



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DEL TRABAJO DE SORIA

Grado en Administración y Dirección de Empresas

TRABAJO FIN DE GRADO

Plan de empresa de OFF-ROAD PARADISE.

Presentado por: Gonzalo Jiménez Lasfuentes

Tutelado por: Pablo de Frutos Madrazo

Soria, 6 de julio de 2020.

CET

FACULTAD de CIENCIAS EMPRESARIALES y del TRABAJO de SORIA

ÍNDICE

BLOQUE 1.	
INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA	3
BLOQUE 2.	
1. RESUMEN EJECUTIVO	8
2. ANÁLISIS DEL ENTORNO	10
2.1. ANÁLISIS PESTEL	10
2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO	14
2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	15
2.4. ANÁLISIS DAFO.....	19
3. PLAN MARKETING.....	19
3.1. OBJETIVOS	20
3.2. ESTRATEGÍA 4 P	20
3.2.1 ESTRATEGÍA DE PRODUCTO.....	20
3.2.2 ESTRATEGÍA DE DISTRIBUCIÓN.....	24
3.2.1 ESTRATEGÍA DE PRECIO.....	24
3.2.1 ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN.....	26
4. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	27
4.1. PLAN DE INVERSIÓN	27
4.2. PLAN DE FINANCIACIÓN	28
4.3. PREVISIÓN DE VENTAS Y COSTES	28
4.4. PYG Y BALANCE DE SITUACIÓN	30
4.5. INFORME FINANCIERO.....	32
5. ORGANIZACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.....	36
BLOQUE 3.	
6. CONCLUSIONES	38
BLOQUE 4.	
BIBLIOGRAFIA	40
ANEXO 1. INFOGRAFÍA MARKETING.....	43
ANEXO 2. TABLAS EXCEL	45
ANEXO 3.EJEMPLO PERMISO DE LA AUTORIDAD LOCAL	56

BLOQUE 1. INTRODUCCIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

En el presente documento vamos a realizar un plan de empresa para una empresa cuya pretensión es convertirse en una empresa dedicada a la organización y realización de rutas en vehículos 4x4, por zonas de claro interés cultural y paisajístico, principalmente dentro de la provincia de Soria.

Un plan de empresa tal y como lo define La Dirección General de Industria y de la Pequeña y Mediana Empresa (DGIPYME), se trata de “un documento que identifica, describe y analiza una oportunidad de negocio, examina la viabilidad técnica, económica y financiera del mismo y desarrolla todos los procedimientos y estrategias necesarias para convertir la citada oportunidad en un proyecto empresarial concreto”.

Por lo tanto, una vez dicho esto, la primera pregunta que nos vamos a hacer es, ¿por qué un plan empresa? Y en segundo lugar, ¿Por qué este tipo de actividad?

Pues bien, en primer lugar debemos decir que uno de los principales motivos para realizar este Trabajo de Fin de Grado sobre un plan de empresa para OFF-ROAD PARADISE, es porque con este tipo de análisis, se trabajan muchas competencias obtenidas en este grado, tal y como pueden ser *el conocimiento adecuado de la empresa, su marco institucional y jurídico (E1), comprensión del entorno socioeconómico nacional e internacional (E2), conocimiento del comportamiento de los agentes económicos y las organizaciones y el funcionamiento de los mercados (E3), conocimiento de los instrumentos y herramientas disponibles para diseñar políticas y estrategias empresariales en el ámbito general de la organización (E4) o el conocimiento sobre los diferentes métodos cuantitativos y cualitativos para el análisis, evaluación y predicción en la administración y dirección de empresas (E6)* entre otras competencias tanto generales como específicas.

En segundo lugar, en cuanto a la justificación de la elección de este tipo de empresa, creo que se trata de un tipo de negocio que podría tener mucho éxito debido a que el turista busca cada vez más, vivencias y experiencias personales únicas y el turismo que va a ofrecer esta empresa posee todo este tipo de experiencias individualizadas. Sus actividades van enfocadas al disfrute de la naturaleza con la realización de actividades y experiencias únicas en entornos naturales, los cuales son uno de los puntos fuertes de la provincia de Soria, por lo tanto, la empresa en este aspecto, posee un localización excelente.

En cuanto a los objetivos del trabajo son claros. Lo que se va a realizar es un plan de empresa, con el fin de conocer si esta idea de negocio es viable o no, y en el caso de que lo fuera, que pasos habría que seguir para ponerlo en marcha. En otras palabras, vamos a explicar detalladamente que es lo que va a hacer OFF-ROAD PARADISE para que sea rentable (si es que lo es, que cabe la posibilidad de que no lo sea, y por lo tanto no llevarse a cabo), y que pasos

va a seguir. Por lo tanto vamos a diferenciar los objetivos de este plan de empresa en dos grupos:

- **Objetivos principales.** Como tales entendemos la comprobación de la coherencia interna del proyecto y la viabilidad técnica y económica del proyecto.
- **Objetivos específicos.** Entre ellos podemos encontrar otros como pueden ser el conocimiento del sector y de la competencia, servir como hoja de ruta y análisis estratégico, facilitar la comunicación de la idea a posibles inversores, socios o clientes, y por ultimo ampliar la visión futuro a corto plazo de la empresa.

Para la realización de este proyecto nos vamos a basar principalmente en el libro *Planificación y gestión emprendedora (2006)*, escrito por Fernando Bruna Quintas, entre otros como pueden ser *Proyecto Empresarial (2004)* escrito por Alberto de la Peña Gutiérrez, o *Como Gestionar y Planificar un Proyecto de Empresa (2010)*, de Daniel Mateo Campoy. Sin embargo va a ser al primer autor al que más nos vamos a ceñir en nuestro proyecto, siguiendo una de las estructuras dadas en su libro. En él se nos ofrecen varias pautas a seguir en función de las características que posea o vaya a poseer nuestra empresa con la finalidad de que este plan se adapte lo mejor posible a nuestros deseos, de forma que se vean reflejadas en el las siguientes dimensiones.

Figura 1. Visión de nuestro proyecto empresarial



Fuente: *Planificación y gestión emprendedora (2006)*

Como podemos ver en el gráfico, el plan a utilizar va a tratar de analizar la totalidad de los aspectos relevantes que pueden afectar a nuestra empresa, de forma que no entraremos en profundidad en todas y cada una de estas

dimensiones, ya que por extensión nos sería imposible realizarlo, si no que hablaremos de todas y cada una de estas dimensiones solamente profundizando en las que consideremos más trascendentes para nuestra empresa, de forma que consigamos un plan de negocio lo más completo posible.

Para ello vamos a emplear una estructura basada a su vez en el **Centro Europeo de Empresas e Innovación de Galicia (BIC Galicia)**, el cual fue un organismo dependiente de la Consejería de economía e industria de la Junta de Galicia que tenía como función principal fomentar el espíritu emprendedor, apoyar la creación de empresas, dotar a los futuros empresarios de los conocimientos y habilidades necesarias para gestionar su empresa y apoyar la consolidación e innovación en el tejido empresarial gallego.

Esta estructura, la cual ofrece Fernando Bruna como base para todo proyecto empresarial, la vamos a utilizar como estructura a seguir en nuestro plan de negocio, haciendo alguna leve modificación para adaptarla mejor a nuestra idea de negocio, ya que considero que se trata de una de las estructuras que mejor que adapta a mi empresa como veremos a continuación. La estructura a seguir consta de las siguientes partes.

- **Resumen ejecutivo, o resumen del plan**

Lo primero que debemos hacer es definir la idea de negocio. Esto no consistirá solamente en la descripción de la actividad de la empresa, sino que también se especificará la forma en la que la llevaremos a cabo. Aquí haremos especial hincapié sobre los servicios que va a ofrecer nuestra empresa, realizando así un breve resumen de lo que nos encontraremos de aquí en adelante.

- **Análisis del entorno**

Antes de introducirnos en cualquier mercado, debemos realizar un minucioso estudio. En el debemos contemplar tanto el entorno general como el entorno específico de la empresa. El entorno son todos los factores que rodean a la empresa. Estos factores pueden ser tanto beneficiosos como perjudiciales, por lo que pueden ser decisivos en los beneficios de las empresas.

En el primero de ellos, analizaremos los posibles factores que pueden afectar a todas las empresas de una determinada región. Por lo tanto, para analizar este entorno macroeconómico, utilizaremos una herramienta muy conocida como es el análisis PESTEL (Político, Económico, Socio-cultural, Tecnológico, Ecológico y Legal).

Por el contrario, en el entorno específico de la empresa, nos encontraremos factores más cercanos que influyen solamente a un conjunto de empresas determinado. Aquí analizaremos el mercado en el que va a entrar nuestra empresa, así como a los clientes y los principales, lo que nos permitirá realizar un DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades) para estudiar así sus puntos más fuertes y los más débiles para poder hacer énfasis sobre ellos.

- **Plan de marketing**

Una vez realizado el análisis del entorno, toca centrarse en el ámbito más comercial. En este apartado lo que realizaremos será un breve plan de Marketing. En el encontraremos en primer lugar la descripción de los objetivos de marketing que se pretenden lograr. Para la determinación de estos, tendremos en cuenta ceñirnos en todos ellos al acrónimo "SMART".

- S (Specific); todo objetivo debe ser específico y concreto.
- M (Measurable); los objetivos deben de ser medibles.
- A (Achievable); deben de ser también alcanzables, es decir, no marcarnos objetivos imposibles de alcanzar.
- R (Relevant); todo objetivo debe ser relevante, es decir la consecución de este tiene que conllevar algún tipo de beneficio para la sociedad.
- T (Time-bound); se debe definir un plazo de tiempo para su consecución

El cumplimiento de todo lo anterior es muy útil para evitar que se de en nuestra empresa el famoso término *wishful thinking**

Una vez determinados los objetivos, recurriremos a las famosas **4 P del Marketing (Producto, Precio, Distribución y Comunicación)** para describir de manera ordenada las estrategias de marketing a seguir. En la primera de ellas describiremos la cartera de productos que va a ofrecer OFF-ROAD PARADISE, así como describiremos la principal ventaja competitiva que posee esta empresa.

En cuanto a la estrategia de precio, debemos tener varios factores en cuenta que son los que nos marcarán una pauta que seguir a la hora de implantar nuestros precios, como son la competencia directa, los precios del mercado (incluyendo los productos sustitutivos), y los costes de la propia empresa, los cuales actuarán como el nivel de precios mínimo. Además de ello también deberemos mencionar las posibles estrategias de descuentos, ofertas o promociones que se puedan llevar a cabo.

En las dos últimas estrategias, distribución y comunicación, describiremos los canales y tipos de distribución, así como planificar los medios de comunicación que se van a utilizar.

- **Análisis Económico-Financiero**

El plan económico-financiero es un elemento esencial dentro de un plan de negocio, con el que se pretende evaluar el potencial económico de un proyecto empresarial y analizar su viabilidad. Nos servirá para resolver cuestiones como cuánta inversión inicial se necesita o en qué plazo se recuperará la inversión entre otros.

Wishful thinking* También denominado Pensamiento ilusorio. Es un proceso de toma de decisiones basado en el deseo y las emociones, en vez de en criterios objetivos y reales

Para ello nos basaremos en la guía que ofrece Janire Carazo Alcalde (2017) en un artículo publicado en *economipedia*. Esta plantea un escenario de cuatro/cinco años donde contemplaremos los siguientes documentos.

- **Plan de inversión;** aquí determinaremos el volumen de recursos económicos que serán necesarios para la puesta en marcha y el funcionamiento de la sociedad.
- **Plan de financiación;** una vez conocidas las inversiones necesarias, debemos desarrollar un plan donde se especifiquen de dónde vamos a obtener los fondos necesarios, ya sean recursos propios o fuentes de financiación externas.
- **Previsión de ventas y costes;** en este apartado se realizará una pequeña previsión tanto de los ingresos que va a percibir la empresa como de los gastos a los que va a tener que hacer frente, en función de los diferentes escenarios posibles.
- **PyG y balance de situación;** con este estado financiero se pretenderá calcular a través de los ingresos y los gastos, el posible beneficio o las posibles pérdidas que se obtendrán cada año, y con el balance podremos valorar la situación del negocio, ya que determina el activo de la sociedad, así como los recursos con los que ha financiado todo ese activo (patrimonio neto y pasivo), lo que permite ver la solvencia o el nivel de endeudamiento que posee la empresa en cada momento.
- **Informe financiero;** en el realizaremos diferentes ratios como pueden ser ratios de rentabilidad (Ebitda, rentabilidad económica, financiera, etc.), ratios de solvencia (solvencia a largo plazo, liquidez, etc.), ratios de estructura y por último ratios de rotación, que nos permitirán analizar más detenidamente el negocio en cuestión.

- **Organización y puesta en marcha**

En este último apartado de este plan de negocio, se describirá la composición de la sociedad, con el fin de establecer el número de puestos de trabajo con los que va a constar esta empresa, las funciones y tareas que van a desarrollar cada uno de ellos, así como la relación existente entre ellos. Además de lo anterior, se especificará la forma jurídica elegida, así como los trámites necesarios a realizar para la puesta en funcionamiento, mencionando además las obligaciones (fiscales, laborales, etc) a las que va a tener que hacer frente.

Todo lo anterior nos servirá para sacar unas conclusiones donde se tomará la decisión de entrar o no en dicho mercado, explicando las razones que nos llevan a tomar esta decisión en base al estudio realizado anteriormente.

BLOQUE 2.

1. RESUMEN EJECUTIVO

OFF-ROAD PARADISE tiene la pretensión de ser una empresa cuya actividad principal va a consistir en la organización y realización de rutas en vehículos 4x4, por zonas de claro interés cultural y paisajístico, principalmente dentro de la provincia de Soria. Supone el uso de automóviles con tracción a las cuatro ruedas, aprovechando de esta manera la “fiebre” de los vehículos SUV, lo que permite ir por terrenos accidentados o de difícil acceso para el resto de vehículos. Dentro de las rutas encontraríamos diferentes niveles de dificultad en función de los vehículos de los clientes, desde SUV hasta vehículos 4x4 con alto nivel de preparación para Off-Road.

El negocio contará con un centro físico que se ubicará en el polígono industrial de las Casas, en Soria. Sin embargo a pretensión que tiene esta empresa es que prácticamente todas las atenciones al público, o al menos la mayoría de ellas, se realicen vía telemática a través de correo electrónico, de la página oficial de la empresa o a través de las diversas redes sociales que esta empresa poseerá (Facebook, Instagram, Twitter y Whatsapp entre otras).

El turista busca cada vez más, vivencias y experiencias personales únicas y el turismo que va a ofrecer esta empresa posee todas estas experiencias individualizadas. OFF-ROAD PARADISE tiene claro el perfil de sus clientes. Sus actividades van enfocadas al disfrute de la naturaleza con la realización de actividades y experiencias únicas en entornos naturales, con una buena relación calidad-precio y ofreciendo multitud de fotos y videos personalizados de la experiencia que tendrás una doble finalidad. La primera de ellas es como recuerdo para los propios clientes de su experiencia con esta empresa y en segundo lugar como medio de publicidad, ya que con este tipo de elementos se fomenta el boca a boca, consiguiendo así un mayor alcance.

Como contrapunto a lo anterior, una de las desventajas que tiene el sector del turismo, es que está muy determinado por la estacionalidad y el clima, aunque en el caso de esta empresa, al tratarse de rutas en todoterreno esta posible estacionalidad se ve reducida en gran medida, debido a que este tipo de actividades son demandadas durante cualquier mes del año, ya que precisamente este tipo de vehículos están preparados para aguantar condiciones atmosféricas y climatológicas adversas. Precisamente para algunos clientes, estas condiciones son idóneas para la realización de estas actividades.

La actividad principal del negocio será la de llevar a cabo rutas y excursiones en vehículos, con distintos itinerarios predefinidos. Se distinguirán tres tipos de servicio:

- Rutas cortas: se trata de excursiones de aproximadamente una hora de duración, que se llevarán a cabo de forma repetida durante el día, y a distintos lugares.

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

- Rutas de medio día: con una duración aproximada de 4 horas, en las que se incluirá comida y bebida. La salida se intentará adaptar lo más posible a las peticiones de los clientes.
- Rutas de día completo: con una duración de unas 8 horas, también incluirá la comida y la bebida.

Todas las rutas ofertadas estarán disponibles tanto guiadas como sin guía, entregándoles a los clientes en este último caso, toda la documentación relativa al trayecto. Además, las excursiones estarán clasificadas en función de la dificultad de las mismas, que vendrá determinada por aspectos como el tipo de vía (carretera, vías pecuniarias, pistas forestales, etc.), el desnivel o el kilometraje.

La realización de estas actividades está enfocada principalmente durante fines de semana y días festivos, ya que este modelo de negocio se concibe como un negocio complementario o segundo negocio. Sin embargo, cabría posibilidad de realizar actividades durante el resto del año previa consulta con la empresa.

De acuerdo con la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CENAE) de 2009, el sector de la actividad en la que se encuadra nuestro negocio es el siguiente:

Figura 2. Cuadro de sector de actividad de OFF-ROAD PARADISE

Grupo N; ACTIVIDADES ADMINISTRATIVAS Y SERVICIOS AUXILIARES.
79.- Actividades de agencias de viajes, operadores turísticos, servicios de reservas y actividades relacionadas con los mismos
791.- Actividades de agencias de viajes y operadores turísticos
7912.- Actividades de los operadores turísticos
Grupo R; ACTIVIDADES ARTÍSTICAS, RECREATIVAS Y DE ENTRETENIMIENTO
93.- Actividades deportivas, recreativas y de entretenimiento
931.- Actividades deportivas
9319.- Otras actividades deportivas

Fuente: *Planificación y gestión emprendedora (2006)*

Finalmente, **la mayor ventaja competitiva** de OFF-ROAD PARADISE es el entorno natural que posee esta empresa, ya que se encuentra localizada en Soria, provincia española que tiene un alto interés turístico, debido a su importancia en el ámbito cultural y medioambiental. Por lo tanto este entorno hace que esta empresa tenga una gran ventaja con respecto a sus posibles competidores ya que además de ello, se trata de una forma de turismo alternativa o mejor dicho, innovadora, por lo tanto no se dispone de muchos competidores a nivel nacional. Por lo tanto estos aspectos hacen que nuestra empresa posea una ventaja competitiva con respecto a sus competidores dentro de los sectores o grupos de actividad en los que opera.

2. ANÁLISIS DEL ENTORNO.

Vamos a comenzar este plan de negocio analizando el entorno en el que se va a situar nuestra empresa. Este apartado lo vamos a dividir en cuatro sub apartados donde realizaremos en primer lugar un análisis del entorno general, un análisis del mercado, un análisis de la competencia, y en último lugar realizaremos un análisis DAFO para observar los puntos fuertes y débiles que va a tener nuestra empresa.

2.1. ANÁLISIS PESTEL

En el presente apartado trataremos de identificar los factores del entorno general que afectan a nuestra empresa. Para ello vamos a realizar un análisis PESTEL. Consiste en una herramienta de análisis estratégico que nos va a ayudar a analizar el entorno macroeconómico en el que opera OFF-ROAD PARADISE, reconociendo aquellos factores externos sobre los cuales no se tiene influencia. Esto nos servirá para reconocer nuestras posibles amenazas y oportunidades.

Los factores que vamos a estudiar a través de esta herramienta son: Político, Económico, Socio-cultural, Tecnológico, Ecológico y Legal.

- Factores Políticos

En este ámbito tenemos destacar la inestabilidad política que ha vivido España en los últimos años, y que sigue viviendo en la actualidad con los sucesivos cambios de gobierno, así como la inestabilidad producida por los movimientos independentistas que se han producido en Cataluña. Todo esto sumado a la actual crisis mundial que se está viviendo a causa del COVID-19, hace que no nos encontremos ante un entorno muy favorecedor.

Aun es un poco precipitado hacer cualquier tipo de previsión del panorama que nos encontraremos al final de la actual crisis, no obstante, lo mejor que podemos hacer es prever un panorama pesimista, sobre todo desde el punto de vista de la financiación por parte del gobierno a las empresas a través de subvenciones o diferentes ayudas como exenciones o rebajas fiscales, ya que la mala situación de deuda que tenía España con anterioridad de la crisis sanitaria, no habría hecho más que empeorar.

Podemos ordenar los factores políticos según sus niveles; internacional, nacional, regional y local.

En cuanto al primero de ellos, nuestra empresa al situarse en España, debe atenerse a todas las posibles normativas y legislaciones emitidas por la Unión Europea. Dicha Unión económica Europea además dispone de diversas fuentes de financiación enfocadas a pymes, como puede ser el *marco financiero plurianual (MFP) 2021-2027*, una propuesta de la Comisión que incluye un *Fondo Social Europeo más simple e integrado (FSE+)* y un *Fondo Europeo de Adaptación a la Globalización (FEAG) revisado*.

En el ámbito nacional, encontramos al gobierno español, un gobierno de coalición progresista cuyo presidente es *Pedro Sánchez*.

A nivel regional tenemos a la Junta de Castilla y León, cuyo presidente es *Alfonso Fernández*. Soria como provincia de dicha comunidad autónoma está expuesta a las directrices de dicha junta, y en especial para nuestra

empresa serán de especial intereses las decisiones tomadas por las consejerías de Cultura y Turismo, y Fomento y Medio Ambiente.

Finamente, en un ámbito más local, la empresa está sometida a las medidas tomadas por el alcalde *Carlos Martínez*, así como por el presidente de la diputación *Benito Serrano* y las distintas subvenciones o ayudas que puedan dar para las empresas que se encuentran en su territorio.

- Factores Económicos

España ocupa una posición destacada en todo el mundo por la importancia de su economía. Es la decimocuarta economía más grande del mundo y ofrece uno de los mercados domésticos más atractivos de Europa, siendo la quinta economía de la UE. Con un PIB de 1,2 billones de USD, cuenta con 46 millones de consumidores, además de los 75 millones de turistas que visitan España cada año, hecho que intentaremos aprovechar con nuestra actividad económica.

En cuanto el ingreso per cápita de España, es significativamente superior al de algunas economías más grandes, por lo tanto podría decirse que nos encontramos con un entorno económico favorecedor. Sin embargo a pesar de todo esto, como bien sabemos, en la actualidad la economía se encuentra semi congelada a causa de las restricciones que se han llevado en todos los países a causa de COVID-19, que han provocado la paralización de la mayoría de los sectores económicos, exceptos las actividades calificadas como esenciales.

Este hecho ha provocado que sea una incertidumbre la situación económica que nos encontraremos al final de esta pandemia mundial, aunque podemos prever que la situación no será demasiado halagüeña a causa de la minoración de los ingresos por parte de los consumidores y el tremendo gasto público al que se está viendo obligado a hacer frente el gobierno, que va a aumentar considerablemente su déficit público, el cual ya se había visto incrementado el año pasado pasando de un 2.54% del PIB (30.495 millones de euros) en 2018 a un 2.8% (35.195 millones de euros) en 2019, colocándose así en el puesto 114 de 189 países el ranking de déficit respecto al PIB ordenado de menor a mayor.

Según el periódico digital EXPANSIÓN, en una noticia emitida el 5 de abril de 2020, "La entidad financiera *Credit Suisse* estima que las medidas adoptadas por el Gobierno de España para hacer frente a la pandemia de Covid-19 harán que el déficit público se sitúe en el 8,6% del PIB y que la deuda alcance el 105,3%".

- Factores Socio-culturales

Este análisis nos va a servir de gran ayuda para conocer las tendencias de consumo por parte de los clientes, y así conocer mejor sus gustos para ofrecer un producto, o en nuestro caso un servicio más adecuado a estos, y por lo tanto conseguir un mayor éxito comercial.

En este punto vamos a hablar de dos aspectos que nos van a afectar principalmente en nuestro negocio que a su vez están relacionados entre sí.

El primero de ellos es el cambio que se está viendo en la conciencia de la sociedad a cerca de la contaminación y del medio ambiente. Cada vez más la sociedad está más concienciada con el medio ambiente, y se está

empezando a tener una mayor responsabilidad en nuestra forma de vida, y por lo tanto este hecho también afecta a nuestras vacaciones. Hoy en día se opta por destinos más calmados que nos ofrezcan más sensación de relax y desconexión, evitando así las grandes aglomeraciones y ese “turismo excesivo”. Por lo tanto se produce un aumento de los destinos secundarios.

El segundo aspecto es el cambio de la tendencia del turismo que se lleva viendo durante los últimos años. Anteriormente, el turismo más demandado en España era el turismo de “sol y playa”. A día de hoy sigue siendo el turismo más predominante debido a las óptimas condiciones que tiene España para disfrutar de este tipo de turismo, que hace que sea el destino deseado de gran parte de Europa. Sin embargo estamos viendo como cada vez más el turismo natural o de montaña está ganando mucho peso, en parte por los motivos mencionados en el anterior punto. Pero además de ello, esto es así ya que la gente a la hora de escoger sus vacaciones optan por unas vacaciones con un entorno más relajante donde se eviten las multitudes y donde además de ello, se consiguen varias experiencias en un único enclave.

