

300 planes de negocio

**Plan de negocio
CAMPING**

Sector de Hostelería, Restauración y Turismo

Datos de 2006



UNIÓN EUROPEA
Fondo Europeo de
Desarrollo Regional

Una manera de hacer Europa

Este documento es una de las medidas llevadas a cabo dentro de la Red de Emprendedores de los Montes de Granada, que se integra en el proyecto TEMA (Proyecto integrado de desarrollo sostenible de los TERRITORIOS DE MONTAÑA en la provincia de Granada) - Proyectos cofinanciados por el Fondo Europeo de Desarrollo Regional en un 70%, en el marco del Programa operativo de Andalucía 2007 - 2013, con cargo a la convocatoria de 2007 de la Secretaría de Estado de Cooperación Local, para la cofinanciación de proyectos de desarrollo local y urbano-.

1. DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

En este proyecto se describe la creación de un camping, también denominados campamentos de turismo. Se trata de espacios de terreno debidamente delimitados y acondicionados, que ofrecen a los clientes un lugar para hacer vida al aire libre durante un tiempo determinado con fines vacacionales y turísticos, utilizándose como residencia albergues móviles, caravanas o tiendas de campaña.

Según la normativa vigente, los acampamentos de turismo se clasifican de acuerdo con sus instalaciones y servicios, en las cuatro categorías siguientes: lujo, primera, segunda y tercera. Para este proyecto vamos a considerar un camping de tercera clase, debido a que la inversión requerida para un camping de estas características será menor.

Además, este tipo de alojamiento se divide en cuatro modalidades distintas en relación a la ubicación de las instalaciones. Así, podrán ser campings de playa, rurales, de ciudad o de carretera. Este proyecto versará sobre un camping de ciudad.

1.1. Aspectos jurídicos específicos a considerar en la creación del negocio

Los campamentos de turismo deben cumplir, para poder funcionar, unos requisitos mínimos establecidos por la comunidad autónoma a la que pertenecen.

La comunidad autónoma de Andalucía se rige por las siguientes:

- **Decreto 164/2003, de 17 de junio, de ordenación de los campamentos de turismo.**
En este decreto se hacen alusiones a legislaciones referidas a temas muy variados como el acceso de minusválidos, gestión de residuos, protección ambiental, ordenación urbanística, etc.
- **Ley 12/1999, de 15 de diciembre, del turismo.**

La actividad de la práctica del camping está sujeta a autorización administrativa. Se establece la necesidad de obtención de autorización administrativa, y se determina el correspondiente procedimiento de autorización, dividido, como regla general, en dos fases:

- Solicitud de autorización de instalación y clasificación (con presentación del Proyecto, Memoria, Certificaciones y demás documentación exigida).
- Obtención de la autorización de apertura, una vez que la Administración ha inspeccionado las obras, instalaciones y servicios realizados.

Por otra parte, un camping de tercera categoría exige disponer en sus instalaciones de un bar. Por ello, habrá que atender a la legislación referida a este tipo de establecimientos:

- Ordenanza Municipal de Actividades (Boletín Oficial de la Provincia).
- Ley 7/1994 de Protección Ambiental (BOJA nº 79/31-05-94).
- Reglamentación técnico-sanitaria, por la seguridad e higiene en la manipulación de alimentos (Ley General de la Salud, Reglamento sobre vigilancia y control de alimentos y bebidas, Tít. VI, Cap. II).
- Normativa sobre envases y residuos generados (Ley 11/97 del 24 de abril, según Directiva 94/62/CE).
- Dirección General de la Vivienda, la Arquitectura y el Urbanismo, Ministerio de Fomento (Secretaría de Estado de Infraestructuras), sobre la normativa en la densidad de ocupación a aplicar, en las zonas de un bar.
- Decreto 262/1988, de 2 de Agosto, Libro de sugerencias y reclamaciones de la Junta de Andalucía (BOJA de 17 de Septiembre).
- Real Decreto del Ministerio de Economía y Hacienda, sobre Ordenación del Comercio Minorista.

Con todo ello, habrá que cumplir toda normativa vigente en materia de: publicidad de precios y facturación, sanidad, seguridad, industria, protección al consumidor y accesibilidad a discapacitados.

Otra cuestión muy importante a tener en cuenta es la referente a la adecuación del local ya que, al tratarse de una actividad clasificada, será necesario cumplir una serie de requisitos sobre instalación eléctrica, salidas de humos, etc.

Además, el lugar deberá contar con una sala de cura, por lo que será necesario cumplir con la legislación referida a Centros y Establecimientos Sanitarios de Andalucía.

