

1. PRESENTACIÓN:

A decisión de montar esta empresa é porque me parece que a xestión deportiva, de tempo libre e de multiaventura na nosa montaña non está o suficientemente desenvolvida. Polo que eu intentarei chegar a escolas ata as que agora non se chegou e a mais diversos grupos de xente. É dicir, intentarei vendela mellor para gañar máis clientes. Tamén intentarei facer mellores actividades e dirixireime a persoas de todas as idades, personalizando as actividades en función desta.

2. NOME DA EMPRESA E XUSTIFICACIÓN DA SÚA ACTIVIDADE:

A empresa, por ser empresario individual, recibirá o meu nome para a denominación legal, pero será coñecida como ELMO. Esta contará con unha oficina para levar a cabo todas os trámites que haxa que realizar, e tamén estará dispoñible para realizar as reservas, aínda que ao principio estas só se poderán realizar mediante MEISA, pero a medida que vaíamos incrementando os nosos beneficios intentaremos ter os nosos propios clientes. Estas reservas poderán realizarse mediante por teléfono e por Internet. E ademais tamén estará dispoñible para resolver calquera dúbida.

Esta oficina estará situada na Pobra de Trives para poder ter unha mellor comunicación.

A empresa dedicarase ao sector terciario, na rama dos servizos, concretamente a xestión deportiva, de tempo libre e multiaventura.

Os servizos ofertados serán diversos, entre eles: tiro con arco, escalada, tirolina, rapel, sendeirismo, golf, cars, cabalos, piscina climatizada, talleres de manualidades, xogos de tempo libre, etc.

Polas noites tamén se realizarán actividades para a completa satisfacción e entretemento dos clientes.

3.FORMA XURÍDICA E XUSTIFICACIÓN:

A forma xurídica elixida e empresario individual, xa que a inversión a realizar e case nula e esta forma xurídica non require capital mínimo. Ademais tributa polo IRPF, que será mais conveniente que o IS, xa que nalgún momento podémonos atopar cun nivel de ocupación baixo ou nulo.

O único problema que ten esta forma xurídica e que a responsabilidade e ilimitada, pero este será un risco que me tocará correr, porque polo demais é a que mais me convén.

4. LOCALIZACIÓN:

A oficina estará situada na Pobra de Trives.

Debido a que así a comunicación é mais sinxela e calquera pode atopala e preguntar as súas dúbidas ou realizar unha reserva.

Ademais, en Cabeza de Manzaneda non había ningún lugar axeitado para montar a nosa oficina polo que tivemos que desprazarnos ata Trives.

5. VIABILIDADE COMERCIAL: MARKETING: MARKETING DE INVESTIGACIÓN E MARKETING-MIX:

Neste apartado vanse a desenrolar as diferentes técnicas de investigación e de actuación no mercado, aplicadas polos axentes económicos, para descubrir e satisfacer as necesidades dos consumidores, conseguindo un beneficio mediante o intercambio.

5.1. MARKETING DE INVESTIGACIÓN:

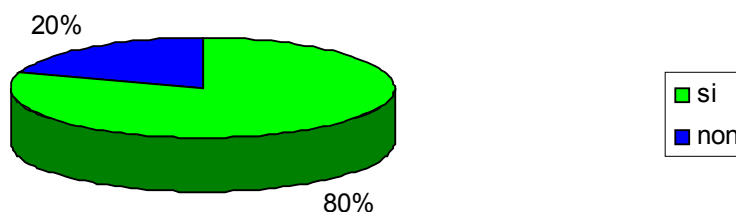
Neste apartado faremos un estudo de mercado para coñecer as necesidades do consumidor.

5.1.1. Definición do obxectivo do modelo de investigación:

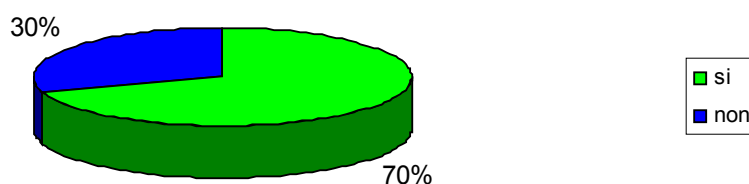
A investigación vai a estar dirixida co obxectivo de coñecer o poder de adquisición dos consumidores, o volume de consumidores potenciais e finais e informarnos sobre que actividades serán as mellor acollidas polos consumidores.