Estos factores son muy favorecedores para nuestra empresa, ya que precisamente OFF-ROAD PARADISE, se trata de una empresa de actividades y de turismo alternativo en un paraje natural con mucho encanto como es el de la provincia de Soria.

- Factores Tecnológicos

Nuestra empresa se va a aprovechar muy beneficiosamente de entorno tecnológico en el que vivimos, ya que la tecnología aumenta a pasos agigantados, y uno de los sectores en el que más lo hace es en el audiovisual.

Este hecho nos favorece de nuevo ya que vamos a disponer de múltiple tecnología para la realización de nuestros videos, y fotografías como pueden ser cámaras deportivas de alta definición o drones. Además de ello, esta tecnología nos permite la capacidad de aumentar nuestra creatividad a la hora de ofrecer experiencias más completas a los consumidores y por lo tanto conseguir ventajas competitivas frente a los competidores basadas en la diferenciación.

Sin embargo, que se trate de un entorno tecnológico tan cambiante e innovador tiene su contrapunto y es que al producirse un aumento tan constante y rápido de la tecnología implica estar actualizado tecnológicamente, y eso no siempre es fácil, ya que en términos generales, los elementos más tecnológicamente avanzados no se caracterizan precisamente por tener un precio reducido.

- Factores Ecológicos

Dentro de este grupo de factores, encontramos todas las políticas medioambientales que nos podemos encontrar tanto de la Unión Europea como de niveles inferiores. Al tratarse de un sector no industrial, si no de servicios, no nos van a afectar la mayoría de legislación existente en este ámbito.

La normativa EURO6 para el control de emisiones CO2 de vehículos a motor, quizá sea la legislación que más nos pueda afectar en nuestra actividad. No obstante, se trata de una normativa que afecta más directamente a los fabricantes de los vehículos que podamos utilizar, más que a nuestra propia actividad en concreto, por lo tanto el “único” efecto que puede tener sobre

nuestra empresa es un aumento o disminución impositivo en función de si os vehículos que utiliza la empresa poseen una etiqueta ecológica u otra.

Por otro lado encontramos múltiples normativas medioambientales, las cuales veremos más detalladamente en el siguiente punto, que limitan la utilización de vehículos a motor por determinados espacios.

- Factores Legales.

Dentro de este apartado debemos hacer mención a la legislación a la que se va a tener que encuadrar nuestra empresa. Entre ellas encontramos:

- *El Decreto-Ley 3/2009, de 23 de diciembre, de Medidas de Impulso de las Actividades de Servicios en Castilla y León.*
- *El Decreto 63/2006 de uso recreativo, la acampada y la circulación de vehículos a motor en el medio natural.*
- *Real decreto 271/1988, de 25 de marzo, por el que se regula el ejercicio de las actividades propias de las agencias de viajes.*
- *Contrataciones a través de la web de la empresa se realizarán conforme a las condiciones de contratación del libro IV del RDL 1/2007, Ley General para la defensa de los Consumidores y Usuarios, especialmente a su título II, artículos 159 y 160, junto con la Ley 34/2002. Ley de Comercio Electrónico.*
- *Resolución de 8 de marzo de 2019, de la Dirección de la Agencia Estatal de Seguridad Aérea, por la que se publican los medios aceptables de cumplimiento y material guía, aprobados para las operaciones con aeronaves pilotadas por control remoto, en virtud del Real Decreto 1036/2017, de 15 de diciembre.*

Además de las anteriores encontramos una de las más relevantes para nuestra actividad como es la **Ley de Montes de ámbito estatal, Ley 43/2003, de 21 de noviembre, y la Ley de Vías Pecuarias 3/1995, de 23 de marzo**. La cual contiene una prohibición genérica que afecta a nuestra actividad. Esta se recoge en el artículo 67 letra K que dice expresamente; "El tránsito o la permanencia en caminos o zonas forestales donde exista prohibición expresa en tal sentido, o incumpliendo las condiciones que al respecto se establezcan, así como la circulación con vehículos a motor atravesando terrenos fuera de carreteras, caminos, pistas o cualquier infraestructura utilizable a tal fin, excepto cuando haya sido expresamente autorizada".

Deberemos tener en cuenta la existencia de una legislación diferente en cada comunidad autónoma, la cual en nuestro caso es la **Ley 4/2015, de 24 de marzo, del Patrimonio Natural de Castilla y León**, según la cual la circulación de vehículos a motor en el medio natural fuera de los viales existentes para tal fin solo se podrá realizar para labores de vigilancia, investigación, gestión de las explotaciones y aprovechamiento de los recursos, por razones de emergencia, o bien cuando se disponga de autorización expresa de la consejería competente en materia de conservación del patrimonio natural, así como en el ejercicio de servidumbres de paso u otros derechos legítimos existentes. Esta autorización será necesaria para nuestro funcionamiento (ver ANEXO 3), la cual nos permitirá circular hasta grupos de 8 vehículos por las zonas acordadas.

2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO

Una vez visto y analizado el entorno general, vamos a centrarnos en el análisis del mercado al que nos vamos a dirigir. Aquí nos vamos a centrar en el tamaño del mercado, factores de éxito que lo caracteriza, las barreras de entrada y de salida que nos podemos encontrar, crecimiento natural así como las tendencias actuales.

Como ya hemos mencionado anteriormente, OFF-ROAD PARADISE se encuentra dentro del sector del turismo. Según los informes del Consejo Mundial del Viaje y el Turismo (World Travel & Tourism Council (WTTC)), "El turismo es el sector que más riqueza aporta a la economía española, con un total de 176.000 millones de euros anuales que representan el 14,6% del PIB además de 2,8 millones de empleos." Por lo tanto, según la información de esta misma fuente, la aportación del turismo a la economía española supone el 14,6% del PIB, por encima de otros sectores como la construcción (14%), el comercio (12%) o la sanidad (12%).

Además de todo esto, se trata de un sector con un crecimiento considerable, ya que durante los últimos 10 años, ha sido el segundo sector económico con un mayor crecimiento en España, con un crecimiento del 3,38% anual. Cabe destacar la gran aportación de los viajeros extranjeros en nuestro país, ya que desembolso realizado por estos supone el 55% de la aportación del sector a la economía española, o lo que es lo mismo, 68.400 millones de euros en 2019. Las previsiones de crecimiento hasta el momento eran muy halagüeñas, y se esperaba que se siguiera esta tendencia alcista, sin embargo, todo ha cambiado a causa de la actual situación con el COVID-19, lo que va a ocasionar una grave crisis dentro del sector, y seguramente, el turismo internacional sea el que más se va a ver perjudicado, ya que la movilidad en general se ha limitado, aunque en especial la internacional, ya que es la que más tardará en recuperar la normalidad.

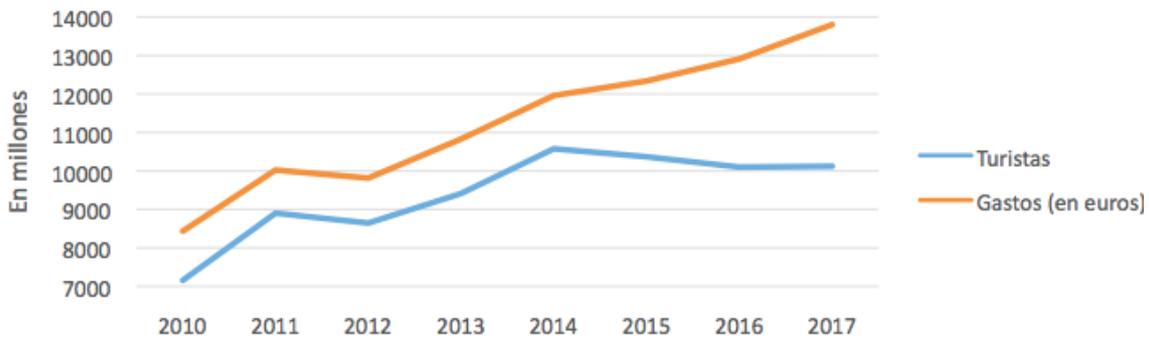
Este es un aspecto obviamente negativo, pero que a su vez tiene su pequeña parte positiva, ya que hasta que se recupere los niveles de movilidad internacional, los turistas van a decantarse por un turismo nacional, y formas de turismo alternativas con el fin de evitar grandes aglomeraciones, y aquí es donde nuestra empresa puede verse beneficiada, ya que puede tener una gran oportunidad en este "mercado emergente", como es el del turismo alternativo y activo.

Este tipo de turismo (turismo activo) en España, desde su aparición en los años 90, está cobrando día a día más importancia, consolidándose así como una importante fuente de ingresos principalmente en zonas rurales ofreciendo así a estas zonas una oportunidad de riqueza y crecimiento. Esto se da gracias a la revalorización que están teniendo los espacios rurales a causa del cambio de mentalidad de la sociedad, tal y como habíamos mencionado anteriormente.

Otro aspecto a destacar, el cual lo considero de gran importancia debido a la situación económica que nos podemos encontrar en un corto/medio plazo, es que este tipo de turismo ha demostrado una fuerte resistencia a la inestabilidad económica, siguiendo con su tendencia positiva incluso en los finales de la primera década de este siglo, cuando se produjo la crisis mundial

de 2008. En la siguiente gráfica podemos ver esta tendencia positiva que ha seguido el turismo activo en España desde el año 2010 hasta el año 2017.

Figura 3. Evolución turismo activo en España (2010-2017)



Fuente: elaboración propia en base a datos de INE & Egatur

En cuanto a los clientes potenciales que vamos a encontrar en este mercado en concreto vamos a destacar los siguientes:

- Turistas: según cifras ofrecidas en el boletín de coyuntura turística de la Junta de Castilla y León, la provincia de Soria recibió 465.318 viajeros.
- Particulares: personas de cualquier edad (menores de 18 años siempre acompañadas de un mayor de edad) que busquen nuevas experiencias de mayor o menor intensidad (rutas más complejas o más simples) según sus apetencias que tengan. La población que registra Soria a finales del año pasado (año 2019) es de 89.501 personas.
- Grupos automovilísticos: debemos tener en cuenta la existencia de múltiples clubs de vehículos 4x4 como es el caso de Soria-Raid 4x4, que se tratan de grupos de aficionados a la actividad del TT (todo terreno) o 4X4 que se unen en este tipo de clubs para promocionar y potenciar es actividad, desplazándose por todo el país e incluso por el extranjero para realizar este tipo de actividades.
- Grupos escolares u otros grupos de interés: también cabe destacar el posible interés de este tipo de colectivo ya que se pueden realizar multitud de actividades en los entornos naturales recurriendo a nuestros servicios, o también como determinados programas turísticos como pueden ser despedidas de solteros, clientes de agencia de viaje, etc.

2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

En este punto trataremos de definir nuestra competencia. Teniendo en cuenta que nuestra empresa será de actuación local pero con interés nacional (ya que se trata de un destino vacacional), para el análisis nos centraremos en la competencia que podemos encontrar en todo el país. Para ello, en primer lugar lo que vamos a hacer es establecer un marco para analizar el nivel de competencia dentro de un mercado en concreto, para poder desarrollar adecuadamente nuestra estrategia de negocio, para ello vamos a utilizar el **análisis de las cinco fuerzas de Porter**. Estas cinco fuerzas que vamos a analizar son, la rivalidad entre competidores, poder de negociación de los proveedores, poder de negociación de los clientes, amenaza de nuevos competidores y por último lugar la amenaza de nuevos productos o servicios.

Figura 4. Análisis PORTER



Fuente: elaboración propia

Actualmente existen en España unas 4.000 empresas de turismo activo. Sin embargo no todas ellas van a ser nuestra competencia directa ya que el servicio que ofrece nuestra empresa (rutas en vehículos 4x4) se trata de un servicio que muy pocas de ellas poseen, por lo tanto el número de competidores directos se reduce considerablemente. No obstante a la totalidad de empresas que figuran en España, sí que debemos de tenerlas en cuenta ya que van a ser competidores indirectos de nuestra empresa, ya que ofrecen producto sustitutivo al nuestro.

- Competencia directa

Entre los competidores más directos encontramos toda una serie de empresas destinadas a la realización de las actividades a las que se va a dedicar OFF-ROAD PARADISE, empresas que ya se encuentran bien integradas en el sector. A continuación vamos a mencionar una selección de competidores que considero que son los rivales a tener más en cuenta debido a sus años en el sector, así como por la localización en la que se encuentran ubicados.



TURAVETURA: Empresa pionera de turismo activo en Asturias, especializada y con amplia experiencia en diversas actividades como los descensos en canoa por el río Sella,

barranquismo o descenso de cañones, rutas con quads y espeleología en numerosas y espectaculares cuevas del concejo.



TERRANATUR; empresa dedicada a la organización de actividades en plena naturaleza para todo tipo de personas, colectivos y empresas (rutas 4x4, turismo alternativo, etc). Se ubica en Pozuelo de Alarcón (Madrid). Se trata del competidor más importante ya que se trata de una empresa de gran dimensión

dedicada exclusivamente a rutas con vehículos 4x4, e incluso ofreciendo coaching para realizar este tipo de deporte a niveles más avanzados.



RUTAS TURISTICAS 4X4; se trata de una marca registrada pionera en España que desde 1.993 está especializada en la organización y realización de todo tipo de eventos relacionados con turismo experiencial, naturaleza y biodiversidad. La sede central de esta empresa la encontramos en Hinojedo (Cantabria), y será junto con la anterior, una de las empresas

punteras del sector.



EXPERIENCIA 4X4; nos encontramos ante una agencia de viajes especializada en la organización de viajes para disfrutar de tu todoterreno y SUV de serie. Se encuentra ubicada también en la localidad de Madrid.

En cuanto a los precios de la competencia, hemos encontrado bastantes diferencias entre ellos en función del atractivo del entorno, ya que algunos de ellos trascurren por zonas que tienen escaso interés turístico, las cuales están basadas únicamente en la experiencia de 4x4 y no tanto en el destino y en el entorno, mientras que otras rutas, generalmente más caras, tienen otro tipo de enfoque más turístico ya que trascurren por entornos de claro interés turístico y cultural. Estos precios los podemos observar en el siguiente cuadro.

Figura 5. Precio de los competidores

DURACIÓN	PRECIO
Rutas de 2 horas	Desde 20 € hasta 45 €
Rutas de 3 – 4 horas	Desde 40 € hasta 80 €
Rutas de medio día	Desde 50 € hasta 100 €
Día completo	Desde 70 € hasta 140 €
Fin de semana	Desde 150 € hasta 250 €
Fin de semana + alojamiento y comida	Desde 250 € hasta 420 €

Fuente: elaboración propia

Cabe decir que además estos precios son de un servicio de “taxi”, es decir los clientes no llevan su propio vehículo, sino que solamente son pasajeros de los vehículos de la empresa (más adelante detallaremos este tipo

de servicio)., y además de ello, ninguno ofrece un servicio adicional de documentación fotográfica ni de video, como si lo hace nuestra empresa.

- Competencia indirecta

Como hemos mencionado anteriormente, hay infinidad de empresas dedicadas al turismo activo en nuestro país, los cuales pueden actuar como competidores de nuestra empresa debido a que ofrecen productos o servicios diferentes al de nuestra empresa en cuestión, pero que satisfacen en líneas generales las mismas necesidades.

Aquí deberemos tener en cuenta que CyL posee una riqueza natural protegida en un gran número de Espacios Naturales, disfruta de una destacable diversidad paisajística, convirtiendo a esta región en un lugar ideal para disfrutar al máximo de una gran oferta de Turismo Activo. Por lo tanto vamos a prestar atención a estas empresas, en especial a las que encontramos en la propia provincia Soriana. Según la ATACYL (Asociación de Turismo Activo de Castilla y León), en Soria se encuentran inscritas 3 empresas de turismo activo. Estas empresas son:



Akenay Aventura



MUSGO Y LIQUEN



SORIAVENTURA

Conviene comentar además, una iniciativa existente en la comunidad de Castilla y León, comunidad a la que va a pertenecer nuestra empresa, llamada Puntos Activos. Se trata de una iniciativa promovida por la ATACYL que agrupa los servicios y actividades de diferentes empresas de turismo activo, con el fin de proporcionar una oferta integral y de calidad en los principales espacios naturales de Castilla y León. De esta manera se unifican empresas que a priori pueden ser competidoras, y más en nuestro caso que solamente vamos a ofrecer un servicio muy concreto.

También debemos de tener en cuenta como competidor indirecto a las múltiples asociaciones, organizaciones y clubes de 4x4, los cuales organizan salidas y excursiones al aire libre. Su actividad, generalmente, es realizada sin ánimo de lucro y suelen estar subvencionadas por las administraciones públicas, por lo que trabajan con unos precios muy competitivos.

Y en último lugar encontramos a las administraciones públicas. Este tipo de administraciones como pueden ser la delegación de la juventud, o los propios ayuntamientos, esporádicamente realizan eventos de este tipo que ofrecen a precios muy competitivos. Estos organismos actúan desde dos puntos de vista pudiendo ser tanto competidores, como clientes, debido a que ellos suelen subcontratar los servicios para la realización de estas actividades. En la provincia de Soria, al no realizarse ninguna actividad similar, podría convertirse en una gran oportunidad a aprovechar.

2.4. ANÁLISIS DAFO

Una vez analizado todo el entorno de OFF-ROAD PARADISE, finalizaremos este apartado con una herramienta muy común en el mundo empresarial como es el DAFO. El DAFO también se conoce como FODA o DOFA. Las siglas en inglés son SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities and Threats). Permite diseñar la estrategia en la que se va a basa una compañía para afrontar su futuro a corto, medio y largo plazo. Se trata de un mapa a través del que se establecen las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la organización.

Figura 6. Análisis DAFO



Fuente: elaboración propia

3. PLAN DE MARKETING.

Como hemos dicho anteriormente, el plan de marketing se trata de una herramienta vital y necesaria para toda empresa del S.XXI. Actualmente nos encontramos ante un entorno altamente competitivo y dinámico, donde toda empresa debe estar lista para afrontar continuamente nuevos retos. Sin duda, la inestabilidad económica, la globalización de mercados, internet, y el continuo desarrollo y avance tecnológico provocan una serie de cambios en los mercados que determinan el posible éxito de una empresa. Este éxito vendrá determinado por la capacidad de la empresa que tenga para adaptarse a estos cambios, que sin duda alguna ofrecen innumerables oportunidades a las empresas, pero sin la adaptación necesaria, pueden ser la peor de nuestras pesadillas.

Un adecuado plan de marketing permite anticiparse en muchas ocasiones a estos cambios de manera que estos sean positivos para la sociedad.

3.1. OBJETIVOS DE MARKETING

Una vez conocido el entorno de nuestra empresa, empezaremos por mencionar los objetivos de este plan de marketing para posteriormente, dar paso a las 4 P del Marketing.

Entre los principales objetivos de marketing que se plantea OFF-ROAD PARADISE, los vamos a diferenciar en dos grupos:

- Objetivos cuantitativos.

Como su propio nombre indica, estos objetivos expresan todos aquellos objetivos que se pueden cuantificar, por ejemplo volumen de ventas, porcentajes de fidelización de clientes, beneficios, facturación, etc. Entre estos, nuestra empresa se plantea los siguientes:

- Obtener un 10% de fidelización de clientes durante los primeros 3 ejercicios naturales.
- Obtener un volumen de ventas 140 viajes al año, con un aumento anual de al menos un 40% respecto al ejercicio anterior.
- Alcanzar los 10.000 € de beneficios el segundo año.

- Objetivos cualitativos.

En cuanto a este tipo de objetivos, se trata de todos aquellos que por la dificultad o su elevado coste de cuantificar se expresan de forma cualitativa. Entre estos objetivos la empresa se plantea:

- Introducción de la marca en el mercado, con el objetivo de consolidarse en un plazo de 5 años como líder del sector.
- Aumentar la notoriedad de la marca durante los dos primeros años a través de una fuerte estrategia de comunicación.

3.2. ESTRATEGÍA 4 P

Una vez conocidos los objetivos a conseguir, vamos a centrarnos en el análisis de las estrategias que va a seguir nuestra empresa para la consecución de ellos, a través de las 4 P del marketing.

3.2.1. ESTRATEGIA DE PRODUCTO

En primer lugar y como aspecto más importante, debemos definir detalladamente la estrategia que se va a seguir en cuanto al producto.

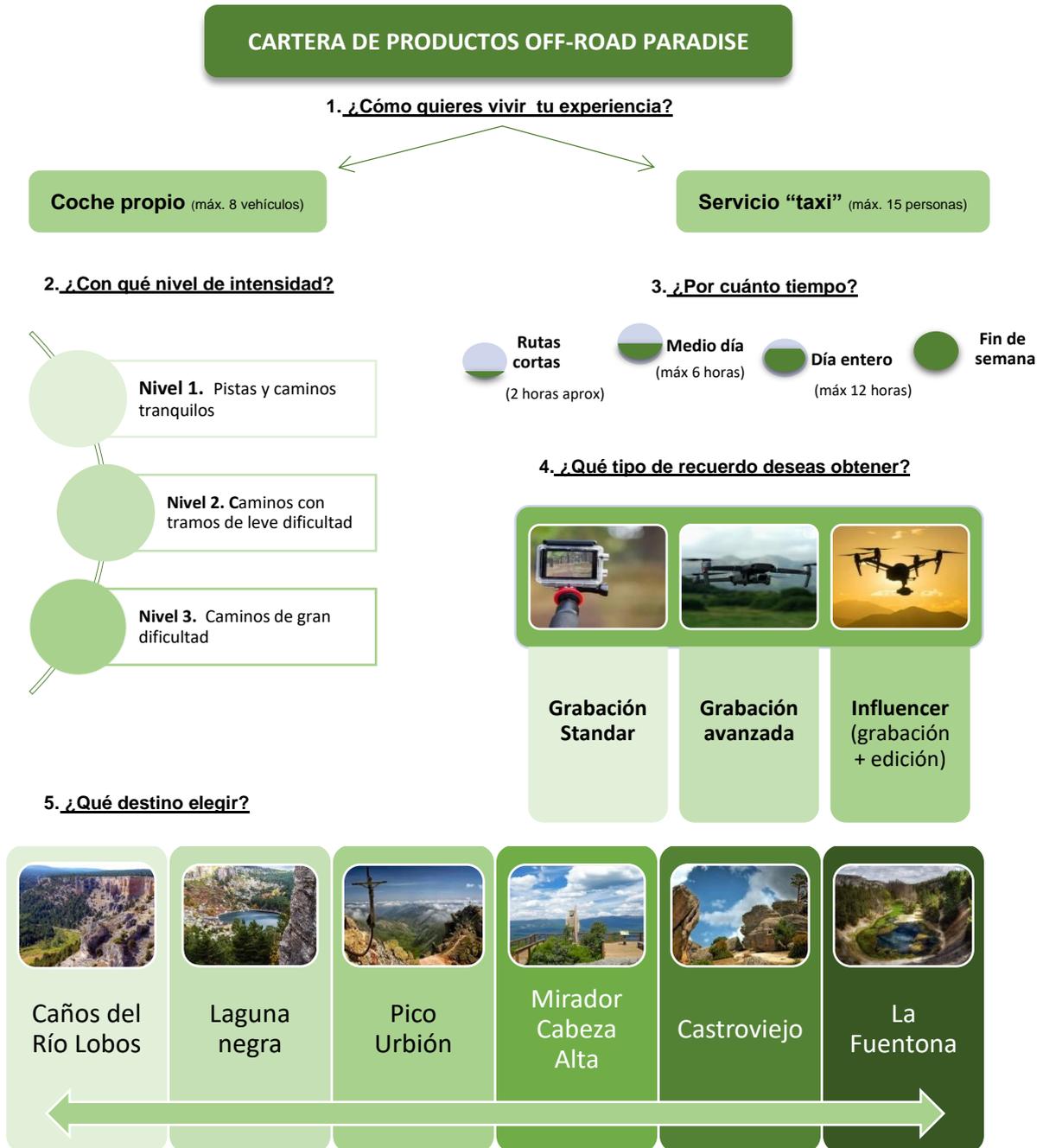
Como hemos mencionado anteriormente, OFF-ROAD PARADISE va a consistir en una empresa dedicada a ofrecer experiencias en vehículos tipo 4x4 y SUV, a través de rutas inmortalizadas con avanzados y variados dispositivos de video y fotografía, recorriendo zonas de claro interés turístico. Como veremos a continuación, encontramos diferentes tipos de rutas y experiencias en función del perfil de cliente al que vaya destinado.

Por lo tanto, en cuanto a las características del producto, podemos decir que nuestra empresa va a ofertar un producto irracional e intangible, a través de una estrategia de marca única. Además de ello esta estrategia va a recurrir a herramientas muy recurrentes en la actualidad como son los WONDERBOX*

y además de ello, también va a cuidar el packaging, ya que a pesar de tratarse de una empresa de servicios, el cliente va a recibir de forma material los videos y recuerdos de esta aventura de forma física.