1.2. Perfil del emprendedor

En principio, la persona interesada en llevar a cabo un proyecto como el que se describe no tiene que disponer de un perfil concreto, ya que no se exige formación específica para embarcarse en negocio de este tipo. En cualquier caso, esta persona debe estar dispuesta a acometer un proyecto de gran dimensión, que requerirá una inversión muy importante, por lo que la dedicación al futuro campamento de turismo debe ser total.

Por lo tanto, montar un camping, puede resultar interesante para aquellos propietarios de fincas o terrenos próximos a algún punto con atractivo turístico y que encuentren en el campamento turístico un motivo para su explotación.

También es necesario que las personas que vayan a desarrollar este negocio tengan habilidades en la atención al cliente, dotes comerciales y un buen desempeño del trabajo.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. El sector

El sector turístico de Andalucía ha experimentado un proceso de expansión más pronunciado que cualquier otra actividad, situándose en la actualidad como la primera actividad económica de Andalucía. Estamos ante un sector estratégico por su aportación directa a la creación de riqueza y por su repercusión en otras áreas productivas, como el sector primario, la industria y el comercio, de manera que sus efectos totales en la economía regional representan el 19,2 % del PIB y el 11,7 % del empleo.

En los últimos años se han realizado considerables avances en infraestructuras, planificación y regulación, gracias a la aplicación de una acertada política turística autonómica, aunque se mantienen algunas características heredadas de tiempos anteriores como la excesiva concentración estacional y de destinos o el desequilibrio entre oferta y demanda.

Por su parte, cuando hacemos referencia a un camping, hablamos de un establecimiento que ofrece ventajas de tipo económico frente a estancias en hoteles, pensiones o apartamentos alquilados. Además, este tipo de alojamiento destaca por el contacto directo con la naturaleza.

En las últimas décadas, los campings han experimentado un fuerte crecimiento en España, tanto en número (alrededor de un 53%) como en plazas (un 62%). Aunque están presentes en todas las provincias, se ubican mayoritariamente en zonas costeras, superando en muchas localidades a los alojamientos hoteleros.

Según estimaciones del sector, a finales de 2006 serán unos cuatro millones y medio de personas las que hayan visitado alguno de los campings españoles, lo que supone una cifra a tener en cuenta.

Como nota negativa de este tipo de establecimientos, Consumer, revista especializada en la materia, después de haber llevado a cabo distintos estudios, ha estimado que la categoría y el precio de un camping no siempre son fiel reflejo de la calidad de sus

servicios, que el equipamiento del 20% de los recintos no satisface las necesidades básicas de sus usuarios, que la mitad de los campings no está adaptados para minusválidos, y que hay grandes diferencias en el espacio medio por usuario en función de la región en que nos encontremos.

En cambio, estos estudios han revelado algunas notas positivas a tener en cuenta. Así, sólo un 8% de los campamentos turísticos carecen de bar en sus instalaciones, el 62% cuentan con al menos una piscina, y casi el 70% está equipado con alguna otra instalación deportiva.

En los últimos años, se ha producido una corriente de regulación de la actividad de los campamentos de turismo en casi todas las comunidades autónomas (salvo La Rioja y Canarias), dictándose normas propias que establecen las condiciones de autorización, apertura, requisitos técnicos generales y de clasificación estos establecimientos.

En otro orden de cosas, está previsto que en Enero de 2007 se celebre la primera edición del Salón Internacional de Camping Profesional (Procamping), debido al auge que el segmento camping está experimentando en los últimos años, lo que conlleva una continua actualización y renovación del equipamiento por parte de los fabricantes del mismo.

En definitiva, estamos ante un segmento con interesantes posibilidades aún por descubrir. Para ello, se deberá contar con medios y posibilidades de inversión suficientes para llevar a cabo la puesta en marcha y gerencia de este negocio. Aunque se pueden obtener atractivas rentabilidades, el capital necesario para empezar es elevado. En caso de que en solitario no se pueda hacer frente a los primeros gastos, una alternativa es asociarse para compartir el riesgo.

2.2. La competencia

La competencia estará formada por los siguientes establecimientos y alojamientos:

- *Establecimientos hoteleros*: dentro de este grupo se encuentran alojamientos como hoteles, apartahoteles, moteles, hostales, paradores, pensiones o albergues. Pueden ser de distintas categorías en función de distintas variables. Las diferencias entre unos y otros vienen dados por los servicios ofertados, las comodidades, así como por la ubicación y la calidad de las instalaciones.
- *Apartamentos turísticos*: ya sean pisos, chalets, bungalows, etc.

Alojamientos de turismo rural: entre los que se encuentran las casas rurales, las posadas y los centros de turismo rural.