5.1.2. A enquisa. Clasificación e conclusións:

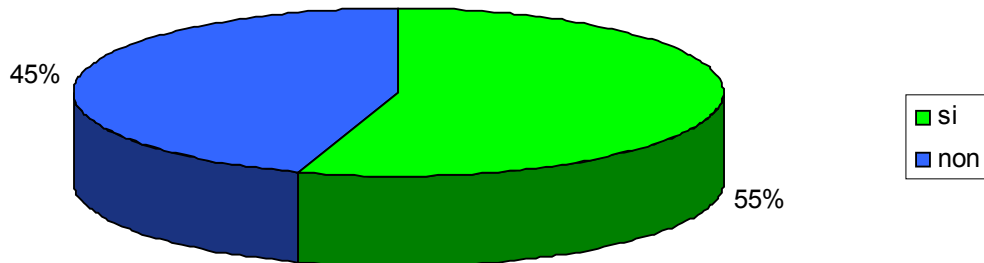
1.¿ Soen deixar, aos seus fillos, ir a campamentos de verán?



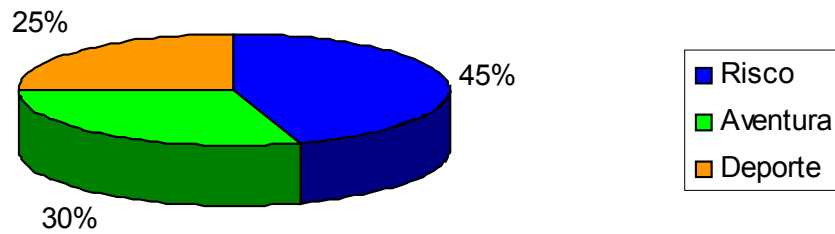
2.¿Gustaríalle poder disfrutar cos seus fillos destes campamentos?



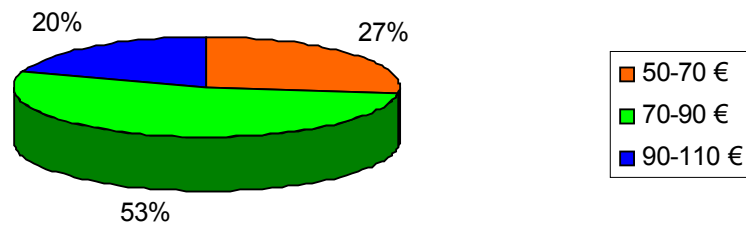
3. E vostede e o seu marido, ¿aceptarían ir sós?



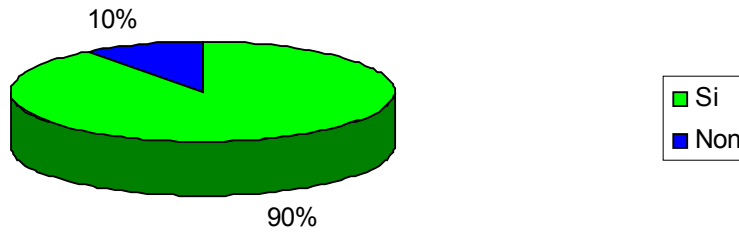
4. ¿ Prefiren as actividades de risco, de aventura ou de deporte?



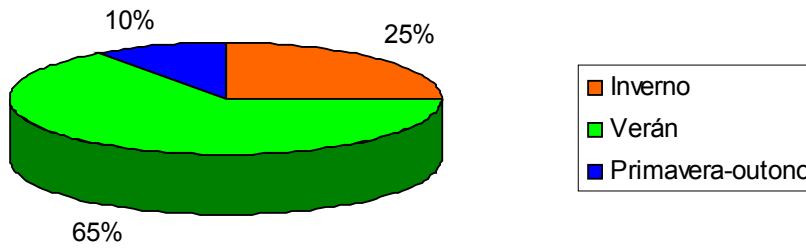
5. ¿ Canto estaría disposto a pagar por un fin de semana coas nosas actividades?



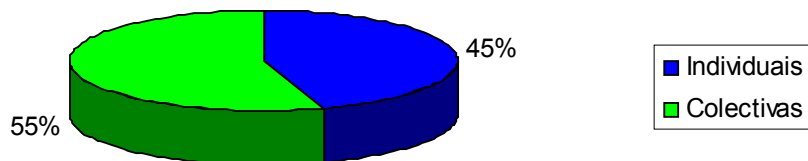
6. ¿ Estaría interesado en actividades de relaxación despois das actividades?



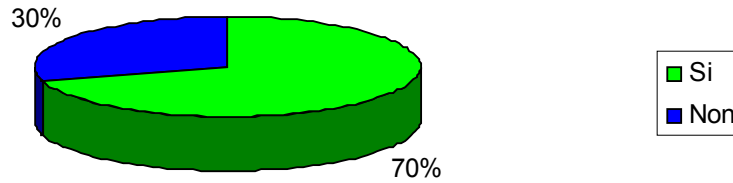
7.¿En que época do ano lle interesaría mais?