Pero antes de vamos a diferenciar a través de un esquema que posteriormente analizaremos las opciones que disponemos a la hora de elegir nuestro servicio, o lo que es lo mismo, la cartera de productos de la empresa. Como podemos ver una de las características más importantes es que se trata de un servicio altamente personalizable.

Figura 7. Cartera de productos de OFF-ROAD PARADISE



Fuente: elaboración propia

Por lo tanto, vamos a diferenciar los servicios o las rutas a ofrecer en función de los siguientes factores:

➤ 1. ¿Cómo quieres vivir tu experiencia?

Aquí los clientes pueden elegir entre las dos opciones que se muestran en el esquema:

- **Utilización de vehículo propio.** Esta opción es válida para todo aquel que quiera realizar esta aventura con su propio vehículo, siempre y cuando este se un SUV o un 4x4. En este tipo de servicio el número máximo de vehículos de clientes por excursión es de 7, ya que encontramos una legislación expresa en cuanto a este aspecto, limitándonos a 8 el número de vehículos que pueden circular de forma conjunta por pistas y caminos., siempre previa autorización de las autoridades locales.
- **Servicio taxi.** Esta otra opción sin embargo contempla al resto de población que no disponga de este tipo de vehículo pero quiera igualmente vivir esta experiencia de forma similar a la que se realizaría con un taxi, de ahí el nombre de este servicio.

➤ 2. ¿Con qué nivel de intensidad?

En función del tipo de aventura que se quiera buscar o, en el caso de realización con vehículo propio, en función de las limitaciones que tenga este, podemos elegir entre 3 tipos de rutas diferentes.

- **Nivel 1.** Este nivel es para todos aquellos clientes que busquen una experiencia de 4x4 "light" donde se prime más el entorno y el propio turismo que la propia aventura del paseo. Este nivel transcurre por pistas y caminos sencillos aptos para la totalidad de vehículos SUV y 4x4.
- **Nivel 2.** Este nivel se trata de un peldaño más donde se empieza a transcurrir por caminos más complejos y limitados para algunos SUV con baja altura. Este nivel es ideal para todos aquellos que están iniciándose en el mundo 4x4 y quieren realizar un turismo más activo y aventurero.
- **Nivel 3.** Este último nivel es para todos aquellos que quieren realizar un tipo de turismo mucho más intrépido y lleno de emoción donde ya no solamente el destino a visitar es lo importante, si no que en la llegada hasta él va a ser toda una aventura. Este nivel solo se podrá realizar en la modalidad de servicio "taxi" o el cliente con su propio vehículo cuando conste de una preparación básica en su 4x4 (suspensiones, altura al suelo sea elevada, ruedas de tacos, etc)

➤ 3. ¿Por cuánto tiempo?

En cuanto a la duración OFF-ROAD PARADISE ofrece 4 alternativas a elegir:

- **Rutas cortas.** Esta modalidad se suele dar cuando el cliente solamente quiere ir a un solo destino. Por lo tanto la duración del trayecto dependerá del destino a elegir por parte del cliente que será en torno a 2/3 horas.

- **Rutas de medio día.** Esta modalidad sirve cuando se quiere realizar un conjunto de destinos en una misma ruta (por ejemplo, pico Urbión, laguna negra y punto de nieve de Santa Inés). Esta modalidad puede elegirse de mañana o tarde con una duración máxima de 6 horas. Toda ruta que exceda de ese número de horas tendrá que realizarse como una ruta de día completo
- **Rutas de día completo.** Dentro de esta opción, los clientes disfrutarán durante todo el día de numerosos paisajes a lo largo de toda la provincia con una duración máxima de 12 horas. Además de ello se ofrecen diferentes opciones para comer donde se podrá optar entre comida tipo picnic, o comida en una selección de restaurantes en función de la zona por la que se quiera realizar la ruta.
- **Fin de semana.** Opción a elegir si lo que desea el cliente es conocer al máximo la provincia. Esta modalidad puede ser de 2 a 4 días, con un máximo de 12 horas por día donde se incluyen las mismas opciones de comida que en la modalidad anterior y además se ofrecen al cliente una serie de opciones de alojamiento.

➤ 4. ¿Qué tipo de recuerdo deseas obtener?

Como hemos mencionado anteriormente, además de la ruta en sí, ofrece el servicio de realización de video y de fotografías. Como sabemos que no todos nuestros posibles clientes le dan la misma importancia a este aspecto, nuestra empresa ofrece 3 tipos de servicios a elegir.

- **Grabación estándar.** Este tipo de grabación es una grabación básica donde se incluyen tomas onboard del vehículo, y grabaciones y fotografías de gran calidad en los destinos elegidos.
- **Grabación avanzada.** Tipo de grabación más avanzada donde además de lo anterior se incluye la utilización de drones y dispositivos de mayor calidad.
- **Tipo Influencer.** Grabación minuciosa de todo el trayecto con la utilización de los mejores dispositivos al alcance de la empresa (incluidos drones), donde se graba a los clientes en primeros planos como si se tratara del protagonista de una película. Además de todo ello incluye una edición profesional con los mejores momentos de la experiencia.

Estos archivos, se le entregan al cliente en forma de una tarjeta-USB con el logo y direcciones de las redes sociales de la empresa, cuidando así el packaging.

➤ 5. ¿Qué destino elegir?

Por último, el cliente puede elegir qué es lo que quiere visitar. La empresa dispone más de 40 localizaciones a visitar entre las que podemos encontrar el Moncayo, Pico Urbión, Laguna Negra, la Fuentona, Castroviejo, el Cañón del Río Lobos, etc.

Todos los destinos el cliente los puede observar en la propia página web de la empresa, y además de esto, puede seleccionar varios destinos a visitar y

elegir el tiempo que quiere estar en cada uno de ellos. De ahí el carácter personalizable del servicio de OFF-ROAD PARADISE.

Además de todo lo anterior, la empresa también va a contar con la modalidad de WONDERBOX, ya que se trata de una estrategia que va a fomentar la compra de nuestros servicios a modo de regalo, donde el destinatario del WONDERBOX elija el servicio que más le convenga.

Por lo tanto como estamos diciendo, OFF-ROAD PARADISE, va a llevar a cabo una estrategia de diferenciación basada en la personalización del servicio y la elaboración de videos y fotografías para los clientes, así como de la combinación entre aventura, naturaleza y turismo.

En cuanto a los servicios complementarios, esta empresa ofrecerá diferentes opciones de restauración, alojamientos y actividades complementarias con precios reducidos a los ordinarios, a través de diferentes sinergias con estos tipos de negocios, con el fin de buscar un beneficio recíproco.

3.2.2. ESTRATEGIA DE DISTRIBUCIÓN

Nuestra empresa se va a centrar en una **estrategia multicanal**, ya que va a operar principalmente vía telefónica y online a través de su página web y sus múltiples redes sociales, y por otro lado también vamos a contar con una tienda física, que va a ser la nave de la empresa, localizada en el polígono industrial de Soria. Esto va a facilitar la comunicación con posibles turistas y clientes que se encuentren lejos de la provincia, así como un trato más personal y humano con todos los clientes de la provincia y alrededores que se interesen de nuestros servicios de manera que se quieran acercar de manera física a nuestro punto de venta.

En cuanto al tipo de distribución, se va a recurrir principalmente a un tipo de **distribución directa**, ya que el que hace llegar el producto al consumidor final, es la propia empresa a través de sus redes sociales y de su página web. Sin embargo, esta empresa también va a optar por una **distribución indirecta** recurriendo de esta manera a distintos tipos de agentes e intermediarios, como pueden ser otras agencias de viajes, webs y portales online de turismo (como por ejemplo *RuralZoom*). Además se va a llevar a cabo una **distribución selectiva**, donde la empresa no va a colocar sus productos en los máximos canales de venta posible, si no que el producto se va a colocar en cierto número de puntos de venta, en busca de captar el mayor número de clientes pero solamente dentro de nuestro nicho de mercado.

Además de las anteriores la empresa también va a utilizar una **estrategia híbrida**, donde se mezclan tanto aspectos de *pull* como *push*, ya que la empresa la marca por un lado pretende llegar al consumidor haciendo foco en los intermediarios, y por el otro lado, pretende dirigirse directamente al consumidor con la finalidad de atraerlo hacia la marca.

3.2.3. ESTRATEGIA DE PRECIO

A la hora de fijar el precio de nuestros servicios, la empresa va a guiarse en función de diferentes factores como son, el coste del servicio, el precio de los competidores, y la duración del servicio entre otros.

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

Dada la cartera de productos que tiene la empresa, vamos a representar la política de precios de la empresa en el siguiente cuadro, en función de las características de cada aventura, y utilizando como referencia los precios de la competencia, sin embargo, al tratarse de un servicio diferenciado, vamos a seguir una estrategia precio decisoria, con el fin de conseguir el máximo beneficio y además con ellos, atraer y fidelizar a nuestros clientes.

Figura 8. Lista de precios

TIPO DE RUTA		PRECIO	
		Temporada Baja (resto del año)	Temporada Alta (Julio, agosto y septiembre)
Rutas cortas	Servicio "Taxi"	30 € (adultos > 12 años) 12 € (4 – 12 años)	45 € (adultos) 18 € (niños)
	Coche Propio	15 € (adultos) 6 € (niños)	23 € (adultos) 9 € (niños)
Medio día	Servicio "Taxi"	60 € (adultos) 24 € (niños)	84 € (adultos) 34 € (niños)
	Coche Propio	30 € (adultos) 12 € (niños)	42 € (adultos) 17 € (niños)
Día entero	Servicio "Taxi"	100 € (adultos) 40 € (niños)	130 € (adultos) 52 € (niños)
	Coche Propio	50 € (adultos) 20 € (niños)	65 € (adultos) 26 € (niños)
Fin de semana	Servicio "Taxi"	170 € (adultos) 68 € (niños)	213 € (adultos) 85 € (niños)
	Coche Propio	70 € (adultos) 28 € (niños)	88 € (adultos) 35 € (niños)

SUPLEMENTO POR TIPO DE GRABACIÓN		
Grabación Estándar	Grabación Avanzada	Grabación Influencer
Incluido en el precio	+ 10€	+ 30€

Fuente: elaboración propia

Todos los precios incluidos en el cuadro anterior son por persona. Para los niños menores de 3 años el servicio es gratuito, (los padres deberán traer la silla en caso de recurrir al servicio "taxi").

Estos precios sirven como referencia para los clientes según el tiempo que quieren dedicar a la ruta, ya que como hemos dicho anteriormente, el cliente puede personalizar completamente la ruta que quiere realizar eligiendo los destinos que se le ofrecen. Además, la empresa también cuenta con

determinados descuentos a aplicar sobre esta lista inicial. Los descuentos a aplicar pueden ser los siguientes:

- Carnet joven. Este tipo de documento te proporciona un 10% de descuento.
- Carnet de socio. Este tipo de documento te proporciona un 20%.
- Precios paquete.
- Descuentos jubilados. Para este grupo de personas también encontramos un 20% de descuento.

3.2.4. ESTRATEGÍA DE COMUNICACIÓN

OFF-ROAD PARADISE para llevar a cabo su estrategia de comunicación va a recurrir tanto a la vía Online como a la vía Offline.

En primer lugar vamos a hablar de la comunicación que se va a utilizar de manera telemática, es decir, Online. Dentro de un mundo tan digitalizado como es el actual, considero imprescindible realizar este tipo de comunicación ya que además de ello es la más barata en relación alcance-coste. Un ejemplo perfecto de esto son las redes sociales, ya que se trata de herramientas donde un correcto manejo de ellas puede convertirse en una de las mejores herramientas de marketing posible a un precio muy reducido. De hecho, la idea de negocio precisamente está basada en esto que estamos hablando, la sociedad tan digitalizada y globalizada en la que vivimos, donde lo primero que hacemos cuando estamos en un paisaje precioso, es sacar nuestro teléfono móvil o nuestra cámara de fotos, para inmortalizar este momento y posteriormente enseñárselo o enviárselo a todos nuestros amigos y conocidos.

Es aquí donde se da el famoso término conocido como el “boca a boca”. Si se consigue hacer una experiencia que llegue al cliente, el mismo va a ser nuestra mayor herramienta de marketing, y lo que estamos consiguiendo a la hora de ofrecer nuestro servicio con todo nuestros sistemas de grabación, es provocar al cliente y facilitarle el hecho de enseñar y de presumir de vacaciones con videos, fotografías y tomas de dron que perfectamente podrían encontrarse en un anuncio de televisión, consiguiendo así la fidelización de nuestro cliente.

Además de ello, todo este contenido nos es útil para subirlo a nuestras redes sociales y así llegar a la máxima población posible. Si a esto le sumamos otro tipo de herramientas de comunicación tradicionales como pueden ser cuñas de radio, anuncios en el periódico o en la televisión e incluso rotulaciones en los autobuses de vía urbana, obtendremos la comunicación y promoción deseada por la empresa.

Mencionar también que OFF-ROAD PARADISE tendrá una página web muy cuidada donde se podrá encontrar toda la información acerca de horarios, precios, rutas disponibles, así como videos de las rutas realizadas y a través de la cual se podrán realizar las contrataciones de los servicios.

También considero oportuno promocionar esta empresa en casas rurales y campamentos del entorno, ya que el perfil de usuarios de estos establecimientos suelen coincidir con las características de los practicantes de turismo activo. Por lo tanto este tipo de establecimientos también vas a ser idóneos para buscar sinergias donde se pueda lograr un beneficio recíproco.

4. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO.

Antes de comenzar, debemos mencionar, dado que no disponemos de datos exactos acerca de la demanda de estos tipos de servicios, y tampoco se ha podido realizar un análisis del mercado lo suficientemente detallado como para tener datos relevantes debido al notable coste que ello conllevaría, vamos a realizar una serie de escenarios en función de tasas de ocupación de nuestros servicios. Vamos a plantear 3 tipos de escenarios, con la finalidad de comprobar que la empresa puede llegar a ser rentable en la mayoría de los escenarios posibles.

El primero de ellos va a consistir en un **escenario conservador**. Se entiende con esto que se trata de un escenario bajista o de mínimos. Se trata de un escenario de baja probabilidad de consecución, pero lo realizamos con el fin de observar a rentabilidad que encontraríamos con esta situación.

El segundo de ellos se trata de un **escenario neutro u objetivo**. Este tipo de escenario es el que creemos que va a ser el más próximo a la realidad.

En último lugar encontramos un **escenario optimista**. Este último escenario consiste en la cara opuesta al primero de ellos, de baja probabilidad de realización y altos objetivos.

4.1. PLAN DE INVERIONES

En primer lugar, lo que vamos a hacer es elaborar la serie de inversiones necesarias para llevar a cabo la actividad, así como las que hay que realizar en los años siguientes según las necesidades de la empresa. Cada uno de estos escenarios va a partir desde una misma inversión inicial pero cada uno, en función de la demanda va a ir realizando las inversiones necesarias con el fin de ajustarse a ella. En este documento vamos a mostrar las tablas de uno de los tres escenarios (escenario realista), encontrando las tablas correspondientes a los otros dos escenarios en el Anexo 2.

Figura 9. Resumen de inversiones

INVERSIONES					
Tipo de inversiones	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Instalaciones	7.600,00 €	- €	- €	- €	- €
Fianza (2 meses alq)	1.100,00 €	- €	- €	- €	- €
Acondicionamiento interno	3.000,00 €	- €	- €	- €	- €
Mobiliario y decoración	1.500,00 €	- €	- €	- €	- €
Acondicionamiento externo	2.000,00 €	- €	- €	- €	- €
Equipamiento	36.939,00 €	- €	16.195,00 €	19.699,00 €	- €
2 vehículos usados (1 aportado por el promotor)	30.000,00 €	- €	15.000,00 €	15.000,00 €	- €
Preparación Off Road de los vehículo	2.500,00 €	- €	- €	2.500,00 €	- €
Limpiadora a presión Katcher	750,00 €	- €	- €	- €	- €
DJI Phantom 4 Pro V2	1.699,00 €	- €	- €	1.699,00 €	- €
Gopro 8Hero Black Edition	590,00 €	- €	295,00 €	- €	- €
Gopro Max	400,00 €	- €	400,00 €	- €	- €
Otros (neveras, botiquines, prismáticos, etc)	1.000,00 €	- €	500,00 €	500,00 €	- €
Equipos y sistemas informáticos	3.981,00 €	- €	- €	- €	- €
Equipo HP + Impresora	2.024,00 €	- €	- €	- €	- €
Aplicaciones Informáticas	1.957,00 €	- €	- €	- €	- €
Gastos de Constitución y puesta en marcha	3.500,00 €	- €	- €	- €	- €
Fondo de Maniobra	17.080,00 €	- €	- €	- €	- €
TOTAL	69.100,00 €	- €	16.195,00 €	19.699,00 €	- €

Fuente: elaboración propia

Como podemos observar se realiza una inversión inicial de 69.100€ (común para todos los escenarios), y dadas la previsión de ventas, se realizan

otras inversiones en el segundo y tercer año. En cuanto al fondo de maniobra se ha calculado una estimación de la suma de gastos mensuales que puede tener la empresa, de manera que esta cuantía vaya destinada a financiar la empresa durante los primeros meses.

4.2. PLAN DE FINANCIACIÓN

La estructura de financiación de la empresa se va a diferenciar entre recursos propios, y financiación externa. En el primer tipo de financiación vamos a encontrar:

- Aportación dineraria por parte del promotor de 20.000€.
- En segundo lugar encontramos la aportación no dineraria de un vehículo todoterreno Land Cruiser, valorado en 15.000€.

Por otro lado encontramos la financiación externa. Esta va a constar en primer lugar de un préstamo dinerario y por otro lado un leasing para la financiación de 1 de los vehículos que va a utilizar la empresa:

- Préstamo bancario de 20.000€
- Leasing de 15.000€

Figura 10. Cuadro financiación inicial

CONCEPTO	IMPORTE EN €
Recursos propios	35.000,00 €
Vehículo aportado	15.000,00 €
Aportación dineraria	20.000,00 €
Recursos Ajenos	35.000,00 €
Leasing vehículo	15.000,00 €
Prestamo bancario	20.000,00 €
TOTAL FINANCIACIÓN	70.000,00 €

Fuente: elaboración propia

El cuadro del leasing del vehículo, como del préstamo bancario lo podemos observar en el Anexo 2. Cada vehículo que adquiera la empresa lo va a realizar a través de este tipo de financiación (leasing) al menos durante los 5 primeros años de actividad.

4.3. PREVISIÓN DE VENTAS Y COSTES

Una vez tenido en cuenta tanto la inversión como la financiación necesaria para nuestra empresa, vamos a proceder con el cálculo de las ventas que prevemos tener, así como de los costes aproximados.

Como hemos mencionado anteriormente, vamos a crear tres escenarios diferentes donde en cada uno vamos de ellos vamos a estimar el número de viajes que se van a realizar de manera anual.

La empresa va a operar durante todos los fines de semana al año, en los meses de julio, Agosto y Septiembre (temporada alta) durante todos los días de la semana, y por último también va a operar entre semana durante el resto del año, pero solamente a demanda de consumidor. Por lo tanto haciendo esta suma de días vamos a estipular que la empresa va a trabajar una media de 214 días al año.

Además debemos considerar la capacidad de viajes tanto máxima como mínima que puede tener la empresa por cada día que esta es de **0 personas**

como mínimo y de 3 como máximo, por cada vehículo que disponga la empresa.

Por lo tanto sobre esto vamos a establecer nuestros posibles escenarios, considerando que el 25% de las rutas van a ser en modalidad de rutas cortas, 45% rutas de medio día, 25% rutas de día completo y el 5% van a ser rutas de fin de semana, considerando además que en cada ruta el número medio de clientes van a ser de **5 clientes por coche**, ya que incluimos desde parejas y pequeñas familias, hasta grupos de más de 10 personas que vengan con sus propios vehículos. Por lo tanto los viajes que vamos a estipular en cada escenario son:

Figura 11. Previsión de viajes

VIAJES A REALIZAR (CONSERVADOR)			
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
110	165	205	250
VIAJES A REALIZAR (OBJETIVO)			
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
140	205	260	320
VIAJES A REALIZAR (OPTIMISTA)			
AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
160	250	320	400

Fuente: elaboración propia

Una vez estipulados el número de viajes que calculamos tener en cada uno de los escenarios, vamos a proceder con el cálculo de las ventas, teniendo en cuenta los diferentes precios según los servicios, la temporada, la edad del cliente. Para ello hemos realizado una distribución de manera que ambas temporadas sean un 50% de las ventas, el "Servicio Taxi" sea un 75% de las ventas y el Coche Propio un 25%, el porcentaje de adultos sea de un 87% (11% niños entre 4 y 14 años, y un 2% menores de 4 años).

Teniendo en cuenta todo lo anterior, el cuadro de ventas que obtenemos más el suplemento por la grabación es el siguiente:

Figura 12. Previsión de ventas escenario objetivo

TIPO DE RUTA		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
		T. BAJA	T. ALTA						
Rutas Cortas	Servicio "Taxi"	1.712,81 €	2.569,22 €	2.508,05 €	3.762,07 €	3.180,94 €	4.771,41 €	3.915,00 €	5.872,50 €
		86,63 €	129,94 €	126,84 €	190,27 €	160,88 €	241,31 €	198,00 €	297,00 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Rutas de Medio día	Servicio "Taxi"	6.166,13 €	8.632,58 €	9.028,97 €	7.022,53 €	11.451,38 €	16.031,93 €	14.094,00 €	19.731,60 €
		311,85 €	441,79 €	456,64 €	646,90 €	579,15 €	820,46 €	712,80 €	1.009,80 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Rutas de Día entero	Servicio "Taxi"	1.027,69 €	1.438,76 €	1.504,83 €	2.106,76 €	1.908,56 €	2.671,99 €	2.349,00 €	3.288,60 €
		51,98 €	73,63 €	76,11 €	107,82 €	96,53 €	136,74 €	118,80 €	168,30 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Rutas de Fin de Semana	Servicio "Taxi"	5.709,38 €	7.422,19 €	8.360,16 €	10.868,20 €	10.603,13 €	13.784,06 €	13.050,00 €	16.965,00 €
		288,75 €	375,38 €	422,81 €	549,66 €	536,25 €	697,13 €	660,00 €	858,00 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Rutas de Fin de Semana	Servicio "Taxi"	951,56 €	1.237,03 €	1.393,36 €	1.811,37 €	1.767,19 €	2.297,34 €	2.175,00 €	2.827,50 €
		48,13 €	112,61 €	70,47 €	91,61 €	89,38 €	116,19 €	110,00 €	143,00 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Rutas de Fin de Semana	Servicio "Taxi"	1.941,19 €	2.432,19 €	2.842,45 €	3.561,43 €	3.605,06 €	4.516,93 €	4.437,00 €	1.696,50 €
		98,18 €	122,72 €	143,76 €	179,70 €	182,33 €	227,91 €	224,40 €	280,50 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Rutas de Fin de Semana	Servicio "Taxi"	266,44 €	334,95 €	390,14 €	490,46 €	494,81 €	622,05 €	609,00 €	765,60 €
		13,48 €	16,84 €	19,73 €	24,66 €	25,03 €	31,28 €	30,80 €	38,50 €
		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
TOTAL		18.974,07 €	25.799,20 €	27.783,46 €	32.086,09 €	35.237,56 €	47.819,85 €	43.369,30 €	54.992,40 €
		44.773,27 €		59.869,55 €		83.057,41 €		98.361,70 €	

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

SUPLEMENTO POR GRABACIÓN				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
G. Estandar (55%)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
G. Avanzada (35%)	2.450,00 €	3.587,50 €	4.550,00 €	5.600,00 €
G. Influencer (10%)	2.100,00 €	3.075,00 €	3.900,00 €	4.800,00 €
TOTAL	4.550,00 €	6.662,50 €	8.450,00 €	10.400,00 €
VENTAS TOTALES				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Total Ventas	44.773,27 €	59.869,55 €	83.057,41 €	98.361,70 €
Suplemento Grabación	4.550,00 €	6.662,50 €	8.450,00 €	10.400,00 €
Descuentos (7%)	-3.452,63 €	-4.657,24 €	-6.405,52 €	-7.613,32 €
TOTAL	45.870,64 €	61.874,80 €	85.101,89 €	101.148,38 €

Fuente: elaboración propia

Los posibles suplementos por los diferentes tipos de grabación que escojan nuestros clientes los cuales prevemos que sean de un 55% la grabación estándar, es decir sin suplemento, un 35% la grabación avanzada y un 10% la grabación Influencer. Además de estos suplementos vemos también como hemos realizado una minoración de un 7% ya que consideramos que es la media de descuentos que van a obtener nuestros clientes debido a los diferentes descuentos que ofrece la empresa.