2.3. Clientes

En principio, no puede decirse que los clientes de un camping sean de un tipo definido. En este sentido, lo más habitual es identificar al consumidor de un servicio de este tipo con una persona de edad joven-media, en fines de semana.

Sin embargo, los usuarios de camping son personas muy variadas, de todas las edades y sexos, y no sólo grupos de amigos, sino familias enteras que alquilan una parcela durante largos períodos de tiempo, llegando incluso a montar sus propios "hogares" en estos terrenos.

En cuanto a las nacionalidades, se puede decir que los clientes de estos alojamientos son españoles y extranjeros casi a partes iguales (existe una ligera ventaja del inquilino español). Dentro de los extranjeros destacan sobremanera los huéspedes alemanes y de los países bajos, que acaparan más de la mitad de la clientela foránea.

3. LÍNEAS ESTRATÉGICAS

Para que el proyecto se lleve a cabo con la mayor eficiencia posible es importante establecer unas líneas de actuación, que nos ayuden a conseguir los mejores resultados:

Nivel de calidad óptimo

El criterio de calidad se basa en conseguir cubrir las expectativas que cada usuario se hace de nuestro servicio. Las expectativas hacia el servicio de camping se basan en la información que el cliente ha recibido a través de distintos canales.

Al acudir a solicitar información, se informará sobre los servicios que pueden disponer en las instalaciones, cuales se incluyen en el precio base y cuáles resultan opcionales y suponen un coste extra, de la normativa interna del camping, de los horarios y en definitiva de todos los datos que creamos necesarios para la correcta comprensión de la filosofía del servicio. Si el cliente queda satisfecho con el servicio dado, y no presenta ninguna queja al respecto, es muy probable que se consiga la fidelización del cliente para próximas estancias.

Gestión eficaz de las instalaciones

En este sentido, es conveniente rodearse de personal cualificado, que se reparta todas las tareas que conlleva un campamento turístico, de gestión, mantenimiento, limpieza, etc.

Búsqueda de subvenciones

Debido al gran desembolso económico que requiere un alojamiento de este tipo, es conveniente que se haga lo posible por encontrar ayudas procedentes de la Unión Europea o del gobierno regional que puedan aliviar el esfuerzo económico.

Camping de bajo impacto ambiental

De esta manera, se crea un valor añadido de manera que se mantengan, en la medida de lo posible, las zonas verdes y ajardinadas; así como que se procure minimizar la contaminación y del consumo de energía, algo que los clientes de este tipo de establecimiento suele valorar en gran medida.

Actividades y servicios

El camping debe ofertar, en la medida de lo posible, el mayor número de actividades posibles, como competiciones o juegos, en los que puedan participar personas de todas las edades, que hagan que los huéspedes pasen el mayor rato posible en las instalaciones y queden satisfechos con ello.

Por su parte, los servicios que oferta un camping serán los que, fundamentalmente, determinen la categoría del mismo. Así, para este proyecto se está estimando un camping de tercera categoría, debido a que se está estimando la menor inversión posible.

Sin embargo, dentro un campamento de tercera categoría se podrán ofertar una gran variedad de servicios, como tomas de agua para caravanas, zonas de sombra, programas de animación... En cualquier caso, a medida que vaya avanzando el negocio, estos servicios ofertados podrán ir aumentándose, de manera que se cree una diferenciación importante con el resto de campamentos turísticos de la misma zona.

Sello de calidad

El Instituto para la Calidad de Campings de España (ICCE) otorga este sello de calidad a aquellos campamentos que cumplen con unos determinados requisitos en sus instalaciones y servicios.

Ubicación del camping

Para este proyecto se ha planteado un camping de ciudad, por lo que éste deberá estar lo menos alejado posible de la localidad en cuestión, de manera que el desplazamiento sea lo menos molesto y lo menos largo posible.

Ambiente tranquilo, seguro y familiar

Unos de los aspectos más valorados por los huéspedes de un camping es la tranquilidad y seguridad que se ofrece. Por ello, es importante que los clientes tomen conciencia del régimen interno y se respeten las horas de descanso en las instalaciones, así como que haya un empleado de seguridad velando por la misma, principalmente en horas nocturnas.

