminos que pudiera llegar a adoptar la idea. Con esto quiero decir que es muy importante llevar un control evaluativo de los objetivos que se proponen para de una manera u otra poder corregirlos a tiempo y conseguir el éxito del servicio.

La publicidad y la promoción de la idea tienen también un lugar destacado en el proyecto, se hace necesario dar a conocer la actividad ya que creemos que tiene bastante potencial de cara al turismo.

Y finalmente, la calidad que se pretende que se pretende ofrecer con el servicio, el impulso al municipio y conseguir un medio de vida viable son los objetivos que se deben tener en cuenta conjuntamente para poder explotar la actividad de manera adecuada y progresiva.

Con respecto a las explicaciones de rentabilidad del proyecto, se determina que estos resultados aprueban la viabilidad de la propuesta. Así, mediante el modelo Black-Scholes vemos una valoración de la inversión que establece que sería más interesante su puesta a cabo y la concesión final de la actividad, ya no únicamente los dos primeros años sino que, además, los dos siguientes.

10. BIBLIOGRAFÍA

- <http://www.tenerife-abc.com/info/museos/>

- <http://bienmesabe.org/atlas/>
- <http://www.diariodeavisos.com/2013/05/cuatro-decenios-conocimiento/>
- <http://es.wikipedia.org/wiki/G%C3%BC%C3%ADmar>
- <http://bienmesabe.org/atlas/atlas-museistico-de-canarias-tenerife-museo-arqueologico->
- <http://www.villadelaorotava.org/cultura.php?mod=directorio&id=50>
- http://www.teneriferural.org/muestra_ficha.asp?codigo_ficha=14
- <http://www.infoautonomos.com/informacion-al-dia/seguridad-social/bonificaciones-en-el-reta/>
- http://www.sateide.com/servicios_sateide.html
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/mems/arista_f_a/capitulo6.pdf
- <http://www.europapress.es>
- <http://www.abc.es/economia/20140505/abci-previsiones-primavera-comision-europea-201405051034.html>
- <http://www.ico.es/web/ico/ico-empresas-y-emprendedores>
- González Pascual, J. (2008): Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera. Fundamentos teóricos y aplicaciones. Ed. Pirámide. Madrid.
- González Pascual, J. (2008): Análisis de la empresa a través de su información económico-financiera. Aplicaciones prácticas. Ed. Pirámide. Madrid.
- Amat, O. (2008): Análisis de Estados Financieros. Fundamentos y aplicaciones. Ed. Gestión 2000. Barcelona.
- Llorente Olier, J.I. (2010): Manual de análisis de cuentas anuales. Ediciones CEF.
- Acosta, M.; Correa, A. y González, A.L. (2005): Análisis de Balances. Fundamentos Teóricos y Prácticos. Ed. ARTE, Comunicación Visual, S.L. S/C de Tenerife
- Ruiz, Gumersindo, José Ignacio Jiménez y Juan José Torres (2000), la gestión del riesgo financiero, Pirámide, Madrid.
- Medina Hernández, U. y Correa Rodríguez, A (2008): Cómo evaluar un proyecto empresarial. Editorial Díaz de Santos.
- Brealey, R., S., Marcus, A. (2007): Fundamentos de financiación empresarial 5º edición. Editorial McGraw-Hill. Madrid.
- Mallo, C. y Merlo, J. (1996): Control de gestión y control presupuestario. Editorial McGraw-Hill. Madrid.
- Ripoll Feliu, U. (1995): Contabilidad de gestión avanzada. Editorial McGraw-Hill. Madrid.