Una vez tenemos la previsión de ventas, vamos a proceder con la estimación de los gastos anuales de la empresa. Vamos a diferenciar entre los **gastos fijos** que va a tener la empresa como alquiler del local, amortización del leasing, amortizaciones, seguros de los vehículos y seguros de responsabilidad civil, gastos de gestión, luz y agua del local, etc. Y por otro lado encontraremos los gastos variables como el consumo de combustible, gasto de personal (ya que las contrataciones se realizaran en función de la demanda), etc.

Figura 13. Previsión total de gastos escenario objetivo

COSTES					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
COSTES FIJOS	- €	47.906,57 €	48.406,57 €	53.563,55 €	58.118,05 €
Alquiler		6.600,00 €	6.600,00 €	6.600,00 €	6.600,00 €
Gastos generales		1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Seguros		3.250,00 €	3.750,00 €	5.100,00 €	6.250,00 €
Reparaciones/ mantenimiento		500,00 €	500,00 €	1.000,00 €	1.500,00 €
Amortizaciones		6.656,57 €	6.656,57 €	9.963,55 €	12.868,05 €
Otros costes fijos		600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €
Personal Fijo		28.800,00 €	28.800,00 €	28.800,00 €	28.800,00 €
COSTES VARIABLES	- €	6.260,43 €	11.502,77 €	17.569,37 €	24.223,84 €
Personal Variable		2.100,00 €	5.500,00 €	9.800,00 €	14.500,00 €
Combustible		3.860,43 €	5.652,77 €	7.169,37 €	8.823,84 €
Otros costes var		300,00 €	350,00 €	600,00 €	900,00 €
TOTAL	- €	54.167,00 €	59.909,34 €	71.132,92 €	82.341,89 €

Fuente: elaboración propia

Como podemos observar estos gastos van aumentando en función de la demanda. También lo hacen de alguna manera los fijos, debido al aumento de las inversiones de la empresa, hecho que hace que aspectos como los seguros o el mantenimiento incrementen.

4.4. PYG Y BALANCE DE SITUACIÓN

En este apartado vamos a reflejar las cuentas anuales más representativas como son la cuenta de pérdidas y ganancias y el balance de

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

situación. Al igual que en los apartados anteriores, vamos a mostrar las cuentas de uno de los escenarios, y los otros dos los encontraremos en el Anexo 2.

Figura 14. Balance de situación escenario objetivo

ACTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
A) ACTIVO NO CORRIENTE	48.520,00	43.163,58	51.401,86	61.137,31	48.269,26
I. Inmovilizado Intangible	1.957,00	1.624,31	1.291,62	958,93	626,24
1. Fondo de Comercio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Resto inmovilizado intangible	1.957,00	1.624,31	1.291,62	958,93	626,24
II. Inmovilizado material	45.463,00	39.139,12	49.010,24	59.078,38	46.543,02
III. Inversiones Inmobiliarias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas I/	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Inversiones financieras a largo plazo	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
1. Instrumentos de patrimonio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Resto inversiones financieras I/p	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
VI. Activos por impuesto diferido	0,00	1.300,15	0,00	0,00	0,00
VII. Deudores comerciales no corrientes	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
B) ACTIVO CORRIENTE	17.980,00	12.766,55	17.958,70	28.654,73	48.666,94
I. Existencias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Inversiones en empresas del grupo y asociadas c/	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Inversiones financieras a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VI. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	17.980,00	12.766,55	17.958,70	28.654,73	48.666,94
TOTAL ACTIVO (A+B)	66.500,00	55.930,13	69.360,56	89.792,04	96.936,20
PATRIMONIO NETO Y PASIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
A) PATRIMONIO NETO	31.500,00	27.599,54	32.860,71	48.154,84	68.262,75
A-1) Fondos propios	31.500,00	27.599,54	32.860,71	48.154,84	68.262,75
I. Capital	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
1. Capital escriturado	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
2. (Capital no exigido)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Prima de emisión	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Reservas⁽¹⁾	-3.500,00	-3.500,00	-3.500,00	-2.139,29	13.154,84
IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propia)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Resultados de ejercicios anteriores	0,00	0,00	-3.900,46	0,00	0,00
VI. Otras aportaciones de socios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VII. Resultado del ejercicio	0,00	-3.900,46	5.261,16	15.294,14	20.107,91
VIII. (Dividendo a cuenta)	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
A-2) Subvenciones, donaciones y legados recibidos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
B) PASIVO NO CORRIENTE	28.330,59	21.499,85	26.637,19	28.673,45	15.404,52
I. Provisiones a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Deudas a largo plazo	28.330,59	21.499,85	26.637,19	28.673,45	15.404,52
1. Deudas con entidades de crédito	16.197,26	12.298,35	8.300,84	4.202,24	0,00
2. Acreedores por arrendamiento financiero	12.133,34	9.201,50	18.336,35	24.471,20	15.404,52
3. Otras deudas a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas I/p	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Pasivos por impuesto diferido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a largo plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
C) PASIVO CORRIENTE	6.669,41	6.830,74	9.862,66	12.963,75	13.268,93
I. Provisiones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Deudas a corto plazo	6.669,41	6.830,74	9.862,66	12.963,75	13.268,93
1. Deudas con entidades de crédito	3.802,74	3.898,91	3.997,51	4.098,60	4.202,24
2. Acreedores por arrendamiento financiero	2.866,66	2.931,83	5.865,15	8.865,15	9.066,68
3. Otras deudas a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas c/p	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	66.500,00	55.930,13	69.360,56	89.792,04	96.936,20

Fuente: elaboración propia

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

El análisis de los balances lo realizaremos en el apartado siguiente, donde realizaremos un pequeño informe financiero con diferentes ratios a analizar.

En el siguiente cuadro vamos a mostrar la cuenta de pérdidas y ganancias correspondiente a este mismo escenario (escenario objetivo).

Figura 15. Cuenta de pérdidas y ganancias escenario objetivo

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
1. Importe neto de la cifra de negocios	0,00	45.870,64	61.874,80	85.101,89	101.148,38
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
4. Aprovisionamientos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
5. Otros ingresos de explotación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
6. Gastos de personal	0,00	-30.900,00	-34.300,00	-38.600,00	-43.300,00
Sueños, salarios y asimilados	0,00	-23.769,23	-26.384,62	-29.692,31	-33.307,69
Indemnizaciones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Seguridad Social a cargo de la empresa	0,00	-7.130,77	-7.915,38	-8.907,69	-9.992,31
Otros gastos sociales	0,00	0,00	0,00		
7. Otros gastos de explotación	0,00	-12.750,00	-13.300,00	-15.400,00	-17.350,00
8. Amortización del inmovilizado	0,00	-6.656,57	-6.656,57	-9.963,55	-12.868,05
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
10. Excesos de provisiones	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
11. Deterioro y resultado por enajenaciones de inmoviliza	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
12. Otros resultados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	0,00	-4.435,93	7.618,23	21.138,34	27.630,33
13. Ingresos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14. Deudas a largo plazo	0,00	-764,68	-603,35	-746,16	-819,79
Por deudas con empresas del grupo y asociadas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Por deudas con terceros	0,00	-764,68	-603,35	-746,16	-819,79
15. Variación del valor razonable en inst.financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
16. Diferencias de cambio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de inst.finc.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
18. Otros ingresos y gastos de carácter financiero		0,00	0,00	0,00	0,00
B) RESULTADO FINANCIERO	0,00	-764,68	-603,35	-746,16	-819,79
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	0,00	-5.200,61	7.014,89	20.392,18	26.810,54
18. Impuestos sobre beneficios	0,00	1.300,15	-1.753,72	-5.098,05	-6.702,64
D) RESULTADO DEL EJERCICIO	0,00	-3.900,46	5.261,16	15.294,14	20.107,91

Fuente: elaboración propia

De manera breve, ya que a continuación analizaremos estos resultados detenidamente, observamos como en el primer ejercicio nos encontramos perdidas, hecho que no tiene por qué alarmarnos ya que durante el primer ejercicio es algo común en las empresas emprendedoras y más cuando se trata de servicios o productos novedosos.

4.5. INFORME FINANCIERO

En este último apartado vamos a analizar detalladamente las cuentas anuales realizadas en el punto anterior, de forma que vamos a analizar la rentabilidad del proyecto entre otros aspectos para determinar la viabilidad o no de la idea de negocio concebida.

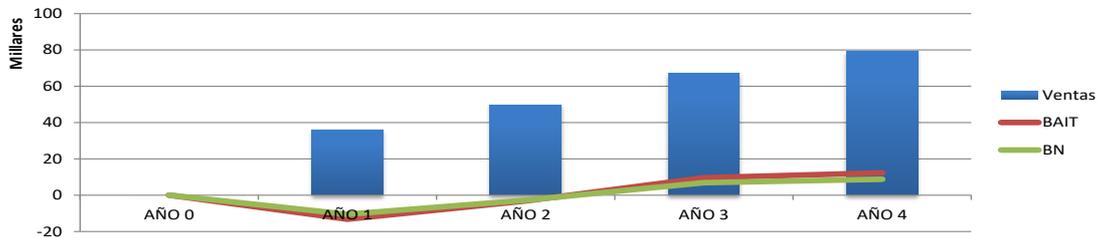
Para la realización de este análisis vamos a recurrir a diferentes ratios agrupados en tres grupos como son; **ratios rentabilidad**, que son los cuales van a determinar si el proyecto es viable o no, **ratios de solvencia**, aquellos que a través de las cuentas anuales nos van a decir si la empresa puede hacer

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

frente a sus gastos o no, **ratios de estructura**, son aquellos que nos van a indicar aspectos concretos respecto al endeudamiento de la empresa y la capacidad de asimilación de esta, y por ultimo **ratios de rotación**. Estos últimos no nos van a ser muy relevantes ya que nuestra empresa no se dedica a la compra y venta de materiales, por lo tanto el único ratio aquí relevante es la rotación del activo.

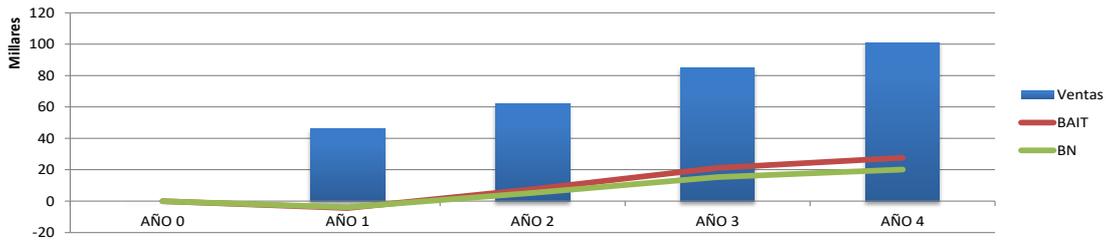
Figura 16. Ratios de los tres escenarios

COMENTARIOS	ESCENARIO CONSERVADOR	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	Grafica	
RATIOS DE RENTABILIDAD								
Beneficio bruto de explotación calculado antes de la deducibilidad de los gastos financieros.	I EBITDA	$\frac{\text{Ingresos} - \text{costes} + \text{depreciación y amort}}{\text{Activo total}} \times 100$	€ 47,79	€ 10.158,24	€ 23.863,12	€ 32.240,22		
Capacidad de la empresa para generar beneficio por cada unidad monetaria invertida en su activo	II Rentabilidad económica	$\frac{\text{BAIT}}{\text{Activo total}} \times 100$	0,00%	-27,18%	-8,06%	17,66%	23,33%	
Mide la capacidad de la empresa para remunerar a los capitales propios.	III Rentabilidad financiera	$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Recursos propios}} \times 100$	0,00%	-51,39%	-15,96%	27,87%	26,43%	
Beneficio despues de intereses e impuestos obtenido por cada unidad monetaria vendida	IV Rentabilidad comercial	$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas}} \times 100$	0,00%	-29,20%	-5,66%	10,17%	11,13%	
Beneficio antes de intereses e impuestos obtenido por cada unidad monetaria vendida.	V Margen sobre ventas	$\frac{\text{BAIT}}{\text{Ventas}} \times 100$	0,00%	-36,81%	-6,33%	14,21%	15,57%	
RATIOS DE SOLVENCIA								
Capacidad de la empresa con sus bienes para hacer frente a su pasivo exigible	I Solvencia a largo plazo	$\frac{\text{Activo total}}{\text{pasivo total}}$	1,89	1,72	1,82	1,83	2,71	
Nº de veces que si se convierte en líquido el activo circulante se podría hacer frente al pasivo exigible a c/p. Ha de ser >1	II Liquidez General	$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{pasivo corriente}}$	2,62	0,50	-0,41	0,34	1,39	
Relacion entre los activos disponibles líquidos y realizables, con los recursos ajenos a c/p.	III Prueba Ácida	$\frac{\text{Disponibles+Realizable}}{\text{pasivo corriente}}$	2,62	0,50	-0,41	0,34	1,39	
En que medida se puede hacer frente al exigible a c/p con el disponible. No debe ser excesivo.	IV Disponibilidad Inmediata	$\frac{\text{Disponible}}{\text{pasivo corriente}}$	2,62	0,50	-0,41	0,34	1,39	
RATIOS DE ESTRUCTURA								
Proporción entre recursos ajenos y propios	I Endeudamiento	$\frac{\text{Fondos ajenos}}{\text{Fondos propios}}$	1,13	1,38	1,22	1,21	0,59	
Composición del endeudamiento, distinguiendo el exigible a largo plazo, del exigible a corto plazo	II Estructura de endeudamiento	$\frac{\text{Exigible a l/p}}{\text{Exigible a c/p}}$	4,25	3,15	2,07	1,94	0,90	
Capacidad de la empresa para enfrentarse a sus compromisos financieros	III Cobertura de intereses	$\frac{\text{BAIT}}{\text{Intereses}}$	0,00	-17,35	-5,23	21,77	21,33	
RATIOS DE ROTACION								
Numero de unidades monetarias obtenidas por la venta en relacion a cada unidad monetaria invertida	I Rotación del Activo	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$	0,00	0,74	1,27	1,24	1,50	

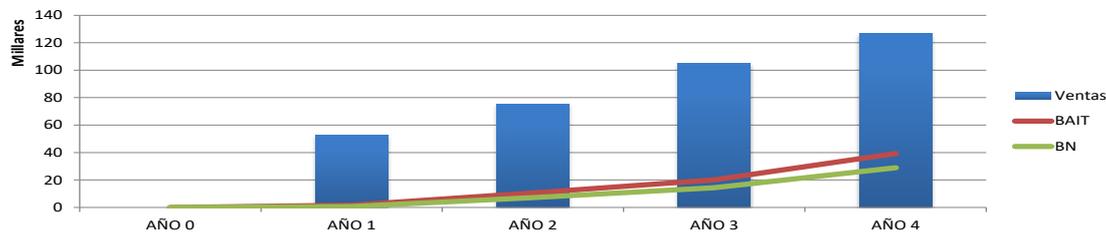


COMENTARIOS	ESCENARIO OBJETIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	Grafica	
RATIOS DE RENTABILIDAD								
Beneficio bruto de explotación calculado antes de la deducibilidad de los gastos financieros.	I EBITDA	$\frac{\text{Ingresos} - \text{costes} + \text{depreciación y amort}}{\text{Activo total}} \times 100$	€ 8.877,21	€ 20.931,37	€ 41.065,44	€ 53.366,43		
Capacidad de la empresa para generar beneficio por cada unidad monetaria invertida en su activo	II Rentabilidad económica	$\frac{\text{BAIT}}{\text{Activo total}} \times 100$	0,00%	-8,00%	11,06%	23,67%	28,65%	
Mide la capacidad de la empresa para remunerar a los capitales propios.	III Rentabilidad financiera	$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Recursos propios}} \times 100$	0,00%	-14,39%	16,26%	32,09%	29,67%	
Beneficio despues de intereses e impuestos obtenido por cada unidad monetaria vendida	IV Rentabilidad comercial	$\frac{\text{Beneficio neto}}{\text{Ventas}} \times 100$	0,00%	-8,50%	8,50%	17,97%	19,88%	
Beneficio antes de intereses e impuestos obtenido por cada unidad monetaria vendida.	V Margen sobre ventas	$\frac{\text{BAIT}}{\text{Ventas}} \times 100$	0,00%	-9,67%	12,31%	24,84%	27,32%	
RATIOS DE SOLVENCIA								
Capacidad de la empresa con sus bienes para hacer frente a su pasivo exigible	I Solvencia a largo plazo	$\frac{\text{Activo total}}{\text{pasivo total}}$	1,89	1,96	1,89	2,14	3,36	
Nº de veces que si se convierte en líquido el activo circulante se podría hacer frente al pasivo exigible a c/p. Ha de ser >1	II Liquidez General	$\frac{\text{Activo Circulante}}{\text{pasivo corriente}}$	2,62	1,80	1,77	2,17	3,63	
Relacion entre los activos disponibles líquidos y realizables, con los recursos ajenos a c/p.	III Prueba Ácida	$\frac{\text{Disponibles+Realizable}}{\text{pasivo corriente}}$	2,62	1,80	1,77	2,17	3,63	
En que medida se puede hacer frente al exigible a c/p con el disponible. No debe ser excesivo.	IV Disponibilidad Inmediata	$\frac{\text{Disponible}}{\text{pasivo corriente}}$	2,62	1,80	1,77	2,17	3,63	
RATIOS DE ESTRUCTURA								
Proporción entre recursos ajenos y propios	I Endeudamiento	$\frac{\text{Fondos ajenos}}{\text{Fondos propios}}$	1,13	1,05	1,13	0,87	0,42	
Composición del endeudamiento, distinguiendo el exigible a largo plazo, del exigible a corto plazo	II Estructura de endeudamiento	$\frac{\text{Exigible a l/p}}{\text{Exigible a c/p}}$	4,25	3,15	2,70	2,21	1,16	
Capacidad de la empresa para enfrentarse a sus compromisos financieros	III Cobertura de intereses	$\frac{\text{BAIT}}{\text{Intereses}}$	0,00	-5,80	12,63	28,33	33,70	
RATIOS DE ROTACION								
Numero de unidades monetarias obtenidas por la venta en relacion a cada unidad monetaria invertida	I Rotación del Activo	$\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$	0,00	0,83	0,90	0,95	1,05	

Plan de Empresa de Off-Road Paradise



COMENTARIOS	ESCENARIO OPTIMISTA	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	Grafica	
RATIOS DE RENTABILIDAD								
Beneficio bruto de explotación calculado antes de la deducibilidad de los gastos financieros.	I EBITDA	<i>Ingresos – costes + depreciación y amort-</i>	€ 14.930,16 €	29.881,80 €	45.904,49 €	65.099,18 €		
Capacidad de la empresa para generar beneficio por cada unidad monetaria invertida en su activo.	I Rentabilidad económica	$\frac{BAIT}{Activo\ total} \times 100$	0,00%	2,16%	12,04%	22,56%		
Mide la capacidad de la empresa para remunerar a los capitales propios.	II Rentabilidad financiera	$\frac{Recursos\ propios}{Beneficio\ neto} \times 100$	0,00%	2,02%	18,57%	26,92%		
Beneficio despues de intereses e impuestos obtenido por cada unidad monetaria vendida.	III Rentabilidad comercial	$\frac{Beneficio\ neto}{Ventas} \times 100$	0,00%	1,22%	9,56%	13,67%		
Beneficio antes de intereses e impuestos obtenido por cada unidad monetaria vendida.	IV Margen sobre ventas	$\frac{BAIT}{Ventas} \times 100$	0,00%	3,08%	13,96%	19,17%		
RATIOS DE SOLVENCIA								
Capacidad de la empresa con sus bienes para hacer frente a su pasivo exigible.	I Solvencia a largo plazo	$\frac{Activo\ total}{pasivo\ total}$	1,89	1,73	1,80	2,48	4,61	
Nº de veces que si se convierte en liquido el activo circulante se podría hacer frente al pasivo exigible a c/p. Ha de ser > 1.	II Liquidez General	$\frac{Activo\ circulante}{pasivo\ corriente}$	2,62	1,49	1,30	2,37	4,46	
Relacion entre los activos disponibles liquidos y realizables, con los recursos ajenos a c/p.	III Prueba Ácida	$\frac{Disponibles\ realizable}{pasivo\ corriente}$	2,62	1,49	1,30	2,37	4,46	
En que medida se puede hacer frente al exigible a c/p con el disponible. No debe ser excesivo.	IV Disponibilidad Inmediata	$\frac{Disponible}{pasivo\ corriente}$	2,62	1,49	1,30	2,37	4,46	
RATIOS DE ESTRUCTURA								
Proporcion entre recursos ajenos y propios.	I Endeudamiento	$\frac{Fondos\ ajenos}{Fondos\ propios}$	1,13	1,37	1,25	0,67	0,28	
Composicion del endeudamiento, distinguiendo el exigible a largo plazo, del exigible a corto plazo.	II Estructura de endeudamiento	$\frac{Exigible\ a\ l/p}{Exigible\ a\ c/p}$	4,25	3,47	2,80	1,74	0,70	
Capacidad de la empresa para enfrentarse a sus compromisos financieros.	III Cobertura de intereses	$\frac{Ventas}{Intereses}$	0,00	2,11	11,56	20,30	57,08	
RATIOS DE ROTACION								
Numero de unidades monetarias obtenidas por la venta en relacion a cada unidad monetaria invertida.	I Rotación del Activo	$\frac{Ventas}{Activo\ total}$	0,00	0,70	0,86	1,18	1,21	



Fuente: elaboración propia

Vamos a proceder a comentar los ratios obtenidos en la tabla anterior.

– Ratios de rentabilidad

En cuanto a los datos obtenidos en el **escenario pesimista**, podemos observar como en los primeros años encontramos unas rentabilidades negativas, sobre todo en el primer ejercicio donde estos porcentajes son muy bajos, ya que el beneficio bruto obtenido es prácticamente 0. Esta situación se empieza a revertir en el segundo año, ya que vemos como este beneficio comienza a crecer paulatinamente minorando así estos porcentajes de rentabilidades negativas, aunque durante este año, siguen siendo negativas. Es a partir del tercer año donde ya encontramos unas rentabilidades positivas.

Los datos obtenidos en el **escenario objetivo** son bastante más halagüeños. En este obtenemos un beneficio bruto y positivo desde el primer año. Este no es suficiente para hacer frente a los gastos financieros y fiscales de la empresa, por ese motivo, podemos observar como el resto de rentabilidades tienen un signo negativo. Esto se trata de algo normal y no debe ser algo preocupante ya que como podemos observar en los años siguientes se

revierte por completo esta situación obteniendo unas rentabilidades muy buenas sobre todo en el último año donde alcanzan casi un 30%.

Por último encontramos el **escenario optimista**. En el observamos como ya desde el primer año la empresa obtiene rentabilidades positivas gracias a un EBITDA muy positivo. Durante este primer año las rentabilidades no son muy elevadas, en torno al 2%, pero los años siguientes incrementan una media de un 10% anual, lo que convierte a esta empresa, en una sociedad muy rentable.

– Ratios de Solvencia

En el **primero de los escenarios**, en este aspecto encontramos datos no muy esperanzadores, sobre todo en el segundo ejercicio, en donde la empresa puede atravesar por dificultades para hacer frente a sus gastos en el corto plazo ya que como podemos ver en la tabla, la liquidez llega a un momento crítico donde este valor es negativo, el cual aconsejablemente, debe ser mayor de 1. Vamos a encontrar en estos ratios que tanto la liquidez general, la prueba ácida y la disponibilidad inmediata, van a tener los mismos valores ya que al cobrar por anticipado, la empresa no va a tener deudores ni a corto ni a largo plazo. De darse este escenario, será necesario contar con alguna fuente de financiación a corto plazo para equilibrar la liquidez de la empresa, como por ejemplo una cuenta de crédito, y así dar capacidad a la empresa para enfrentarse a sus compromisos de pago.

En el **escenario objetivo** encontramos unos ratios aceptables, ya que en todo momento la empresa muestra claros signos de solvencia tanto a corto como a largo plazo, incluso llegando en el último año a tener un exceso de solvencia, ya que el valor de estos ratios es superior a 3, lo que permitiría establecer una política de reparto de dividendos al socio, compaginada la renovación y modernización de los activos de la empresa a través de autofinanciación.

En este **último escenario** nos encontramos la misma situación que en el escenario anterior pero con valores aún más elevados, ya que en este caso los ratios son superiores a 4.

– Ratios de estructura

Mediante estos ratios se pretende analizar la estructura financiera de la empresa para los distintos escenarios contemplados. En todos los casos se observa un equilibrio bastante estable de la misma, mostrando únicamente debilidad durante los primeros años de desarrollo del proyecto para el escenario conservador. De darse este escenario, como ya se ha anticipado por los ratios de liquidez anteriormente analizados, será necesario implementar soluciones financieras complementarias. La consecución del umbral de rentabilidad alcanzado en el tercer año a través del nivel de ventas esperado, provoca automáticamente el restablecimiento del equilibrio financiero.