8. ¿ Que preferiría actividades en grupos ou individuais?



9. En inverno, ¿gustaríalle ter un rato para poder esquiar?



Estes datos primarios foron recollidos a través se enquisas telefónicas, por correo electrónico e Web. Non utilicei o correo tradicional, porque esta información tarda moito en chegar e a maioría da xente non responde a estas enquisas.

Observando os datos recollidos as nosas ofertas, están ben acollidas polos pais, tanto para eles coma para os seus fillos. O prezo que lles interesaría pagar é un prezo razoable tanto para eles coma para nós. A nosa maior actividade atoparase no verán, e as actividades na súa maioría van a ser colectivas.

5.1.3. Análise do macroentorno:

1. Factores económicos: a pesar da crise que estamos a vivir, o goberno ofrece axudas aos novos emprendedores, pero como a inversión a realizar é case nula, non nos farán falta para comezar, pero si nos suporán unha axuda para realizar cambios nas instalacións.

2. Factores socioculturais: ao ser unha empresa que realiza actividades para campamentos de nenos e adultos espero obter unha boa aceptación. Ademais, os campamentos de verán son moi empregados por pais e nais, e ademais é unha boa forma de desconectar da cidade viaxando á montaña.

3. Factores tecnolóxicos: grazas ás novas tecnoloxías, o noso servizo será mellor e conseguiremos chegar a moitos máis lugares.

4. Factores político-legais: debemos respectar as normas legais, mercantís e laborais, acollendo as reformas do goberno.

5. Factores demográficos: debido a que as nosas actividades irán orientadas a todas as idades, os factores demográficos non influirán demasiado. Posto que a nosa oferta de servizos está pensada non só para persoas desta zona, senón doutras zonas de Galicia e de fóra.

5.1.4. Análise microentorno:

1. Clientes: os clientes desta empresa serán clientes de todas as idades, xa que as actividades se personalizarán en función desta. Este servizo semella estar ben acollido polos pais, tanto para eles como para os seus fillos e as nosas previsións de cara o verán son moi boas, pois a moitas persoas enquisadas lles interesaría este servizo nestas datas.

2. Competencia: a competencia nesta zona será nula, xa que manteremos o noso monopolio na xestión deportiva, de tempo libre e multiaventura da montaña. Só poderán ser competencia os outros campamentos do resto de Galicia.

5.1.4.1. Forzas competitivas de Porter:

- Intensidade da competencia actual: esta empresa non tería moita competencia, pero de igual modo deberemos dedicar moito tempo á publicidade para conseguir un maior número de clientes, segundo as conclusións da enquisa.

- Competidores potenciais: os nosos competidores serán os outros campamentos do resto de Galicia, xa que nesta zona non habería máis.

- Ameaza de produtos substitutivos: no teriamos ameaza de produtos substitutivos.

- O poder de negociación dos clientes: os clientes terán pouco que negociar, xa que os prezos serán asequibles para calquera.

- O poder de negociación dos provedores: podería ser de moita importancia á hora de comprar novos materiais para realizar actividades. Pero como nesta zona os provedores deste son escaso poderemos buscar os prezos máis asequibles noutros lugares.

5.1.5. Segmentación de mercado.

O mercado será segmentado por idade, posto que non se poden realizar as mesmas actividades en todas as idades.

Isto incrementará o custo en canto a contratación de monitores, pero será compensado cos beneficios xa que así chegaremos a máis persoas.

5.2. MARKETING-MIX:

5.2.1 Produto:

A empresa ofrecerá un servizo de entretemento que comezará pola mañá de 9:30 ata as 12:30, momento no que se realizará un descanso para ir a comer ata as 4:00, neste horario comezarán de novo as actividades ata as 8:00 da noite. Ao chegar este horario, algúns días rematará a actividade e outros días as 9:30 da noite realizarase unha velada nocturna ata as 11:30.

O produto diferenciarase do que actualmente se está ofertando en que haberá máis profesionalidade, porque os monitores serán titulados e polo tanto estarán máis especializados e mellor preparados. Ademais realizaremos actividades enfocadas para aproveitar os recursos naturais da zona, facendo escalada en roca natural, rapel, tirolina e incrementaranse as rutas de sendeirismo. E dependendo das idades realizaranse acampadas en distintas zonas da montaña. Tamén se realizarán visitas guiadas a zonas de interese turístico próximas a Cabeza de Manzaneda.