Para el resto de escenarios, esto es, objetivo y optimista, la estructura diseñada muestra claros signos de estabilidad y fortaleza para lograr los objetivos de rentabilidad esperados desde el equilibrio financiero.

– Ratios de rotación

Representa el número de unidades monetarias obtenidas por las ventas en relación a cada unidad monetaria invertida en el negocio. Mediante

su cálculo, se representa la ratio para cada uno de los escenarios contemplados.

5. ORGANIZACIÓN Y PUESTA EN MARCHA.

Como último punto de este plan de negocio, vamos a hablar de la organización y de los trámites necesarios que la empresa debe llevar para su puesta en marcha.

En primer lugar, vamos a comenzar por la **elección de la forma jurídica de la empresa**. Para esta elección se han tenido en cuenta múltiples factores como son el tipo de actividad, los recursos económicos necesarios, posibles responsabilidades que pueden derivar frente a terceros y por último, el número de emprendedores que van a llevar a cabo este negocio.

El factor más importante que se ha tenido en cuenta a la hora de la elección del tipo de la forma jurídica, ha sido el de las posibles responsabilidades que se pueden contraer con terceros, ya que la actividad de la empresa conlleva una serie de implicaciones en cuanto a la seguridad de espacios públicos, pero sobre todo de personas. Por lo tanto creo que la opción más conveniente para este tipo de empresa es recurrir a una **Sociedad Limitada Unipersonal**, ya que solamente va a ser una la persona que forme esta sociedad: El motivo de esta elección es que este tipo de sociedad solamente responde frente a sus deudas con el patrimonio de la sociedad aportado, sin que el patrimonio propio del integrante de la sociedad se vea afectado. Otro motivo es el hecho de la elección de este tipo de forma jurídica son las ventajas fiscales que se tienen en comparación de una constitución como autónomo, ya que la tributación en este caso se va a realizar a través del Impuesto de Sociedades, en lugar de tributar a través del IRPF, por lo tanto considero que la primera opción será menos gravosa que la segunda.

Dicho esto, para la constitución de esta sociedad, hay que aportar un capital mínimo de 3.000€, la cual puede ser realizada de forma dineraria o no dineraria. En nuestro caso, se va a aportar un bien por parte de promotor (vehículo) valorado en 15.000€, y una aportación dineraria de 20.000€, por lo tanto esta aportación es perfectamente válida para la constitución de la sociedad. Además, al tratarse de una sociedad unipersonal, en toda documentación (correspondencia, anuncios, redes sociales y facturas) debe hacerse constar este hecho.

En cuanto a la **organización de la empresa**, la actividad va a requerir el desempeño del promotor, así como el soporte de un “guía” durante todo el año con un contrato a jornada parcial. En periodo de más carga de trabajo (determinados fines de semana, y temporada alta), siempre determinado en función de la demanda, se requerirán de hasta dos o 3 guías más, a través de contratos de trabajo eventuales por circunstancias de producción. Para el establecimiento de los salarios se ha recurrido a la *Resolución de 3 de noviembre de 2016, de la Dirección General de Empleo, por la que se registra y publica el Convenio colectivo laboral de ámbito estatal para el sector de agencias de viajes*.

Entre algunas de las cualidades y competencias que deben tener los guías contratados por la empresa encontramos:

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

- Aptitudes adecuadas. Carnet de conducir, licencia cómo guía turístico.
- Actitudes adecuadas. Agradable con los clientes con una atención al público cuidada y especializada.
- Destreza en el manejo de dispositivos electrónicos de grabación.
- Formación específica en las medidas de seguridad e Higiene.

Además de todo lo anterior, debido a la utilización de drones por parte de la empresa, al menos los trabajadores fijos de la empresa van a tener que tener el título de piloto de drones, y estar dados de alta como operadores en la Agencia Estatal de Seguridad Aérea (AESA).

Como hemos dicho anteriormente, dado el tipo de actividad de la empresa, esta puede contraer responsabilidades frente a la seguridad de personas o del medioambiente. Para ello, la empresa va a contar con diferentes **seguros de protección civil** (indicado en el *Decreto 96/2007, de 27 de septiembre, por el que se regula la ordenación de las empresas de turismo activo de la Comunidad de Castilla y León*), seguros del contrato del leasing, así como seguros para los clientes que tendrán que firmar en el momento previo de la realización.

En cuanto a la autorizaciones y los permisos necesarios para la realización de las actividades, se va a necesitar la correspondiente autorización de la Consejería competente en materia de turismo, así como la inscripción de la empresa en el Registro Empresas, Actividades y Profesiones turísticas. Para la realización de las actividades, la empresa deberá solicitar unos permisos de circulación, donde se expongan las zonas por las que esta empresa tiene prevista circular, ya que como hemos comentado a lo largo del documento, existe una restrictiva legislación en cuanto a la circulación de vehículos a motor por los montes Sorianos. En el Anexo 3 podemos ver un ejemplo de este tipo de permisos, el cual nos lo ha cedido del Club de automovilismo Soriano SORIARAID 4X4.

Una vez dicho todo lo anterior, vamos a enumerar el resto de trámites que debemos realizar para poder iniciar las actividades de nuestro negocio:

- Administración de Hacienda. En esta administración vamos a realizar trámites como son la declaración previa al inicio de operaciones, el alta tanto en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE), como en el IVA, la declaración censal de inicio de actividad y la obtención del CIF.
- Registro Mercantil. Donde debemos realizar la inscripción de la sociedad.
- Tesorería General Seguridad Social (SS). En esta administración realizaremos la inscripción del empresario en el Régimen de Trabajadores Autónomos, como trabajador autónomo societario, la inscripción de la empresa en la SS y las correspondientes altas de los empleados en el régimen general de la seguridad social.
- Local de la empresa. En cuanto a los trámites necesarios para el local de la empresa necesitaremos en primer lugar la realización de contrato de alquiler y la correspondiente licencia de apertura. Además debemos tener en cuenta otras posibles licencias como licencia de obra menor, en el caso de tener que hacer pequeñas reformas, las cuales estarán examinadas a través de técnicos municipales.

BLOQUE 3.

6. CONCLUSIONES

En una era tan digitalizada, socializada y globalizada como es la nuestra, el ocio y concretamente el turismo se ha convertido en uno de los hobbies favoritos de la mayoría de la población, y múltiples son las herramientas que lo favorecen, como pueden ser, entre otras, las redes sociales.

No son pocos precisamente las personas que se dedican a trabajar en ellas, y no me refiero a los diseñadores de estas si no a la cantidad de influencers que podemos encontrar en ellas, que son los encargados de “darnos envidia” con fotos y videos en parajes de en sueño. Esto provoca que el resto de personas también queramos ir a sitios espectaculares, pudiendo disponer de imágenes propias, y cuanto más exclusivos sean estos destinos, mejor. Es, a partir de ahí, cuando se detecta la creación de un mercado al que se pretende acceder.

Dada esta tendencia de la población, Off-Road Paradise es una empresa que va a centrar sus esfuerzos en ofertar precisamente lo que los actuales clientes quieren: parajes espectaculares, con un cierto punto de exclusividad, y todo ello grabado y fotografiado con los equipos más avanzados posibles. Además de ello, la empresa también reduce la posible segmentación de su mercado objetivo, ya que además de jóvenes ansiosos de publicar sus mejores fotos y videos en redes sociales, también se contemplan a los amantes de los 4x4 (de forma que se puedan realizar rutas más exigentes), y por último a clientes que solamente quieran conocer ese entorno sin necesidad de realizar grandes esfuerzos personales o sin necesidad de tener que preocuparse de cómo llegar hasta ellos.

A la hora de analizar la viabilidad del proyecto, en todos y cada uno de los escenarios propuestos, la empresa a corto/medio plazo ha obtenido la esperanza de un resultado positivo. Aunque debemos mencionar que las previsiones de ventas consideradas se han realizado a través de una estimación de viajes que requerirán un amplio esfuerzo de comunicación y de marketing. Para evitar el posible riesgo de error en la estimación de las mismas, lo más prudente sería realizar un estudio más detallado de mercado, el cual conllevaría un sobrecoste económico a los ya considerados en el estudio, y ello con el fin de realizar un dimensionamiento óptimo de la estructura necesaria para acometer el proyecto. Las cifras que se han ofrecido en este documento, a juicio de quien suscribe, son perfectamente alcanzables, pero como estamos diciendo, la empresa debe desarrollar habilidades en el comercio digital y sobre todo en el marketing digital, utilizando las múltiples herramientas digitales que en la actualidad se poseen, ya que, sin estas habilidades, el número de ventas podría resultar considerablemente menor y por lo tanto nunca se llegaría a la rentabilidad esperada. En mi opinión, este es un aspecto crítico para garantizar la viabilidad del proyecto.

También, otro aspecto que considero relevante su mención, es que también cabría la posibilidad de realizar este mismo negocio, pero inicialmente a menor escala, reduciendo considerablemente la estructura (inversión y gastos, como por ejemplo solamente tener un vehículo inicialmente), de modo que pudiéramos observar así su aceptación, evolución y penetración en el

incipiente mercado, que consideramos se está formando. A partir de ahí, bajo una experiencia ya contrastada, podríamos escalar el negocio hasta el límite que la experiencia habida nos señalara.

Sobre la base de todo lo anterior, creo que esta empresa puede tener éxito en el mundo actual a pesar de tratarse de un novedoso concepto de negocio, o al menos con un enfoque poco habitual a los negocios similares que hay en funcionamiento en la actualidad. Es precisamente por su novedoso enfoque por lo que considero que es una buena oportunidad de negocio, pero reitero en que se debe de tener muy en cuenta los dominios del comercio online y de los principios de este.

Si comparamos la rentabilidad esperada tras la realización del presente estudio con otras rentabilidades de empresas del sector turístico de la región de Castilla y León, o con la de otros sectores totalmente diferenciados, nuestra empresa se encontraría entre las consideradas empresas de alta rentabilidad (empresas con un nivel de rentabilidad económica superior al 25%), las cuales representan el 1,15% de las empresas de Castilla y León. Esta rentabilidad es muy superior a la media de esta región que se sitúa en torno al 4,5%. Si nos centramos en la provincia de Soria, la rentabilidad media es aún inferior situándose en un 3.43%, según datos obtenidos del *Análisis Económico-Financiero de la empresa de Castilla y León (2018)* elaborado por Analistas Económicos de Andalucía,

La esperanza de obtener una rentabilidad tan elevada se debe principalmente a dos motivos: el primero de ellos que se trata de una microempresa, por lo que tanto el activo como el patrimonio de la empresa no son muy elevados, hecho que incrementa este porcentaje de rentabilidad; el segundo, y motivación por la cual se ha optado por esta idea de negocio, es que se trata de un nuevo nicho de mercado que la empresa pretende aprovechar desde su formación, captando así a la mayor cantidad posible de clientes sin necesidad de tener que disputar y arrebatar su cuota de mercado a otras empresas. Por lo tanto, este hecho lo que hace es aumentar la probabilidad de éxito de la empresa.

Además, otro aspecto muy importante a tener en cuenta, es la participación activa del promotor, ya que en este caso el promotor va a realizar un trabajo remunerado en la organización obteniendo así un rendimiento económico, independiente de las ganancias que pueda obtener o dejar de obtener la empresa. El hecho de realizar un trabajo remunerado, en un negocio propio, y además sobre una actividad que podría considerarse más como un *hobbie*, hace que además de poder ser un negocio atractivo y rentable, tenga un interés emocional considerable por parte del promotor, que en muchas ocasiones, este tipo de vínculos, se pasan por alto sin ser conscientes de la importancia que tiene ganarte la vida haciendo algo que realmente te gusta y te apasiona, lo que finalmente acaba teniendo una relación muy directa con la rentabilidad de la misma.

En consecuencia de todo lo anterior, finalizaremos diciendo que, dada la estimación de viabilidad para este plan de negocio, aconsejamos la entrada de la empresa en el mercado y, por tanto, la puesta en marcha de la sociedad mercantil con la que se ha previsto su desarrollo.

BLOQUE 4. BIBLIOGRAFÍA

AGENCIA ESTATAL BOLETÍN OFICIAL DE ESTADO (2019). *Resolución de 8 de marzo de 2019, de la Dirección de la Agencia Estatal de Seguridad Aérea*. Recuperado de: <https://www.boe.es/buscar/doc.php?id=BOE-A-2019-5796> (Consulta: 25 de Noviembre de 2019)

AGENCIA TRIBUTARIA (2020). *Tabla de coeficientes de amortización lineal*. Recuperado de: <https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/ Segmentos /Empresas y profesionales/Empresas/Impuesto sobre Sociedades/Periodos impositivos a partir de 1 1 2015.shtml> (Consulta: 13 de Mayo de 2020)

ÁLVAREZ ALBALÁ, C. (2020). *El turismo rural se convierte este año en una opción segura y atractiva*. Recuperado de: <https://www.elindependiente.com/tendencias/2020/05/31/el-turismo-rural-se-convierte-este-ano-en-una-opcion-segura-y-atractiva/> (Consulta: 5 de Junio de 2020)

ÁLVAREZ SOUSA, A. (2014). *Cambio social y ocio turístico en el siglo XXI*. Universidad de Coruña. Recuperado de: <https://core.ac.uk/download/pdf/61908506.pdf> (Consulta: 13 de Octubre de 2019)

ANALISTAS ECONÓMICOS DE ANDALUCIA (2018). *Análisis Económico-Financiero de la empresa de Castilla y León*, Málaga, Unicaja Banco. (Consulta: 20 de mayo de 2020)

ASOCIACIÓN DE TURISMO ACTIVO DE CASTILLA Y LEÓN (2017). *Turismo Activo en Castilla y León*. Recuperado de: <https://www.atacyl.org/> (Consulta: 19 de Noviembre de 2019)

BRUNA QUINTAS, F (2006). *Planificación y gestión emprendedora*. Vigo, Ideas Propias.

CARAZO ALCALDE, J. (2017) *Emprender*. Recuperado de: <https://economipedia.com/definiciones/emprender.html> (Consulta: 19 de Noviembre de 2019)

DE LA PEÑA GUTIÉRREZ, ALBERTO (2004) *Proyecto Empresarial*. Madrid, Ediciones Parainfo.

DIRECCIÓN GENERAL DE INDUSTRIA Y DE LA PEQUEÑA Y MEDIANA EMPRESA (DGIPYME) (2019). *¿Qué es un Plan de Empresa?* Recuperado de: <https://planempresa.ipyme.org/InfGeneral/PlanDeEmpresa> (Consulta: 13 de Octubre de 2019)

ESPINOSA, R. (2020). *¿Cómo elaborar el Plan de Marketing?* Recuperado de: <https://robertoepinosa.es/2014/03/25/como-elaborar-el-plan-de-marketing> (Consulta: 13 de Octubre de 2019)

FORMULA TODOTERRENO (2018). *Por dónde puedes circular con tu todoterreno en España*. Recuperado de: <https://www.autofacil.es/todoterreno/2018/10/24/puedes-circular-todoterreno-espana/47021.html> (Consulta: 25 de Noviembre de 2019)

GRUPO BANCO MUNDIAL (2020). *Población española entre 0 y 14 años de edad (% del total)*. Recuperado de: <https://datos.bancomundial.org/indicador/SP.POP.0014.TO.ZS?end=2018&locations=ES&start=2018> (Consulta: 3 de Abril de 2020)

HERNÁNDEZ HERNÁNDEZ, E., CABALLERO BLANCO, P., GARCÍA TASCÓN, M. y MORENAS MARTÍN. J. (2015) *Nuevos retos para las empresas de Turismo Activo*. Sevilla, Wanceulen Editorial Deportiva.

IZQUIERDO, E. (2019). *Montar una Empresa de Rutas en Todoterrenos (4x4)*. Recuperado de: <https://www.empresaeiniciativaemprededora.com/?Montar-una-Empresa-de-Rutas-en,316&artpage=3-3> (Consulta: 19 de Noviembre de 2019)

JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN (2020). *DECRETO-LEY 3/2009, de 23 de diciembre, de Medidas de Impulso de las Actividades de Servicios en Castilla y León*. Recuperado de: <http://www.jcyl.es/web/jcyl/AdministracionPublica/es/Plantilla100Detalle/1248367026092/ /1261040326722/Comunicacion?plantillaObligatoria=PlantillaContenidoNoticiaHome> (Consulta: 25 de Noviembre de 2019)

KALEMBA, N. (2018) *El Boom del Turismo Deportivo: El ejemplo de la Costa Dorada*. Recuperado de: <http://economia-empresa.blogs.uoc.edu/es/boom-turismo-deportivo/>

MATEO CAMPOY, DANIEL (2010). *Como Gestionar y Planificar un Proyecto de Empresa*. Vigo, Ideas Propias.

MARÍN, A. (2015) *Canales de comercialización segmentados en Turismo*. Recuperado de: https://www.eoi.es/wiki/index.php/Canales_de_comercializaci%C3%B3n_segmentados_en_Turismo

OJEDA GARCIA, C. D. y MARMOL SINCLAIR, P (2013). *Marketing Turístico*. Madrid. Ediciones Paraninfo.

ORTIZ, P. (2019). *La importancia de las redes sociales en turismo*. Recuperado de: <https://www.amara-marketing.com/blog-turismo/importancia-de-las-redes-sociales-turismo> (Consulta: 13 de Octubre de 2019)

PORTILLO, J. (2020). *El déficit público se disparará en España al 9,5% este año y el 6,7% en 2021, según el FMI*. Recuperado de: https://cincodias.elpais.com/cincodias/2020/04/14/economia/1586894205_371897.html (Consulta: 13 de Octubre de 2019)

PUNTOS ACTIVOS (2018). *Escapadas llenas de aventura*. Recuperado de: <https://www.atacyl.org/puntosactivos/> (Consulta: 19 de Noviembre de 2019)

RURALZOOM (2015). *Actividades De Aventura en Soria*. Recuperado de: <https://www.ruralzoom.com/> (Consulta: 19 de Noviembre de 2019)

RUTAS TURÍSTICAS 4x4 (2017). *Cursos de Técnicas de Conducción y prevención de riesgos*. Recuperado de: <https://www.rutasturisticas4x4.com/> (Consulta: 19 de Noviembre de 2019)

TERRANATUR (2018). *Presentación. Terranatur. Naturaleza Activa*. Recuperado de: <https://www.terranatur.es/web/> (Consulta: 19 de Noviembre de 2019)

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

TURAVENTURA (2020). *Ruta del Cares en todoterreno 4 x 4 por Picos de Europa*. Recuperado de: <https://www.turaventura.com/> (Consulta: 19 de Noviembre de 2019)

VEINTEMINUTOS (2019). *Los coches SUV: ¿qué son y por qué están de moda?* Recuperado de: <https://www.20minutos.es/noticia/3550200/0/coches-suv-todocaminos-ventas-automocion/> (Consulta: 19 de Noviembre de 2019)

WORLD TRAVEL & TOURISM COUNCIL (2019). *El turismo es el sector que más riqueza aporta a la economía española*. Recuperado de: https://www.hosteltur.com/130893_el-turismo-el-sector-que-mas-riqueza-aporta-a-la-economia-espanola.html

ANEXO 1. INFOGRAFÍA MARKETING



DISTRIBUCIÓN

ESTRATEGIA MULTICANAL



COMUNICACIÓN HÍBRIDA



DISTRIBUCIÓN SELECTIVA



PRECIO

OBJETIVOS

- Diferenciación
- Maximizar beneficio
- Atracción y fidelización

ESTRATEGIA

- Precio decisora
- Precios paquete
- Precios de penetración

PRECIOS EN 2º MERCADO



Carné joven



Socios

Veteranos

COMUNICACIÓN

OFFLINE



ONLINE



OFFROADPARADISE9



OFF ROAD PARADISE



OFFROADPARADISE@GMAIL.COM



+34 601 15 85 96

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

ANEXO 2. TABLAS EXCEL

Tabla leasing

Pago	Fecha	Pendiente	Amortizaci.	Intereses	Cuota
0	05/01/2018	15.000,00 €	0,00		0,00
1	05/02/2018	14.763,56 €	236,44	28,13	264,56
2	05/03/2018	14.526,69 €	236,88	27,68	264,56
3	05/04/2018	14.289,36 €	237,32	27,24	264,56
4	05/05/2018	14.051,60 €	237,77	26,79	264,56
5	05/06/2018	13.813,38 €	238,21	26,35	264,56
6	05/07/2018	13.574,72 €	238,66	25,90	264,56
7	05/08/2018	13.335,62 €	239,11	25,45	264,56
8	05/09/2018	13.096,06 €	239,56	25,00	264,56
9	05/10/2018	12.856,05 €	240,01	24,56	264,56
10	05/11/2018	12.615,60 €	240,46	24,11	264,56
11	05/12/2018	12.374,69 €	240,91	23,65	264,56
12	05/01/2019	12.133,34 €	241,36	23,20	264,56
13	05/02/2019	11.891,53 €	241,81	22,75	264,56
14	05/03/2019	11.649,26 €	242,26	22,30	264,56
15	05/04/2019	11.406,54 €	242,72	21,84	264,56
16	05/05/2019	11.163,37 €	243,17	21,39	264,56
17	05/06/2019	10.919,74 €	243,63	20,93	264,56
18	05/07/2019	10.675,66 €	244,09	20,47	264,56
19	05/08/2019	10.431,11 €	244,54	20,02	264,56
20	05/09/2019	10.186,11 €	245,00	19,56	264,56
21	05/10/2019	9.940,65 €	245,46	19,10	264,56
22	05/11/2019	9.694,73 €	245,92	18,64	264,56
23	05/12/2019	9.448,35 €	246,38	18,18	264,56
24	05/01/2020	9.201,50 €	246,84	17,72	264,56
25	05/02/2020	8.954,19 €	247,31	17,25	264,56
26	05/03/2020	8.706,42 €	247,77	16,79	264,56
27	05/04/2020	8.458,19 €	248,24	16,32	264,56
28	05/05/2020	8.209,49 €	248,70	15,86	264,56
29	05/06/2020	7.960,32 €	249,17	15,39	264,56
30	05/07/2020	7.710,68 €	249,63	14,93	264,56
31	05/08/2020	7.460,58 €	250,10	14,46	264,56
32	05/09/2020	7.210,01 €	250,57	13,99	264,56
33	05/10/2020	6.958,97 €	251,04	13,52	264,56
34	05/11/2020	6.707,46 €	251,51	13,05	264,56
35	05/12/2020	6.455,47 €	251,98	12,58	264,56
36	05/01/2021	6.203,02 €	252,46	12,10	264,56
37	05/02/2021	5.950,09 €	252,93	11,63	264,56
38	05/03/2021	5.696,68 €	253,40	11,16	264,56
39	05/04/2021	5.442,80 €	253,88	10,68	264,56
40	05/05/2021	5.188,45 €	254,35	10,21	264,56
41	05/06/2021	4.933,62 €	254,83	9,73	264,56
42	05/07/2021	4.678,31 €	255,31	9,25	264,56
43	05/08/2021	4.422,52 €	255,79	8,77	264,56
44	05/09/2021	4.166,25 €	256,27	8,29	264,56
45	05/10/2021	3.909,50 €	256,75	7,81	264,56
46	05/11/2021	3.652,27 €	257,23	7,33	264,56
47	05/12/2021	3.394,56 €	257,71	6,85	264,56
48	05/01/2022	3.136,37 €	258,20	6,36	264,56
49	05/02/2022	2.877,69 €	258,68	5,88	264,56
50	05/03/2022	2.618,52 €	259,16	5,40	264,56
51	05/04/2022	2.358,87 €	259,65	4,91	264,56
52	05/05/2022	2.098,73 €	260,14	4,42	264,56
53	05/06/2022	1.838,11 €	260,63	3,94	264,56
54	05/07/2022	1.577,00 €	261,11	3,45	264,56
55	05/08/2022	1.315,39 €	261,60	2,96	264,56
56	05/09/2022	1.053,30 €	262,09	2,47	264,56
57	05/10/2022	790,71 €	262,59	1,97	264,56
58	05/11/2022	527,64 €	263,08	1,48	264,56
59	05/12/2022	264,07 €	263,57	0,99	264,56
60	05/01/2023	0,00 €	264,07	0,50	264,56
TOTAL			15.000,00	873,61	15.873,61

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

Tabla financiación

PAGO Nº	CAPITAL PENDIENTE	AMORTIZACIÓN	INTERESES	CUOTA
0	20.000,00 €			
1	19.686,72 €	313,28 €	41,67 €	354,95 €
2	19.372,79 €	313,93 €	41,01 €	354,95 €
3	19.058,20 €	314,59 €	40,36 €	354,95 €
4	18.742,96 €	315,24 €	39,70 €	354,95 €
5	18.427,06 €	315,90 €	39,05 €	354,95 €
6	18.110,50 €	316,56 €	38,39 €	354,95 €
7	17.793,28 €	317,22 €	37,73 €	354,95 €
8	17.475,40 €	317,88 €	37,07 €	354,95 €
9	17.156,86 €	318,54 €	36,41 €	354,95 €
10	16.837,66 €	319,20 €	35,74 €	354,95 €
11	16.517,79 €	319,87 €	35,08 €	354,95 €
12	16.197,26 €	320,54 €	34,41 €	354,95 €
13	15.876,05 €	321,20 €	33,74 €	354,95 €
14	15.554,18 €	321,87 €	33,08 €	354,95 €
15	15.231,64 €	322,54 €	32,40 €	354,95 €
16	14.908,42 €	323,21 €	31,73 €	354,95 €
17	14.584,54 €	323,89 €	31,06 €	354,95 €
18	14.259,97 €	324,56 €	30,38 €	354,95 €
19	13.934,73 €	325,24 €	29,71 €	354,95 €
20	13.608,82 €	325,92 €	29,03 €	354,95 €
21	13.282,22 €	326,60 €	28,35 €	354,95 €
22	12.954,95 €	327,28 €	27,67 €	354,95 €
23	12.626,99 €	327,96 €	26,99 €	354,95 €
24	12.298,35 €	328,64 €	26,31 €	354,95 €
25	11.969,02 €	329,33 €	25,62 €	354,95 €
26	11.639,01 €	330,01 €	24,94 €	354,95 €
27	11.308,31 €	330,70 €	24,25 €	354,95 €
28	10.976,92 €	331,39 €	23,56 €	354,95 €
29	10.644,84 €	332,08 €	22,87 €	354,95 €
30	10.312,07 €	332,77 €	22,18 €	354,95 €
31	9.978,61 €	333,46 €	21,48 €	354,95 €
32	9.644,45 €	334,16 €	20,79 €	354,95 €
33	9.309,60 €	334,85 €	20,09 €	354,95 €
34	8.974,04 €	335,55 €	19,39 €	354,95 €
35	8.637,79 €	336,25 €	18,70 €	354,95 €
36	8.300,84 €	336,95 €	18,00 €	354,95 €
37	7.963,19 €	337,65 €	17,29 €	354,95 €
38	7.624,83 €	338,36 €	16,59 €	354,95 €
39	7.285,77 €	339,06 €	15,89 €	354,95 €
40	6.946,00 €	339,77 €	15,18 €	354,95 €
41	6.605,52 €	340,48 €	14,47 €	354,95 €
42	6.264,34 €	341,19 €	13,76 €	354,95 €
43	5.922,44 €	341,90 €	13,05 €	354,95 €
44	5.579,83 €	342,61 €	12,34 €	354,95 €
45	5.236,51 €	343,32 €	11,62 €	354,95 €
46	4.892,47 €	344,04 €	10,91 €	354,95 €
47	4.547,72 €	344,75 €	10,19 €	354,95 €
48	4.202,24 €	345,47 €	9,47 €	354,95 €
49	3.856,05 €	346,19 €	8,75 €	354,95 €
50	3.509,14 €	346,91 €	8,03 €	354,95 €
51	3.161,50 €	347,64 €	7,31 €	354,95 €
52	2.813,14 €	348,36 €	6,59 €	354,95 €
53	2.464,05 €	349,09 €	5,86 €	354,95 €
54	2.114,24 €	349,81 €	5,13 €	354,95 €
55	1.763,70 €	350,54 €	4,40 €	354,95 €
56	1.412,42 €	351,27 €	3,67 €	354,95 €
57	1.060,42 €	352,00 €	2,94 €	354,95 €
58	707,68 €	352,74 €	2,21 €	354,95 €
59	354,21 €	353,47 €	1,47 €	354,95 €
60	0,00 €	354,21 €	0,74 €	354,95 €
	TOTAL	20.000,00	1.296,83	21.296,83

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

INVERSIONES ESCENARIO CONSERVADOR					
Tipo de inversiones	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Instalaciones	7.600,00 €	- €	- €	- €	- €
Fianza (2 meses alq)	1.100,00 €	- €	- €	- €	- €
Acondicionamiento interno	3.000,00 €	- €	- €	- €	- €
Mobiliario y decoración	1.500,00 €	- €	- €	- €	- €
Acondicionamiento externo	2.000,00 €	- €	- €	- €	- €
Equipamiento	36.939,00 €	- €	2.394,00 €	18.000,00 €	- €
2 vehículos usados (1 aportado por el promotor)	30.000,00 €	- €	- €	15.000,00 €	- €
Pepearación Off Road de los vehiculo	2.500,00 €	- €	- €	2.500,00 €	- €
Limpiadora a presión Katcher	750,00 €	- €	- €	- €	- €
DJI Phantom 4 Pro V2	1.699,00 €	- €	1.699,00 €	- €	- €
2 Gopro 8Hero Black Edition	590,00 €	- €	295,00 €	- €	- €
2Gopro Max	400,00 €	- €	400,00 €	- €	- €
Otros (neveras, botiquines, prismáticos, etc)	1.000,00 €	- €	- €	500,00 €	- €
Equipos y sistemas informáticos	3.981,00 €	- €	- €	- €	- €
Equipo HP + Impresora	2.024,00 €	- €	- €	- €	- €
Aplicaciones Informáticas	1.957,00 €	- €	- €	- €	- €
Gastos de Constitución y puesta en marcha	3.500,00 €	- €	- €	- €	- €
Fondo de Maniobra	17.080,00 €	- €	- €	- €	- €
TOTAL	69.100,00 €	- €	2.394,00 €	18.000,00 €	- €

INVERSIONES ESCENARIO OPTIMISTA					
Tipo de inversiones	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Instalaciones	7.600,00 €	- €	- €	- €	- €
Fianza (2 meses alq)	1.100,00 €	- €	- €	- €	- €
Acondicionamiento interno	3.000,00 €	- €	- €	- €	- €
Mobiliario y decoración	1.500,00 €	- €	- €	- €	- €
Acondicionamiento externo	2.000,00 €	- €	- €	- €	- €
Equipamiento	36.939,00 €	18.695,00 €	19.994,00 €	- €	- €
2 vehículos usados (1 aportado por el promotor)	30.000,00 €	15.000,00 €	15.000,00 €	- €	- €
Pepearación Off Road de los vehiculo	2.500,00 €	2.500,00 €	2.500,00 €	- €	- €
Limpiadora a presión Katcher	750,00 €	- €	- €	- €	- €
DJI Phantom 4 Pro V2	1.699,00 €	- €	1.699,00 €	- €	- €
2 Gopro 8Hero Black Edition	590,00 €	295,00 €	295,00 €	- €	- €
2Gopro Max	400,00 €	400,00 €	- €	- €	- €
Otros (neveras, botiquines, prismáticos, etc)	1.000,00 €	500,00 €	500,00 €	- €	- €
Equipos y sistemas informáticos	3.981,00 €	- €	- €	- €	- €
Equipo HP + Impresora	2.024,00 €	- €	- €	- €	- €
Aplicaciones Informáticas	1.957,00 €	- €	- €	- €	- €
Gastos de Constitución y puesta en marcha	3.500,00 €	- €	- €	- €	- €
Fondo de Maniobra	17.080,00 €	- €	- €	- €	- €
TOTAL	69.100,00 €	18.695,00 €	19.994,00 €	- €	- €

COSTES ESCENARIO CONSERVADOR					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
COSTES FIJOS	- €	47.906,57 €	48.406,57 €	49.263,55 €	54.718,05 €
Alquiler		6.600,00 €	6.600,00 €	6.600,00 €	6.600,00 €
Gastos generales		1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Seguros		3.250,00 €	3.750,00 €	4.100,00 €	6.250,00 €
Reparaciones/mantenimiento		500,00 €	500,00 €	500,00 €	1.000,00 €
Amortizaciones		6.656,57 €	6.656,57 €	7.163,55 €	9.968,05 €
Otros costes fijos		600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €
Personal Fijo		28.800,00 €	28.800,00 €	28.800,00 €	28.800,00 €
COTES VARIABLES	- €	4.433,20 €	9.099,79 €	13.952,77 €	18.893,63 €
Personal Variable		1.100,00 €	4.200,00 €	7.900,00 €	11.400,00 €
Combustible		3.033,20 €	4.549,79 €	5.652,77 €	6.893,63 €
Otros costes var		300,00 €	350,00 €	400,00 €	600,00 €
TOTAL	- €	52.339,77 €	57.506,36 €	63.216,32 €	73.611,68 €

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

COSTES ESCENARIO OPTIMISTA					
	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
COSTES FIJOS	- €	47.906,57 €	52.924,72 €	58.163,70 €	58.163,70 €
Alquiler		6.600,00 €	6.600,00 €	6.600,00 €	6.600,00 €
Gastos generales		1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Seguros		3.250,00 €	4.750,00 €	6.250,00 €	6.250,00 €
Reparaciones/ mantenimiento		500,00 €	1.000,00 €	1.500,00 €	1.500,00 €
Amortizaciones		6.656,57 €	9.674,72 €	12.913,70 €	12.913,70 €
Otros costes fijos		600,00 €	600,00 €	600,00 €	600,00 €
Personal Fijo		28.800,00 €	28.800,00 €	28.800,00 €	28.800,00 €
COTES VARIABLES	- €	7.311,92 €	18.893,63 €	35.323,84 €	40.029,80 €
Personal Variable		2.600,00 €	11.400,00 €	25.600,00 €	28.100,00 €
Combustible		4.411,92 €	6.893,63 €	8.823,84 €	11.029,80 €
Otros costes var		300,00 €	600,00 €	900,00 €	900,00 €
TOTAL	- €	55.218,49 €	71.818,35 €	93.487,54 €	98.193,50 €

Ventas escenario conservador.

TIPO DE RUTA		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
		T. BAJA	T. ALTA						
Rutas Cortas	Servicio "Taxi"	1.345,78 € 68,06 € 0,00 €	2.018,67 € 102,09 € 0,00 €	2.018,67 € 102,09 € 0,00 €	3.028,01 € 153,14 € 0,00 €	2.508,05 € 126,84 € 0,00 €	3.762,07 € 190,27 € 0,00 €	3.058,59 € 154,69 € 0,00 €	4.587,89 € 232,03 € 0,00 €
	Coche Propio	224,30 € 11,34 € 0,00 €	343,92 € 17,02 € 0,00 €	336,45 € 17,02 € 0,00 €	515,88 € 25,52 € 0,00 €	418,01 € 21,14 € 0,00 €	640,95 € 31,71 € 0,00 €	509,77 € 25,78 € 0,00 €	781,64 € 38,67 € 0,00 €
Rutas de Medio día	Servicio "Taxi"	4.844,81 € 245,03 € 0,00 €	6.782,74 € 347,12 € 0,00 €	7.267,22 € 367,54 € 0,00 €	5.652,28 € 520,68 € 0,00 €	9.028,97 € 456,64 € 0,00 €	12.640,56 € 646,90 € 0,00 €	11.010,94 € 556,88 € 0,00 €	15.415,31 € 788,91 € 0,00 €
	Coche Propio	807,47 € 40,84 € 0,00 €	1.130,46 € 57,85 € 0,00 €	1.211,20 € 61,26 € 0,00 €	1.695,68 € 86,78 € 0,00 €	1.504,83 € 76,11 € 0,00 €	2.106,76 € 107,82 € 0,00 €	1.835,16 € 92,81 € 0,00 €	2.569,22 € 131,48 € 0,00 €
Rutas de Día entero	Servicio "Taxi"	4.485,94 € 226,88 € 0,00 €	5.831,72 € 294,94 € 0,00 €	6.728,91 € 340,31 € 0,00 €	8.747,58 € 442,41 € 0,00 €	8.360,16 € 422,81 € 0,00 €	10.868,20 € 549,66 € 0,00 €	10.195,31 € 515,63 € 0,00 €	13.253,91 € 670,31 € 0,00 €
	Coche Propio	747,66 € 37,81 € 0,00 €	971,95 € 88,48 € 0,00 €	1.121,48 € 56,72 € 0,00 €	1.457,93 € 73,73 € 0,00 €	1.393,36 € 70,47 € 0,00 €	1.811,37 € 91,61 € 0,00 €	1.699,22 € 85,94 € 0,00 €	2.208,98 € 111,72 € 0,00 €
Rutas de Fin de Semana	Servicio "Taxi"	1.525,22 € 77,14 € 0,00 €	1.911,01 € 96,42 € 0,00 €	2.287,83 € 115,71 € 0,00 €	2.866,51 € 144,63 € 0,00 €	2.842,45 € 143,76 € 0,00 €	3.561,43 € 179,70 € 0,00 €	3.466,41 € 175,31 € 0,00 €	1.325,39 € 219,14 € 0,00 €
	Coche Propio	209,34 € 10,59 € 0,00 €	263,18 € 13,23 € 0,00 €	314,02 € 15,88 € 0,00 €	394,76 € 19,85 € 0,00 €	390,14 € 19,73 € 0,00 €	490,46 € 24,66 € 0,00 €	475,78 € 24,06 € 0,00 €	598,13 € 30,08 € 0,00 €
TOTAL		14.908,20 € 35.179,00 €	20.270,80 € 48.187,68 €	22.362,30 € 48.187,68 €	25.825,39 € 65.487,57 €	27.783,46 € 65.487,57 €	37.704,11 € 76.845,08 €	33.882,27 € 76.845,08 €	42.962,81 € 76.845,08 €
SUPLEMENTO POR GRABACIÓN									
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4				
G. Estandar (55%)		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €				
G. Avanzada (35%)		1.925,00 €	2.887,50 €	3.587,50 €	4.375,00 €				
G. Influencer (10%)		1.650,00 €	2.475,00 €	3.075,00 €	3.750,00 €				
TOTAL		3.575,00 €	5.362,50 €	6.662,50 €	8.125,00 €				
VENTAS TOTALES									
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4				
Total Ventas		35.179,00 €	48.187,68 €	65.487,57 €	76.845,08 €				
Suplemento Grabación		3.575,00 €	5.362,50 €	6.662,50 €	8.125,00 €				
Descuentos (7%)		-2.712,78 €	-3.748,51 €	-5.050,50 €	-5.947,91 €				
TOTAL		36.041,22 €	49.801,67 €	67.099,57 €	79.022,17 €				

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

Ventas escenario optimista

TIPO DE RUTA		AÑO 1		AÑO 2		AÑO 3		AÑO 4	
		T. BAJA	T. ALTA	T. BAJA	T. ALTA	T. BAJA	T. ALTA	T. BAJA	T. ALTA
Rutas Cortas	Servicio "Taxi"	1.957,50 € 99,00 € 0,00 €	2.936,25 € 148,50 € 0,00 €	3.058,59 € 154,69 € 0,00 €	4.587,89 € 232,03 € 0,00 €	3.915,00 € 198,00 € 0,00 €	5.872,50 € 297,00 € 0,00 €	4.893,75 € 247,50 € 0,00 €	7.340,63 € 371,25 € 0,00 €
	Coche Propio	326,25 € 16,50 € 0,00 €	500,25 € 24,75 € 0,00 €	509,77 € 25,78 € 0,00 €	781,64 € 38,67 € 0,00 €	652,50 € 33,00 € 0,00 €	1.000,50 € 49,50 € 0,00 €	815,63 € 41,25 € 0,00 €	1.250,63 € 61,88 € 0,00 €
Rutas de Medio día	Servicio "Taxi"	7.047,00 € 356,40 € 0,00 €	9.865,80 € 504,90 € 0,00 €	11.010,94 € 556,88 € 0,00 €	8.564,06 € 788,91 € 0,00 €	14.094,00 € 712,80 € 0,00 €	19.731,60 € 1.009,80 € 0,00 €	17.617,50 € 891,00 € 0,00 €	24.664,50 € 1.262,25 € 0,00 €
	Coche Propio	1.174,50 € 59,40 € 0,00 €	1.644,30 € 84,15 € 0,00 €	1.835,16 € 92,81 € 0,00 €	2.569,22 € 131,48 € 0,00 €	2.349,00 € 118,80 € 0,00 €	3.288,60 € 168,30 € 0,00 €	2.936,25 € 148,50 € 0,00 €	4.110,75 € 210,38 € 0,00 €
Rutas de Día entero	Servicio "Taxi"	6.525,00 € 330,00 € 0,00 €	8.482,50 € 429,00 € 0,00 €	10.195,31 € 515,63 € 0,00 €	13.253,91 € 670,31 € 0,00 €	13.050,00 € 660,00 € 0,00 €	16.965,00 € 858,00 € 0,00 €	16.312,50 € 825,00 € 0,00 €	21.206,25 € 1.072,50 € 0,00 €
	Coche Propio	1.087,50 € 55,00 € 0,00 €	1.413,75 € 128,70 € 0,00 €	1.699,22 € 85,94 € 0,00 €	2.208,98 € 111,72 € 0,00 €	2.175,00 € 110,00 € 0,00 €	2.827,50 € 143,00 € 0,00 €	2.718,75 € 137,50 € 0,00 €	3.534,38 € 178,75 € 0,00 €
Rutas de Fin de Semana	Servicio "Taxi"	2.218,50 € 112,20 € 0,00 €	2.779,65 € 140,25 € 0,00 €	3.466,41 € 175,31 € 0,00 €	4.343,20 € 219,14 € 0,00 €	4.437,00 € 224,40 € 0,00 €	5.559,30 € 280,50 € 0,00 €	5.546,25 € 280,50 € 0,00 €	2.120,63 € 350,63 € 0,00 €
	Coche Propio	304,50 € 15,40 € 0,00 €	382,80 € 19,25 € 0,00 €	475,78 € 24,06 € 0,00 €	598,13 € 30,08 € 0,00 €	609,00 € 30,80 € 0,00 €	765,60 € 38,50 € 0,00 €	761,25 € 38,50 € 0,00 €	957,00 € 48,13 € 0,00 €
TOTAL		21.684,65 €	29.484,80 €	33.882,27 €	39.129,38 €	43.369,30 €	58.855,20 €	54.211,63 €	68.740,50 €
SUPLEMENTO POR GRABACIÓN									
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4				
G. Estandar (55%)		0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €				
G. Avanzada (35%)		2.800,00 €	4.375,00 €	5.600,00 €	7.000,00 €				
G. Influencer (10%)		2.400,00 €	3.750,00 €	4.800,00 €	6.000,00 €				
TOTAL		5.200,00 €	8.125,00 €	10.400,00 €	13.000,00 €				
VENTAS TOTALES									
		AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4				
Total Ventas		51.169,45 €	73.011,64 €	102.224,50 €	122.952,13 €				
Suplemento Grabación		5.200,00 €	8.125,00 €	10.400,00 €	13.000,00 €				
Descuentos (7%)		-3.945,86 €	-5.679,56 €	-7.883,72 €	-9.516,65 €				
TOTAL		52.423,59 €	75.457,08 €	104.740,79 €	126.435,48 €				

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

Balance conservador

ACTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
A) ACTIVO NO CORRIENTE	48.520,00	45.370,94	42.047,93	50.609,90	38.469,26
I. Inmovilizado Intangible	1.957,00	1.624,31	1.291,62	958,93	626,24
1. Fondo de Comercio					
2. Resto inmovilizado intangible	1.957,00	1.624,31	1.291,62	958,93	626,24
II. Inmovilizado material	45.463,00	39.139,12	35.209,24	46.378,38	36.743,02
III. Inversiones Inmobiliarias					
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas I/	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio					
2. Resto inversiones en empresas del grupo y asociadas I/p					
V. Inversiones financieras a largo plazo	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
1. Instrumentos de patrimonio	0,00	0,00	0,00		
2. Resto inversiones financieras I/p	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
VI. Activos por impuesto diferido	0,00	3.507,51	4.447,07	2.172,59	0,00
VII. Deudores comerciales no corrientes					
B) ACTIVO CORRIENTE	17.980,00	3.937,13	-2.389,29	3.876,19	14.780,33
I. Existencias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Existencias comerciales y m.p.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Existencias productos en curso y terminados					
Anticipo a proveedores					
II. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Clientes por ventas y prestación de servicios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Accionistas (socios) por desembolsos exigidos					
3. Otros deudores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Inversiones en empresas del grupo y asociadas c/	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio					
2. Resto inversiones en empresas del grupo y asociadas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Inversiones financieras a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio					
2. Resto inversiones financieras c/p	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VI. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	17.980,00	3.937,13	-2.389,29	3.876,19	14.780,33
TOTAL ACTIVO (A+B)	66.500,00	49.308,07	39.658,64	54.486,09	53.249,59
PATRIMONIO NETO Y PASIVO					
A) PATRIMONIO NETO	31.500,00	20.977,47	18.158,79	24.982,23	33.777,65
A-1) Fondos propios	31.500,00	20.977,47	18.158,79	24.982,23	33.777,65
I. Capital	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
1. Capital escriturado	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
2. (Capital no exigido)					
II. Prima de emisión					
III. Reservas ⁽¹⁾	-3.500,00	-3.500,00	-3.500,00	-3.500,00	-3.500,00
IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias)					
V. Resultados de ejercicios anteriores			-10.522,53	-13.341,21	-6.517,77
VI. Otras aportaciones de socios					
VII. Resultado del ejercicio	0,00	-10.522,53	-2.818,68	6.823,44	8.795,42
VIII. (Dividendo a cuenta)	0,00	0,00	0,00		
A-2) Subvenciones, donaciones y legados recibidos					
B) PASIVO NO CORRIENTE	28.330,59	21.499,85	14.503,86	19.471,95	9.201,50
I. Provisiones a largo plazo					
II. Deudas a largo plazo	28.330,59	21.499,85	14.503,86	19.471,95	9.201,50
1. Deudas con entidades de crédito	16.197,26	12.298,35	8.300,84	4.202,24	0,00
2. Acreedores por arrendamiento financiero	12.133,34	9.201,50	6.203,02	15.269,70	9.201,50
3. Otras deudas a largo plazo					
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas I/p					
IV. Pasivos por impuesto diferido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a largo plazo					
C) PASIVO CORRIENTE	6.669,41	6.830,74	6.995,99	10.031,91	10.270,44
I. Provisiones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Deudas a corto plazo	6.669,41	6.830,74	6.995,99	10.031,91	10.270,44
1. Deudas con entidades de crédito	3.802,74	3.898,91	3.997,51	4.098,60	4.202,24
2. Acreedores por arrendamiento financiero	2.866,66	2.931,83	2.998,48	5.933,32	6.068,20
3. Otras deudas a corto plazo	0,00	0,00			
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas c/p	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Proveedores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Otros acreedores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a corto plazo					
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	66.500,00	49.308,07	39.658,64	54.486,09	53.249,59

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

Balance optimista

ACTIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
A) ACTIVO NO CORRIENTE	48.520,00	60.558,43	70.877,71	57.964,01	45.050,31
I. Inmovilizado Intangible	1.957,00	1.624,31	1.291,62	958,93	626,24
1. Fondo de Comercio					
2. Resto inmovilizado intangible	1.957,00	1.624,31	1.291,62	958,93	626,24
II. Inmovilizado material	45.463,00	57.834,12	68.486,09	55.905,08	43.324,07
III. Inversiones Inmobiliarias					
IV. Inversiones en empresas del grupo y asociadas I/	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio					
2. Resto inversiones en empresas del grupo y asociadas I/p					
V. Inversiones financieras a largo plazo	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
1. Instrumentos de patrimonio	0,00	0,00	0,00		
2. Resto inversiones financieras I/p	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00	1.100,00
VI. Activos por impuesto diferido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VII. Deudores comerciales no corrientes					
B) ACTIVO CORRIENTE	17.980,00	14.911,42	17.110,44	31.545,68	60.301,67
I. Existencias	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Existencias comerciales y m.p.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Existencias productos en curso y terminados					
Anticipo a proveedores					
II. Deudores comerciales y otras cuentas a cobrar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Clientes por ventas y prestación de servicios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Accionistas (socios) por desembolsos exigidos					
3. Otros deudores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
III. Inversiones en empresas del grupo y asociadas c/	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio					
2. Resto inversiones en empresas del grupo y asociadas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Inversiones financieras a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Instrumentos de patrimonio					
2. Resto inversiones financieras c/p	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
VI. Efectivo y otros activos líquidos equivalentes	17.980,00	14.911,42	17.110,44	31.545,68	60.301,67
TOTAL ACTIVO (A+B)	66.500,00	75.469,85	87.988,15	89.509,69	105.351,98