5.2.2. Prezo:

Os prezos das actividades están establecidos pola empresa MEISA, que é a que actualmente realiza estas actividades. Esta empresa contratará os nosos servizos e pagaranos un tanto por cen do que ela cobra actualmente.

En inverno esta empresa cobra 30 € por persoa ao día e en verán estes prezos varían en función da temporada, en temporada alta cobra 30 € e en temporada baixa 28'5 €. Estes prezos son especiais para grupos, del a empresa deberá darnos a nós 6 € por persoa.

Pero se non son grupos, senón que se realizan actividades soltas e de forma individual ou en parella, a empresa deberá darnos o 50% do que ela cobra por cada actividade. Por exemplo, actualmente MEISA cobra 12'5 € por xogar ao golf unha hora, destes 12'5 € deberá darnos 6'25 €.

5.2.3 Promoción:

A política de promoción da empresa constará dos seguintes elementos:

- ✓ Publicidade: a empresa darase a coñecer a través de anuncios en televisión, na radio e en periódicos como La Región. Tamén poremos anuncios en Internet para poder chegar a mais xente.
- ✓ A promoción de vendas estará marcada por unha rebaixa do 15% a grupos maiores de 50 persoas e tamén para grupos cunha estadía maior a unha semana. Ademais se se cumpren estes dous requisitos a rebaixa será do 40%.
- ✓ Tamén se realizará mediante venta persoal, xa que se darán charlas en colexios, institutos e universidades para obter dunha forma máis rápida a resposta.
- ✓ As relacións públicas dependerán do beneficio que se obteña.
- ✓ En canto ao merchandising, nós intentaremos ter todo moi ben preparado e ofrecer un servizo moi bo, para a completa satisfacción do cliente.

5.2.4. Distribución:

Nesta empresa non se contará con intermediarios, posto que seremos nós os que ofreceremos un servizo directo ás persoas que decidan desfrutar das nosas actividades.

6. VIABILIDADE FINANCEIRA:

- Previsión de custos:

CUSTOS FIXOS		CUSTOS VARIABLES	
Soldos	72.000€	Soldos en diversas temporadas	32.400€
Aluguer local	400€	Autobús para as visitas guiadas	25.400€
TOTAL	72.400€	TOTAL	57.800€

$$\text{CUSTOS TOTAIS} = \text{custos fixos} + \text{custos variables} = 72.400€ + 57.800€ = 130.200€$$

- Previsión de ingresos:

MEISA	163.500 €
TOTAL	163.500 €

$$\text{BENEFICIO} = \text{ingresos totais} - \text{gastos totais} = 163.500 € - 130.200 € = 33.300€$$

O beneficio anual da empresa sería de 33.300 €.

Este beneficio será destinado a mellorar as actividades e a compra de material para outras novas.

A financiación será interna, mediante reservas porque, como xa dixeran, antes os beneficios irán dedicados a mellorar as actividades.

7. ORGANIZACIÓN DOS RECURSOS HUMANOS:

A estrutura organizativa será simple, constará de un xefe e 4 monitores. Aínda que o número de monitores variará en función da época do ano e do número de grupos na Estación de Montaña de Cabeza de Manzaneda.

O estilo de dirección será democrático, xa que se aceptarán as opinións do resto de monitores e serán estudadas para levalas a cabo ou non. Ao igual, o xefe antes de tomar novas decisións consultarás ao resto de monitores para comprobar a aceptación e viabilidade destas.

Polo tanto, a empresa será levada a cabo conxuntamente polo xefe e os monitores. Así o ambiente de traballo será mellor e todos se preocuparán porque a empresa funcione correctamente.

8. TRAMITACIÓN :

1. Proceso de constitución

- Rexistro Mercantil: inscrición da empresa (de carácter voluntario)

2. Trámites para exercer a actividade:

- Axencia tributaria: alta no censo de empresarios, Imposto sobre Actividades Económicas (exentas as empresas de nova creación durante os dous primeiros exercicios)
- Tesourería territorial de la Seguridade Social: afiliación e número, alta no Réxime da Seguridade Social
 - No caso de contratar traballadores: inscrición da empresa, afiliación e alta dos traballadores no réxime xeneral da Seguridade Social
- Consellerías de Traballo das CC.AA.: comunicación de apertura do centro de traballo
- Inspección provincial de traballo: obtención e legalización do Libro de Visitas, obtención do calendario laboral
- Concellos: licenza de obras, licenza de apertura, alta no Imposto sobre Bens Inmóveis