PATRIMONIO NETO Y PASIVO	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
A) PATRIMONIO NETO	31.500,00	32.139,25	39.354,97	53.671,00	82.608,86
A-1) Fondos propios	31.500,00	32.139,25	39.354,97	53.671,00	82.608,86
I. Capital	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
1. Capital escriturado	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00	35.000,00
2. (Capital no exigido)					
II. Prima de emisión					
III. Reservas ⁽¹⁾	-3.500,00	-3.500,00	-2.860,75	4.354,97	18.671,00
IV. (Acciones y participaciones en patrimonio propias)					
V. Resultados de ejercicios anteriores					
VI. Otras aportaciones de socios					
VII. Resultado del ejercicio	0,00	639,25	7.215,71	14.316,03	28.937,86
VIII. (Dividendo a cuenta)	0,00	0,00	0,00		
A-2) Subvenciones, donaciones y legados recibidos					
B) PASIVO NO CORRIENTE	28.330,59	33.633,18	35.838,70	22.743,13	9.339,38
I. Provisiones a largo plazo					
II. Deudas a largo plazo	28.330,59	33.633,18	35.838,70	22.743,13	9.339,38
1. Deudas con entidades de crédito	16.197,26	12.298,35	8.300,84	4.202,24	0,00
2. Acreedores por arrendamiento financiero	12.133,34	21.334,84	27.537,85	18.540,88	9.339,38
3. Otras deudas a largo plazo					
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas I/p					
IV. Pasivos por impuesto diferido	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a largo plazo					
C) PASIVO CORRIENTE	6.669,41	9.697,41	12.794,49	13.095,57	13.403,75
I. Provisiones a corto plazo	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
II. Deudas a corto plazo	6.669,41	9.697,41	12.794,49	13.095,57	13.403,75
1. Deudas con entidades de crédito	3.802,74	3.898,91	3.997,51	4.098,60	4.202,24
2. Acreedores por arrendamiento financiero	2.866,66	5.798,50	8.796,98	8.996,97	9.201,50
3. Otras deudas a corto plazo	0,00	0,00			
III. Deudas con empresas del grupo y asociadas c/p	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
IV. Acreedores comerciales y otras cuentas a pagar	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
1. Proveedores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
2. Otros acreedores	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
V. Periodificaciones a corto plazo					
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)	66.500,00	75.469,85	87.988,15	89.509,69	105.351,98

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

PyG escenario conservador

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
1. Importe neto de la cifra de negocios	0,00	36.041,22	49.801,67	67.099,57	79.022,17
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación					
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo					
4. Aprovisionamientos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Compras de mercaderías					
Variación existencias mercaderías					
Compras materias primas y otros aprovisionamientos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Variación existencias materias primas y otros aprov.					
Trabajos realizados por otras empresas					
Deterioro mercaderías, materias primas y otros aprov.					
5. Otros ingresos de explotación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingresos por arrendamientos					
Resto de ingresos accesorios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subvenciones de explotación	0,00	0,00			
6. Gastos de personal	0,00	-29.900,00	-33.000,00	-36.700,00	-40.200,00
Sueldos, salarios y asimilados	0,00	-23.000,00	-25.384,62	-28.230,77	-30.923,08
Indemnizaciones					
Seguridad Social a cargo de la empresa	0,00	-6.900,00	-7.615,38	-8.469,23	-9.276,92
Otros gastos sociales	0,00	0,00	0,00		
7. Otros gastos de explotación	0,00	-12.750,00	-13.300,00	-13.700,00	-16.550,00
8. Amortización del inmovilizado	0,00	-6.656,57	-6.656,57	-7.163,55	-9.968,05
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado					
10. Excesos de provisiones					
11. Deterioro y resultado por enajenaciones de inmovilizado	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Deterioro y pérdidas					
Resultados por enajenaciones y otras					
12. Otros resultados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	0,00	-13.265,35	-3.154,90	9.536,02	12.304,12
13. Ingresos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
De participaciones en instrumentos de patrimonio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
De valores negociables y otros instrumentos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
14. Deudas a largo plazo	0,00	-764,68	-603,35	-438,10	-576,90
Por deudas con empresas del grupo y asociadas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Por deudas con terceros	0,00	-764,68	-603,35	-438,10	-576,90
15. Variación del valor razonable en inst.financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
16. Diferencias de cambio	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de inst.finc.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Deterioros y pérdidas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultados por enajenaciones y otras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
18. Otros ingresos y gastos de carácter financiero	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
B) RESULTADO FINANCIERO	0,00	-764,68	-603,35	-438,10	-576,90
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	0,00	-14.030,03	-3.758,25	9.097,92	11.727,22
18. Impuestos sobre beneficios	0,00	3.507,51	939,56	-2.274,48	-2.931,81
D) RESULTADO DEL EJERCICIO	0,00	-10.522,53	-2.818,68	6.823,44	8.795,42

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

PyG escenario optimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
1. Importe neto de la cifra de negocios	0,00	52.423,59	75.457,08	104.740,79	126.435,48
2. Variación de existencias de productos terminados y en curso de fabricación					
3. Trabajos realizados por la empresa para su activo					
4. Aprovisionamientos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Compras de mercaderías					
Variación existencias mercaderías					
Compras materias primas y otros aprovisionamientos	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Variación existencias materias primas y otros aprov.					
Trabajos realizados por otras empresas					
Deterioro mercaderías, materias primas y otros aprov.					
5. Otros ingresos de explotación	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Ingresos por arrendamientos					
Resto de ingresos accesorios	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Subvenciones de explotación	0,00	0,00			
6. Gastos de personal	0,00	-31.400,00	-40.200,00	-54.400,00	-56.900,00
Sueldos, salarios y asimilados	0,00	-24.153,85	-30.923,08	-41.846,15	-43.769,23
Indemnizaciones					
Seguridad Social a cargo de la empresa	0,00	-7.246,15	-9.276,92	-12.553,85	-13.130,77
Otros gastos sociales	0,00	0,00	0,00		
7. Otros gastos de explotación	0,00	-12.750,00	-15.050,00	-17.350,00	-17.350,00
8. Amortización del inmovilizado	0,00	-6.656,57	-9.674,72	-12.913,70	-12.913,70
9. Imputación de subvenciones de inmovilizado					
10. Excesos de provisiones					
11. Deterioro y resultado por enajenaciones de inmoviliza	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Deterioro y pérdidas					
Resultados por enajenaciones y otras					
12. Otros resultados	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
A) RESULTADO DE EXPLOTACIÓN	0,00	1.617,02	10.532,36	20.077,09	39.271,78
13. Ingresos financieros	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
De participaciones en instrumentos de patrimonio	0,00	0,00			
De valores negociables y otros instrumentos financieros	0,00	0,00	0,00		
14. Deudas a largo plazo	0,00	-764,68	-911,40	-989,04	-687,97
Por deudas con empresas del grupo y asociadas					
Por deudas con terceros	0,00	-764,68	-911,40	-989,04	-687,97
15. Variación del valor razonable en inst.financieros					
16. Diferencias de cambio		0,00	0,00	0,00	0,00
17. Deterioro y resultado por enajenaciones de inst.finc.	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Deterioros y pérdidas					
Resultados por enajenaciones y otras	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
18. Otros ingresos y gastos de carácter financiero		0,00	0,00	0,00	0,00
B) RESULTADO FINANCIERO	0,00	-764,68	-911,40	-989,04	-687,97
C) RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS (A+B)	0,00	852,34	9.620,95	19.088,04	38.583,81
18. Impuestos sobre beneficios	0,00	-213,08	-2.405,24	-4.772,01	-9.645,95
D) RESULTADO DEL EJERCICIO	0,00	639,25	7.215,71	14.316,03	28.937,86

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

Amortización escenario conservador

Nº	Tipo1	DESCRIPCION DEL BIEN	Importe	Fecha Util.	Amort.2021	Amort.2022	Amort.2023	Amort.2024	Amort.2025	Amort.2026	A.ACUMULADA	PENDIENTE
1	1.50%	Acondicionamiento interno (obra local)	3.000,00	01/01/2021	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	270,00	2.730,00
2	5.00%	Mobiliario	1.500,00	01/01/2021	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	450,00	1.050,00
3	5.00%	Rotulos y carteles	2.000,00	01/01/2021	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	600,00	1.400,00
4	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2021	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	14.400,00	600,00
5	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2021	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	14.400,00	600,00
6	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2024				2.400,00	2.400,00	2.400,00	7.200,00	7.800,00
7	16.00%	Accesorios 4x4	2.500,00	01/01/2021	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	2.400,00	100,00
8	16.00%	Accesorios 4x4	2.500,00	01/01/2024				400,00	400,00	400,00	1.200,00	1.300,00
9	12.50%	Limpiadora Kärcher 1.520	750,00	01/01/2021	93,75	93,75	93,75	93,75	94,01	-	469,01	280,99
10	17.00%	DJI Phantom 4 Pro V2	1.699,00	01/01/2021	288,83	288,83	288,83	288,83	288,83	254,85	1.699,00	0,00
11	17.00%	DJI Phantom 4 Pro V2	1.699,00	01/01/2023			288,83	288,83	288,83	288,83	1.155,32	543,68
12	17.00%	GoPro 8Hero black	295,00	01/01/2021	50,15	50,15	50,15	51,49	51,49	41,57	295,00	0,00
13	17.00%	GoPro 8Hero black	295,00	01/01/2021	50,15	50,15	50,15	51,49	51,49	41,57	295,00	0,00
14	17.00%	GoPro 8Hero black	295,00	01/01/2023			50,15	50,15	51,49	51,49	203,28	91,72
15	17.00%	GoPro Max	400,00	01/01/2021	68,00	68,00	68,00	69,82	69,82	56,36	400,00	0,00
16	17.00%	GoPro Max	400,00	01/01/2023			68,00	68,00	69,82	69,82	275,64	124,36
17	12.50%	kit de equipo Hp informatico + impresora	2.024,00	01/01/2021	253,00	253,00	253,00	253,00	253,00	253,00	1.518,00	506,00
18	17.00%	Aplicaciones informáticas	1.957,00	01/01/2021	332,69	332,69	332,69	332,69	332,69	293,55	1.957,00	0,00
19	10.00%	Otros utensilios (Prismaticos, botiquines, etc)	1.000,00	01/01/2021	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	600,00	400,00
20	10.00%	Otros utensilios (Prismaticos, botiquines, etc)	500,00	01/01/2024			100,00	100,00	100,00	100,00	400,00	100,00
TOTALES			67.814,00		6.656,57	6.656,57	7.163,55	9.968,05	9.971,47	9.971,04	50.187,25	17.626,75

Amortización escenario objetivo

Nº	Tipo1	DESCRIPCION DEL BIEN	Importe	Fecha Util.	Amort.2021	Amort.2022	Amort.2023	Amort.2024	Amort.2025	Amort.2026	A.ACUMULADA	PENDIENTE
1	1.50%	Acondicionamiento interno (obra local)	3.000,00	01/01/2021	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	270,00	2.730,00
2	5.00%	Mobiliario	1.500,00	01/01/2021	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	450,00	1.050,00
3	5.00%	Rotulos y carteles	2.000,00	01/01/2021	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	600,00	1.400,00
4	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2021	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	14.400,00	600,00
5	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2021	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	14.400,00	600,00
6	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2023			2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	9.600,00	5.400,00
7	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2024				2.400,00	2.400,00	2.400,00	7.200,00	7.800,00
8	16.00%	Accesorios 4x4	2.500,00	01/01/2021	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	2.400,00	100,00
9	16.00%	Accesorios 4x4	2.500,00	01/01/2023			400,00	400,00	400,00	400,00	1.600,00	900,00
10	16.00%	Accesorios 4x4	2.500,00	01/01/2024				400,00	400,00	400,00	1.200,00	1.300,00
11	12.50%	Limpiadora Kärcher 1.520	750,00	01/01/2021	93,75	93,75	93,75	93,75	94,01	-	469,01	280,99
12	17.00%	DJI Phantom 4 Pro V2	1.699,00	01/01/2021	288,83	288,83	288,83	288,83	288,83	254,85	1.699,00	0,00
13	17.00%	DJI Phantom 4 Pro V2	1.699,00	01/01/2023			288,83	288,83	288,83	288,83	1.155,32	543,68
14	17.00%	GoPro 8Hero black	295,00	01/01/2021	50,15	50,15	50,15	51,49	51,49	41,57	295,00	0,00
15	17.00%	GoPro 8Hero black	295,00	01/01/2021	50,15	50,15	50,15	51,49	51,49	41,57	295,00	0,00
16	17.00%	GoPro 8Hero black	295,00	01/01/2023			50,15	50,15	51,49	51,49	203,28	91,72
17	17.00%	GoPro Max	400,00	01/01/2021	68,00	68,00	68,00	69,82	69,82	56,36	400,00	0,00
18	17.00%	GoPro Max	400,00	01/01/2023			68,00	68,00	69,82	69,82	275,64	124,36
19	12.50%	kit de equipo Hp informatico + impresora	2.024,00	01/01/2021	253,00	253,00	253,00	253,00	253,00	253,00	1.518,00	506,00
20	17.00%	Aplicaciones informáticas	1.957,00	01/01/2021	332,69	332,69	332,69	332,69	332,69	293,55	1.957,00	0,00
21	10.00%	Otros utensilios (Prismaticos, botiquines, etc)	1.000,00	01/01/2021	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	600,00	400,00
22	10.00%	Otros utensilios (Prismaticos, botiquines, etc)	500,00	01/01/2024			100,00	100,00	100,00	100,00	400,00	100,00
23	10.00%	Otros utensilios (Prismaticos, botiquines, etc)	500,00	01/01/2024				100,00	100,00	100,00	300,00	200,00
TOTALES			85.814,00		6.656,57	6.656,57	9.963,55	12.868,05	12.871,47	12.671,04	61.687,25	24.126,75

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

Amortización escenario optimista

Nº	Tipo1	DESCRIPCION DEL BIEN	Importe	Fecha Util.	Amort.2021	Amort.2022	Amort.2023	Amort.2024	Amort.2025	Amort.2026	A.ACUMULADA	PENDIENTE
1	1.50%	Acondicionamiento interno (obra local)	3.000,00	01/01/2021	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	45,00	270,00	2.730,00
2	5.00%	Mobiliario	1.500,00	01/01/2021	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	450,00	1.050,00
3	5.00%	Rotulos y carteles	2.000,00	01/01/2021	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	600,00	1.400,00
4	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2021	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	14.400,00	600,00
5	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2021	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	14.400,00	600,00
6	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2022		2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	12.000,00	3.000,00
7	16.00%	ToyotaLand Cruiser	15.000,00	01/01/2023			2.400,00	2.400,00	2.400,00	2.400,00	9.600,00	5.400,00
8	16.00%	Accesorios 4x4	2.500,00	01/01/2021	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	2.400,00	100,00
9	16.00%	Accesorios 4x4	2.500,00	01/01/2022		400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	2.000,00	500,00
10	16.00%	Accesorios 4x4	2.500,00	01/01/2023			400,00	400,00	400,00	400,00	1.600,00	900,00
11	12.50%	Limpiadora Kärcher 1.520	750,00	01/01/2021	93,75	93,75	93,75	93,75	94,01	-	469,01	280,99
12	17.00%	DJI Phantom 4 Pro V2	1.699,00	01/01/2021	288,83	288,83	288,83	288,83	288,83	254,85	1.699,00	0,00
13	17.00%	DJI Phantom 4 Pro V2	1.699,00	01/01/2023			288,83	288,83	288,83	288,83	1.155,32	543,68
14	17.00%	Gopro 8Hero black	295,00	01/01/2021	50,15	50,15	50,15	50,15	50,15	41,57	292,32	2,68
15	17.00%	Gopro 8Hero black	295,00	01/01/2021	50,15	50,15	50,15	50,15	50,15	41,57	292,32	2,68
16	17.00%	Gopro 8Hero black	295,00	01/01/2022		50,15	50,15	50,15	50,15	51,49	252,09	42,91
17	17.00%	Gopro 8Hero black	295,00	01/01/2023			50,15	50,15	51,49	51,49	203,28	91,72
18	17.00%	Gopro Max	400,00	01/01/2021	68,00	68,00	68,00	68,00	68,00	60,00	400,00	0,00
19	17.00%	Gopro Max	400,00	01/01/2022		68,00	68,00	68,00	68,00	68,00	340,00	60,00
20	12.50%	kit de equipo Hp informatico + impresora	2.024,00	01/01/2021	253,00	253,00	253,00	253,00	253,00	253,00	1.518,00	506,00
21	17.00%	Aplicaciones informáticas	1.957,00	01/01/2021	332,69	332,69	332,69	332,69	332,69	293,55	1.957,00	0,00
22	10.00%	Otros utensilios (Prismaticos, botiquines, etc)	1.000,00	01/01/2021	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	600,00	400,00
23	10.00%	Otros utensilios (Prismaticos, botiquines, etc)	500,00	01/01/2022		100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	500,00	0,00
24	10.00%	Otros utensilios (Prismaticos, botiquines, etc)	500,00	01/01/2023			100,00	100,00	100,00	100,00	400,00	100,00
TOTALES			86.109,00		6.656,57	9.674,72	12.913,70	12.913,70	12.915,30	12.724,35	67.798,34	18.310,66

ANEXO 3. EJEMPLO PERMISO DE LA AUTORIDAD LOCAL

Junta de Castilla y León

Delegación Territorial de Soria

CLUB DEPORTIVO SORIA RAID 4X4
D. CRISTIAN CALONGE MIRALLES
C/ DOCTOR FLEMING, 17, 3 D
42005- SORIA

Denominación de la prueba: "I CONCETRACIÓN TIERRAS NUMANTINAS".

Organizador: CLUB DEPORTIVO SORIA RAID 4 X 4.

Fechas de celebración: 5, 6 y 7 de abril de 2018.

Examinado el expediente sobre autorización de la actividad referencia.

VISTOS: el Anexo II del Real Decreto 1428/2003, de 21 de noviembre, por el que se aprueba el Reglamento General de Circulación para la aplicación y desarrollo del texto articulado de la Ley sobre Tráfico, Circulación de Vehículos a Motor y Seguridad Vial, aprobado por el Real Decreto Legislativo 339/1990, de 2 de marzo, la Ley 7/2006, de 2 de octubre, de espectáculos públicos y actividades recreativas de la Comunidad de Castilla y León la demás normativa de pertinente aplicación, y los informes recibidos al efecto,

Esta Delegación Territorial, en virtud de las competencias que le confiere el Decreto 271/2001, de 5 de diciembre, por el que se regula la estructura orgánica y las competencias básicas de las Delegaciones Territoriales de la Junta de Castilla y León,

HA RESUELTO

Autorizar la celebración de la actividad "RUTA TURÍSTICA EN VEHÍCULOS TODO TERRENOS", los días 14 y 15 de abril de 2018.

En ningún caso podrá variarse la fecha de celebración y/o el recorrido sin la previa autorización de esta Delegación Territorial.

La Jefatura Provincial de Tráfico de Soria, comunica que para la celebración de la prueba denominada "RUTA 4X4 SORIA RAID-TIERRAS NUMANTINAS" organizada por el Club deportivo Soria Raid 4X4 prevista para los días 5,6 y 7 de abril de 2018, tengo a bien comunicarle que esta Jefatura Provincial de Tráfico emite informe favorable para la realización de la misma, con las siguientes recomendaciones e instrucciones:

NORMATIVA APLICABLE

Anexo II. Pruebas Deportivas, Marchas Ciclistas y otros eventos, del Real Decreto 1428/2003 de 21 de noviembre:

- Ninguna específica, solo normativa Reglamento General Circulación.

Seguridad Ciudadana

Es conveniente que la organización se ponga en contacto con la Unidad de Seguridad Ciudadana competente, al objeto de comunicar la celebración de esta marcha para que en la misma se tenga conocimiento y con el objeto de asegurar la protección de la seguridad ciudadana y de los participantes en las inmediaciones.

INSTRUCCIONES PARTICULARES A SEGUIR.

Se trata de una concentración de vehículos 4x4, los cuales hacen posteriormente rutas por diversas localidades, carreteras y caminos de la provincia de Soria, no obstante, estos vehículos deben circular como cualquier otro usuario de las vías, debiendo a su vez respetar:

- a) Los vehículos utilizados en la marcha si quieren circular por vías y caminos de esta demarcación deben reunir las condiciones técnicas y de documentación obligatorias por la legislación vigente tal y como es exigible al resto de usuarios de las vías por lo que deben ser vehículos aptos para la circulación.
- b) En el supuesto de reunir los vehículos las condiciones para ser aptos para la circulación y al no realizar ningún tipo de prueba dentro de las carreteras y/o caminos forestales afectados, no es necesaria la presencia de Fuerzas de esta Unidad al poder circular como cualquier otro usuario respetando en todo caso las disposiciones vigentes en el Reglamento General de Circulación.
- c) En el supuesto de que estos vehículos no sean aptos para la circulación (por no cumplir requisito exigible en el Reglamento General de Circulación, así como en el Reglamento General de Vehículos), en este caso los vehículos NO pueden circular por las carreteras y/o caminos forestales antes mencionados por lo que no será necesaria tampoco la presencia de fuerzas del Subsector.
- d) Los organizadores de la prueba no pueden cortar en ningún momento la circulación, si fuese necesario poner algún tipo de señalización esta deberá de respetar las señales reglamentarias colocadas en la vía. Siendo inmediatamente después del término de la prueba, retiradas por el propio personal de la organización.
- e) Sólo podrán circular por las vías y caminos aptos para la circulación de vehículos a motor, debiendo respetar las normas generales de circulación según el tipo de vía y vehículo utilizado.

En virtud de todo lo expuesto, **se considera VIABLE, siempre y cuando se cumplan todas y cada una de las prescripciones reflejadas en el presente informe.**

Así mismo, visto el informe del Servicio Territorial de Fomento de la Junta de Castilla y León en Soria, no hay inconveniente en la celebración de la prueba siempre que se cumplan las siguientes prescripciones:

1. Las informaciones colocadas en el itinerario para indicar la ruta, aprovisionamiento, control, etc, deberán ser retiradas, inmediatamente después de pasada la carrera por la Entidad organizadora de la prueba. Quedará ~~t~~o1minantemente prohibido pintar en el pavimento así como utilizar ningún elemento de la carretera para la colocación de anuncios, bien pintados directamente o superpuestos. De manera excepcional, cuando fuese preciso

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

pintar indicaciones, deberá realizarse con lechada de cal u otro producto factible de ser borrado rápidamente.

2. La prohibición anterior se entiende extendida a las zonas de influencia de la carretera.
3. Las sanciones a que hubiese lugar y los gastos que originase el retirar y borrar los anuncios publicitarios correrán a cargo de la entidad organizadora, y subsidiariamente, en su caso, del anunciante.
4. Los organizadores de la prueba responderán de cuantos daños puedan ocasionarse a las carreteras o a terceros con motivo de la celebración de la referida prueba, quedando obligados a reparar por su cuenta cualquier perjuicio o defecto que se produjese.
5. Cualquier variación que se introduzca en el itinerario, horario o fecha, se comunicará a esta Sección de Conservación y Explotación de la Junta de Castilla y León.
6. Esta autorización se limita a las carreteras de la red autonómica, que se ven afectadas por el itinerario de la prueba.

Visto el escrito de la Diputación Provincial de Soria, se informa favorablemente, condicionado a que el peticionario será responsable, tanto de la organización y seguridad de la prueba, como de los participantes y los usuarios de la misma a celebrar por las carreteras públicas afectadas.

Visto el informe de la Demarcación de Carreteras del Estado en Castilla y León, no hay inconveniente en la autorización de la actividad, siempre que se garantice la seguridad del tráfico en los tramos de carretera afectados, y que las interrupciones que se ocasionen a la circulación sean mínimas.

En cualquier caso, las informaciones colocadas en el itinerario para indicar la ruta, aprovisionamiento, control, etc., deberán ser retiradas inmediatamente después de la finalización de la citada actividad. Asimismo, en caso de que fuera preciso pintar indicaciones en la calzada, éstas deberán realizarse con lechada de cal u otro producto factible de ser borrado fácilmente.

Además, visto el informe del Servicio Territorial de Medio Ambiente de la Junta de Castilla y León en Soria, la actividad propuesta implica la realización, por parte de 50 vehículos formando grupos con un máximo de 10 vehículos, de 4 rutas por diversos parajes de la provincia de Soria.

La longitud aproximada de cada una de las rutas es la siguiente:

- Ruta 1: 123 Km
- Ruta 2: 105 Km
- Ruta 3: 187 Km
- Ruta 4: 128 Km

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

Según la documentación presentada, no se trata de una competición deportiva o automovilística, se respetarán los caminos marcados sin salirse de ellos y nunca se circulará campo a través.

Con carácter general, los principales riesgos de afección sobre el medio están ligados a una mala práctica en la conducción (circulación campo a través, exceso de velocidad, conducción agresiva, generación de residuos y basuras,...) y a la posibilidad de producir daños a las pistas por las que se transita, especialmente en condiciones meteorológicas adversas.

El trazado propuesto presenta algunos tramos problemáticos, por coincidir con áreas naturales sensibles, por discurrir fuera de pista o por apoyarse en caminos con problemas de conservación.

Una parte de la ruta coincide con el Área de Relevancia de la Alondra ricoti (*Chersophilus dupontii*), en la que está constatada la presencia de la especie. Dada la fecha, coincidente con el periodo de reproducción de la alondra, se hace necesario modificar el recorrido para evitar efectos negativos sobre una especie calificada como "vulnerable" en el Catálogo Español de Especies Amenazadas.

También se detectan problemas en el tránsito por en el entorno de las zonas húmedas "Majada Lobito" (SO-12) y "Laguna de Villaciervos" (SO-28), en el que parte del recorrido se realiza fuera de pistas.

En el camino interior del MUP 165 "Hermandad" perteneciente al Ayuntamiento de El Royo, los promotores deben tener en cuenta que se encuentra cerrado al tránsito por la entidad propietaria, a quién, en su caso, se deberá solicitar autorización expresa para poder circular.

El conjunto de tramos afectados por las limitaciones se refleja en el anexo gráfico, junto con la propuesta de trazados alternativos.

Además de lo anterior, los promotores deben tener en cuenta que transitan por terrenos cinegéticos constituidos como cotos privados de caza, y que la fecha elegida para la realización de la actividad se encuentra incluida dentro del periodo hábil del corzo por lo que se pueden estar realizando actividades cinegéticas en el entorno.

Dadas las características de la actividad, este Servicio informa favorablemente su tránsito por las Vías Pecuarias y los montes de U.P. afectados.

CONDICIONES:

1. Antes de iniciarse la actividad, responsables deberán ponerse en contacto con los Agentes Medioambientales de la zona (ver anexo I), cuyas indicaciones en el tránsito por los terrenos forestales deberán ser atendidas.
2. Para evitar efectos negativos sobre los valores naturales del entorno o sobre el estado de algunas pistas forestales, se deberán modificar los trazados, al menos, en los tramos señalados en el anexo II. Además, se deberán respetar cuantas limitaciones o prohibiciones al tránsito puedan establecer los responsables o titulares de los caminos.
3. Con las excepciones recogidas en el punto anterior, el recorrido se deberá ajustar estrictamente al previsto, según figura en el programa presentado.

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

4. La organización deberá contar con la autorización de los propietarios públicos y privados de terrenos que puedan ser afectados por la actividad.
5. El tránsito ganadero tendrá siempre prioridad sobre cualquier uso compatible o complementario de las vías pecuarias. La organización deberá adaptar sus horarios si se produjese coincidencia con los rebaños.
6. La circulación por las pistas forestales se realizará respetando el código de circulación y procurando no dificultar el tránsito del resto de los vehículos. La velocidad en estas pistas será inferior a 30 Km/h. Los participantes se dividirán en grupos no superiores a 5 vehículos.
7. Todas las porterías que se encuentren cerradas, deberán quedar de la misma manera tras el paso de los vehículos. Los organizadores serán responsables de los daños que pueda ocasionar el ganado en caso de escaparse de sus recintos.
8. En ningún caso, la realización de la actividad propuesta supondrá la alteración o destrucción de la vegetación existente.
9. No se permitirá la realización de ningún tipo de inscripción, señal, signo o dibujo en árboles u otro elemento del medio natural ni la colocación de carteles en los espacios naturales mencionados anteriormente. En el resto del trazado se evitará la realización de inscripciones, señales, signos y dibujos en árboles o cualquier elemento del medio natural. Las posibles señales que se instalen en el medio natural deberán ser retiradas inmediatamente después de su realización.
10. Durante el desarrollo de la prueba podría estar realizándose actividades cinegéticas en la zona, por lo que deberá ponerse en contacto con los titulares de los Cotos Privados de Caza afectados, para evitar posibles interferencias entre ambas actividades. En todo caso, si en el recorrido se encontraran señales advirtiendo de la realización de cacerías, deberá interrumpirse la marcha y buscar una nueva alternativa.
11. Los vehículos deberán estar equipados con los dispositivos silenciadores propios de su homologación. Los participantes evitarán la realización de ruidos innecesario que perturben la tranquilidad del medio.
12. Se pondrá especial cuidado en evitar los vertidos de carburantes, aceites y otras sustancias contaminantes.
13. En caso de haber llovido o nevado recientemente, para evitar el deterioro de los caminos se deberá concentrar la ruta en pistas o carreteras asfaltadas.
14. En todo caso, el estado de los firmas deberá permanecer inalterado. Los organizadores deberán reparar los daños o desperfectos que se produjeran como consecuencia de la realización de la actividad.
15. En caso de realizarse refrigerio en cualquier paraje de la ruta, el lugar quedará absolutamente limpio, debiendo recogerse cualquier desperdicio o basura y trasladarlo a los contenedores situados en las localidades más próximas.
16. La organización deberá poner las normas anteriores en conocimiento de todos los participantes y responsabilizarse de su cumplimiento por parte de aquellos. Así mismo se responsabilizará de la observancia y respeto de cuantas restricciones y disposiciones se establezcan en la vigente normativa en materia de incendios forestales, montes, caza, pesca y conservación de la naturaleza.

Este informe se emite sin perjuicio de otros que fueran obligatorios.

Plan de Empresa de Off-Road Paradise

Conviene advertir que el presente informe se emite exclusivamente a los efectos de la evaluación de las afecciones del proyecto o actividad sobre los valores naturales indicados, y en ningún caso constituye título alguno para la realización de la actividad ni sustituye a las posibles autorizaciones que fueran necesarias.

Visto el escrito del Ayuntamiento de Soria, se informa que no existe ningún inconveniente en la celebración de la prueba, si bien la organización ha de estar en posesión de todas las autorizaciones legales establecidas, así como contratados todos los seguros de responsabilidad u otros que las leyes establezcan, así como respetar la normativa de Tráfico y Medioambiental.

Además la organización ha de garantizar la seguridad de los participantes, y en su caso, de los espectadores, debiendo asumir por completo el desarrollo de la prueba.

No se garantiza la presencia policial.

Visto el escrito del Ayuntamiento de Fuentes de Magaña, no existe inconveniente en la celebración de la prueba Ruta de Vehículos 4x4, en ese término municipal con la condición de que el acceso al dinosaurio se haga a pie, y no con los vehículos.

En el caso de necesitar la presencia y/o colaboración de la Guardia Civil, el organizador deberá solicitarlo expresamente en la Subdelegación de Gobierno de Soria.

Contra esta Resolución, que no agota la vía administrativa, podrá el interesado interponer recurso de alzada ante la Agencia de Protección Civil (Junta de Castilla y León) en el plazo de un mes a contar desde el día siguiente al de su notificación o cualquier otro legal que crea oportuno para la defensa de sus derechos o intereses legítimos.

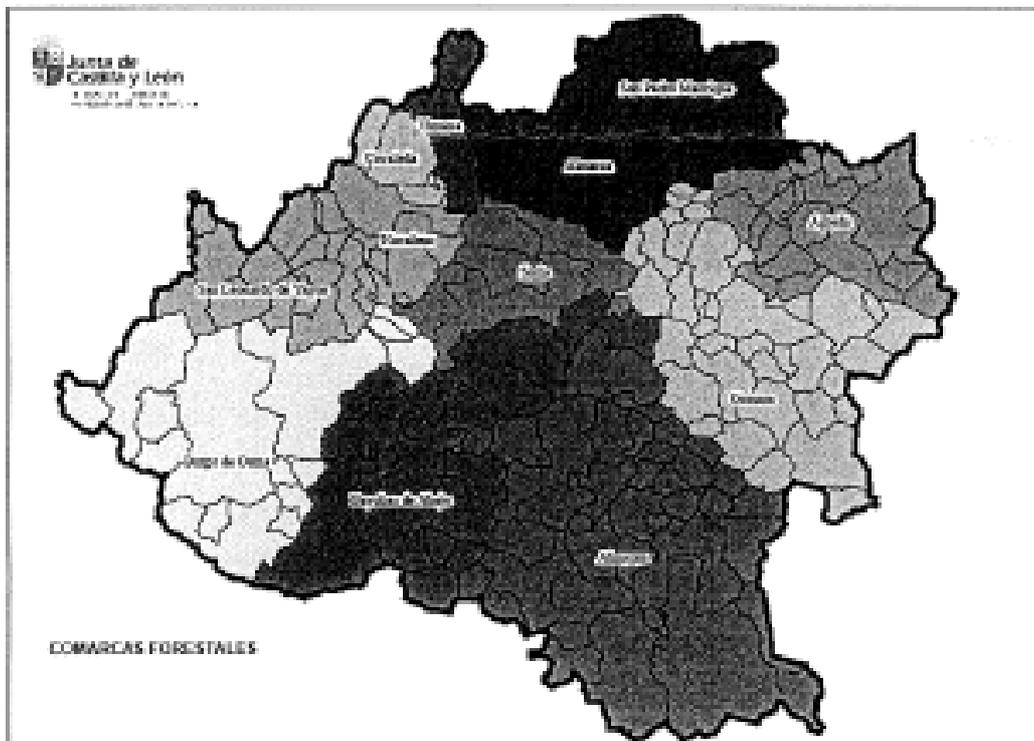
Soria, 4 de abril de 2019
EL DELEGADO TERRITORIAL



Plan de Empresa de Off-Road Paradise

ANEXO I: COMARCAS FORESTALES

COMARCA FORESTAL	TELÉFONO FIJO	TELÉFONO MÓVIL
Soria	975 236 904	639 654 694
Navaleno	975 374 014	639 665 382
San Leonardo de Yagüe	975 376 685	639 658 355
Almazán	975 300 377	689 691 270
Bayubas de Abajo	975 365 027	639 665 436
El Burgo de Osma	975 341 182	638 607 643
San Pedro Manrique	975 381 018	639 655 184
Ágreda	976 196 060	679 351 575
Gómara	975 380 297	680 357 728
Covaleta	975 370 034	616 664 663
Vinuesa	975 378 005	689 588 912
Almarza	975 250 232	689 277 844
C.P.M. (Centro Provincial de Mando)	975 226 611	975 223 808



ANEXO III: MODIFICACIONES A LAS RUTAS PROPUESTAS

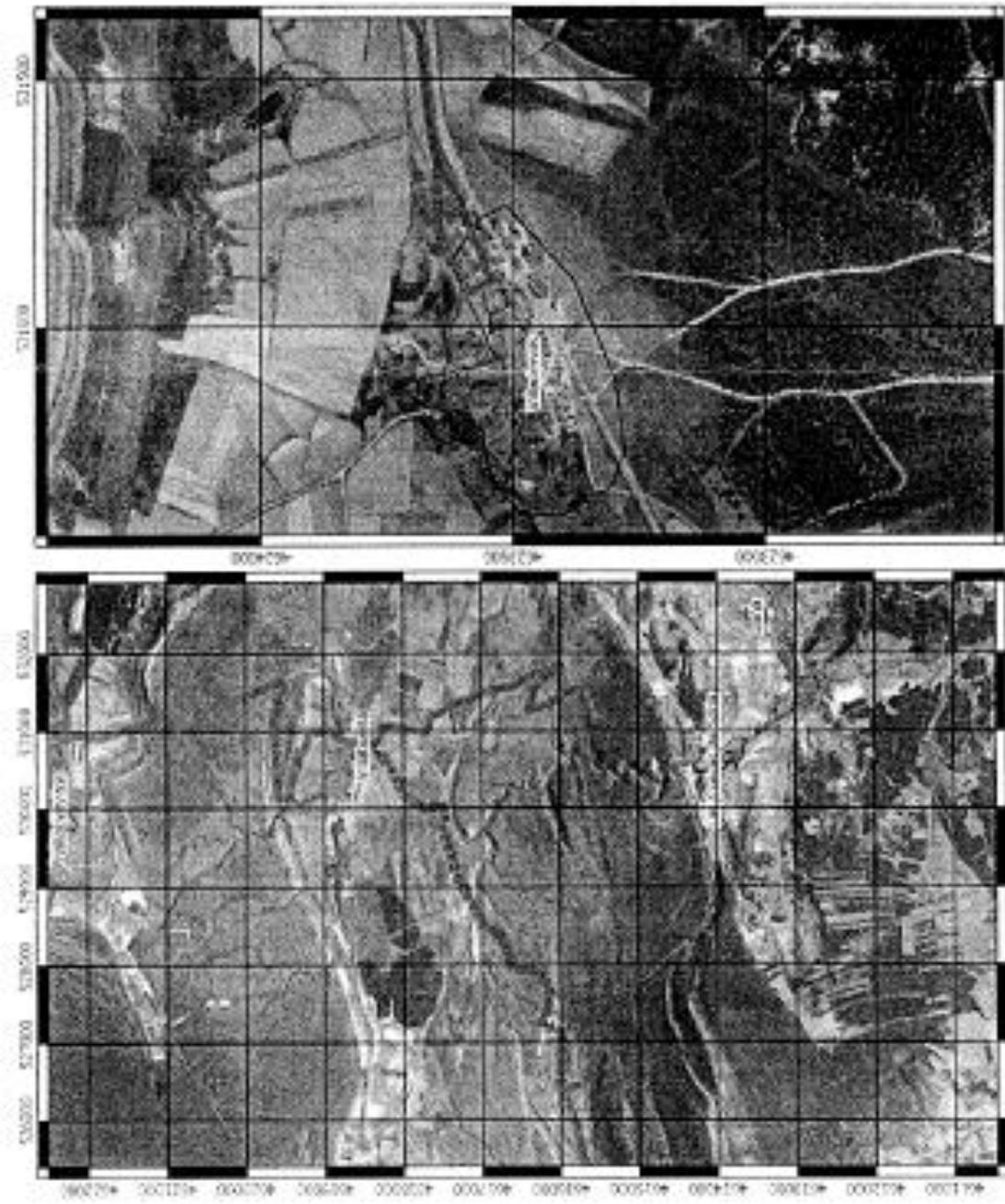
Concentración de rutas por la provincia "Tierras Numantinas" Ruta 1

Leyenda

- Ruta autorizada
- Tramo no autorizado

FECHA: Marzo 2019
ESCALA: Varios
ETRS 89-ARCSO 3D

Autoría de Castilla y León
Comisión de Fomento y Medio Ambiente
Consejo Insular de la Red de Espacios de Interés Regional



Concentración
de rutas
por la provincia

"Tierras
Numantinas"

Ruta 3

Leyenda

— Ruta autorizada

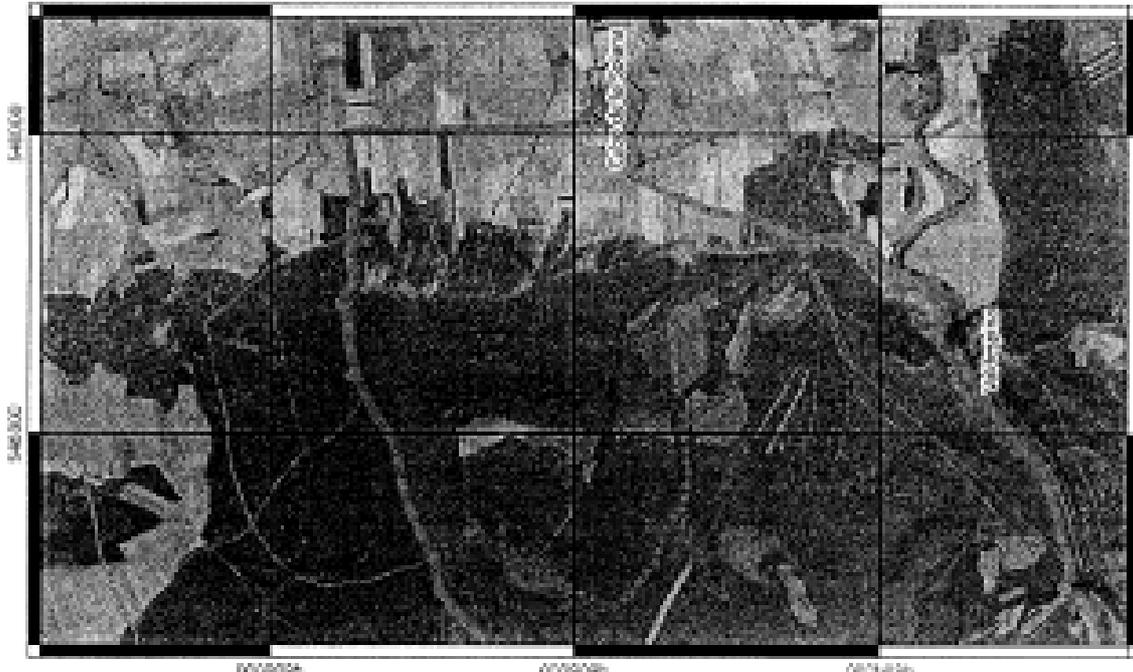
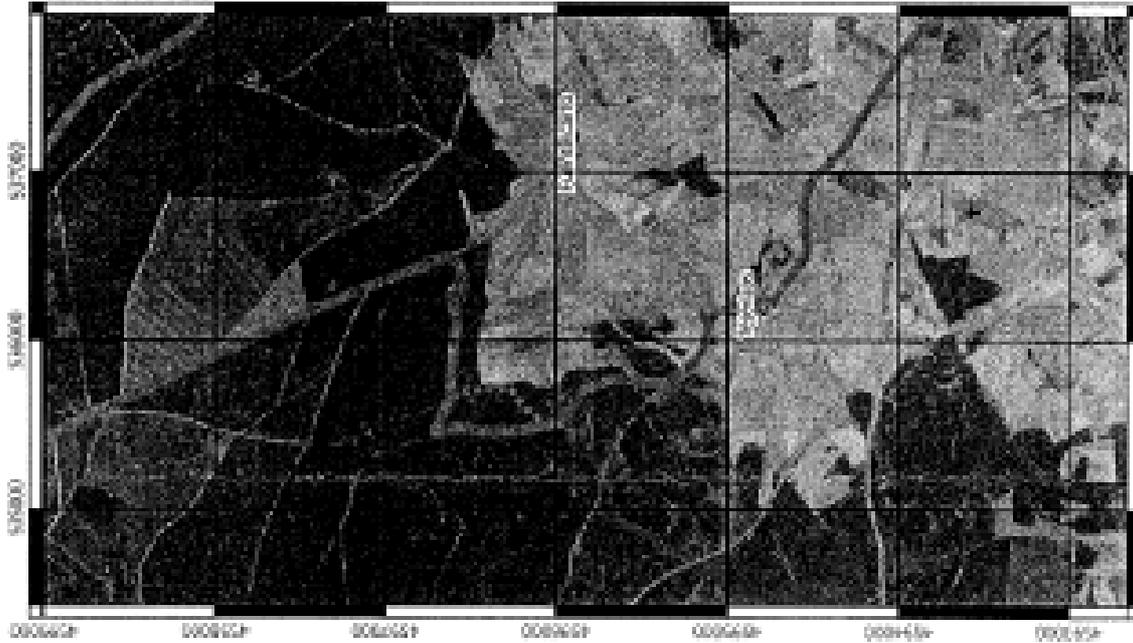
--- Tramo no autorizado

FECHA:
Abril 2019

ESCALA:
Varias

ETRS 89 HUSO 30

Ajunta de
Castilla y León
Departamento de Infraestructuras y Movilidad



Concentración
de rutas
por la provincia

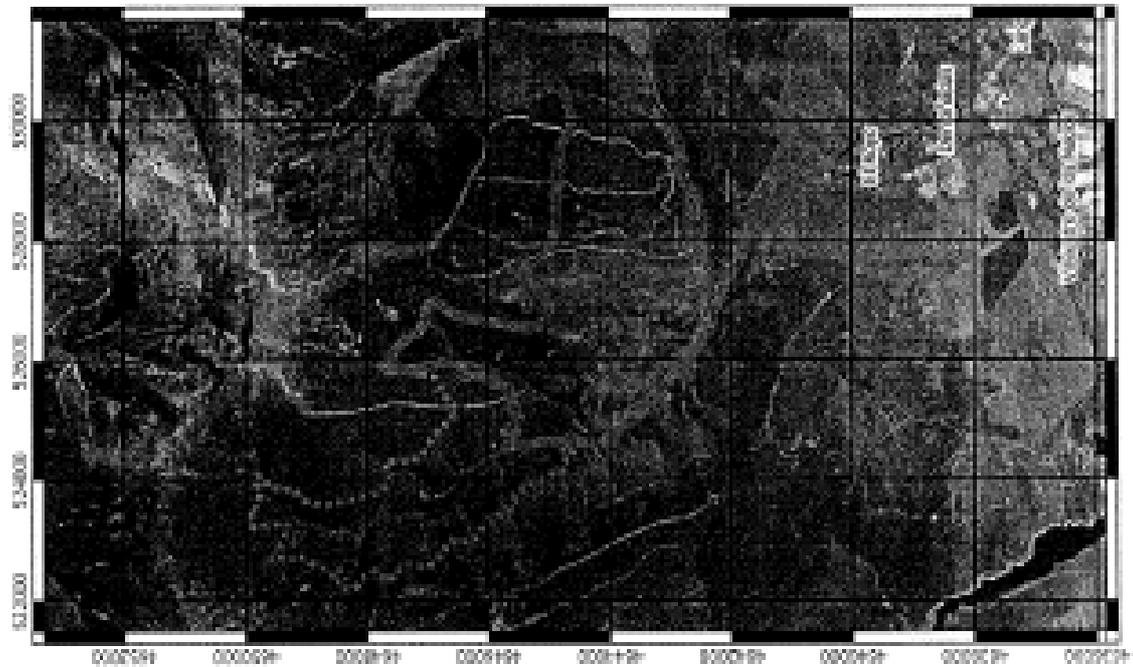
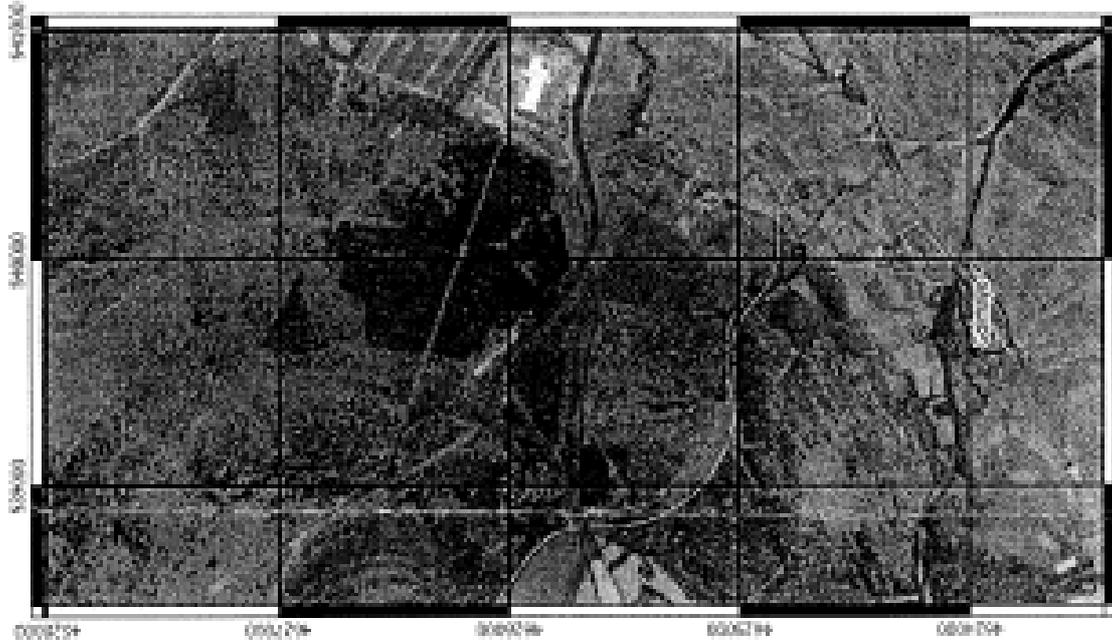
"Tierras
Numantinas"

Ruta 4

Leyenda

- Ruta autorizada
- Tramo no autorizado

	FECHA: Abril 2019
	ESCALA: Varias
ETRS 89 HUSO 30	
 Junta de Castilla y León <small>Consejería de Asesoría e Estudios Territoriales Servicio Territorial de Información del Territorio</small>	



Plan de Empresa de Off-Road Paradise

JUSTIFICANTE DE PRESENTACIÓN

Oficina de registro: JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN. DELEGACIÓN TERRITORIAL EN SORIA.

Fecha y hora del registro de salida: 4/04/19 8:57

Número del registro de salida: 201910700011058

Origen: 1007 - DELEGACION TERRITORIAL DE SORIA
0 - JUNTA DE CASTILLA Y LEON

Destinatario: CLUB DEPORTIVO SORIA RAID 4X4 -

Resumen: REMISIÓN RESOLUCIÓN AUTORIZANDO AL CLUB DEPORTIVO SORIA RAID 4X4 LA "I CONCENTRACIÓN TIERRAS NUMANTINAS" DÍAS 5 , 6 Y 7 DE ABRIL DE 2018

Documentación física requerida: Sí

Documentación física complementaria: NO

El registro realizado está amparado en el artículo 16 de la Ley 39/2015, de 1 de octubre, del Procedimiento Administrativo Común de las Administraciones Públicas.

De acuerdo con el artículo 31.2b de la citada Ley 39/2015, a los efectos del cómputo de plazo fijado en días hábiles, y en lo que se refiere al cumplimiento de plazos por los interesados, la presentación en un día inhábil se entenderá realizada en la primera hora del primer día hábil siguiente salvo que una norma permita expresamente la recepción en día inhábil.