4. PLAN COMERCIAL

4.1. Servicios y desarrollo de las actividades

En primer lugar, el servicio principal que ofertará un camping será el de alojamiento en las distintas parcelas. Éstas deberán ser de, al menos, 55 m² cada una. Este servicio se desarrollaría de la siguiente manera:

- Atención al cliente: el cliente llega a la recepción y solicita una parcela para un número de personas determinado, ya sea para tienda de campaña o para caravana. Se le ofrecen aquellas que están libres, explicándoles la ubicación de las mismas, así como los servicios de los que dispone (luz, agua, aparcamiento, etc.)
- Acompañamiento a la parcela: una vez que se haya decidido se le tomarán los datos pertinentes, y se le acompañará al lugar elegido, para que el/los huéspedes se vayan instalando.
- Cobro: una vez que haya terminado la estancia, el cliente deberá pasarse por la recepción para llevar a cabo el pago en función del número de días de alojamiento, así como de los servicios y suministros contratados

Además de este servicio principal, un camping de tercera categoría deberá contar con las siguientes instalaciones:

- Bar: los productos que se comercializarán en este establecimiento se dividen en bebidas (cerveza, agua mineral, refrescos, cafés, etc.); comidas (tapas y aperitivos); y postres (helados, tartas, fruta, etc.).
- Sala de curas: espacio reservado para la atención médica de primeros auxilios ante posibles incidentes.
- Aparcamientos: Los campamentos de turismo dispondrán, al menos de un número de plazas de estacionamiento igual a la tercera parte de su capacidad máxima de alojamiento.

Con todo ello, un campamento turístico de tercera categoría deberá estar acondicionado de tal forma que cuente con los siguientes servicios:

- 1 lavabo cada 12 parcelas.
- Agua caliente en, al menos, el 20% de los lavabos.
- 1 ducha cada 14 parcelas, con una superficie de 1 m², en cabinas individuales y con agua caliente de forma permanente.
- 1 evacuatorio cada 12 parcelas, tipo taza o placa.
- 1 lavadero cada 36 parcelas.
- 1 fregadero cada 28 parcelas.
- 1 lavapiés cada 150 parcelas.
- Agua caliente sanitaria.
- Accesorios: espejos, toalleros, perchas y estanterías.

Por otro lado, el camping podrá ofrecer a sus clientes una serie de servicios adicionales no obligatorios, pero que pueden ayudar, en gran medida, a diferenciar el campamento de otros. Entre ellos están los de instalaciones deportivas, piscina, lavacoche, lavandería, parque infantil,...

4.2. Precios

Según establece el Decreto 164/2003, de 17 de junio, de ordenación de los campamentos de turismo, los precios de los servicios ofrecidos por los campamentos de turismo son libres. Además, esos precios podrán ser modificados a lo largo del año, comunicándolo a la delegación Provincial de la Consejería de Turismo y Deporte.

A pesar de lo establecido en la norma descrita, no se deberán fijar precios abusivos en ningún caso, y siempre establecerlos en función de la categoría del camping y de las tarifas de la competencia.

Los precios, así como las facturas correspondientes a los servicios turísticos efectivamente prestados, deberán estar desglosados por conceptos y redactadas, al menos, en castellano.

Con todo ello, el camping deberá entregar un justificante de todos los servicios cobrados (estancia, número de personas, vehículos, elementos de acampada, etc.).

4.3. Comunicación

Antes del comienzo de nuestra actividad se debe de poner en marcha una campaña de promoción, intentando captar el mayor número de clientes que aseguren el buen inicio de nuestra actividad.

Como técnicas de atracción de clientela destacamos:

- o La inserción de anuncios en las páginas amarillas, en prensa o en revistas especializadas.

Para ello es conveniente la creación de un eslogan. Con ello se pretende implantar un lema del negocio, que suele ser corto, y que pretende ser lo más impactante posible para el cliente potencial, de manera que el posible huésped se sienta atraído nada más escucharlo.

- o Anunciarse a través de Internet. Para ello, se podrá disponer de anuncios en páginas especializadas en camping y en otras páginas para la búsqueda de alojamientos turísticos en general. Además, se podrá crear la propia página Web del campamento turístico, ya que es algo muy valorado a la hora de elegir alojamiento por los clientes. La página Web del negocio debe ser lo más completa posible, con distintas secciones como instalaciones, servicios, actividades, tarifas, reservas, fotos, etc.
- o Participación en ferias y salones temáticos de camping que se vayan a celebrar a nivel regional y nacional, ya que supone una forma interesante de dar a conocer las instalaciones y los servicios que ofrece el campamento turístico.
- o Llegar a acuerdos y colaboraciones con agencias de viaje, de manera que éstas le ofrezcan a sus clientes la posibilidad de alojarse en el camping, como una alternativa más.

No hay que olvidar que el boca-boca es muy efectivo y que dependerá, en todo caso, de la satisfacción de los clientes que ya hayan probado los servicios.

5. ORGANIZACIÓN Y RECURSOS HUMANOS

5.1. Personal y tareas

El personal del camping, a la hora de empezar la actividad, estará compuesto por los siguientes perfiles:

- **Emprendedor/Gerente:** que realizará todas las tareas de organización y gestión del camping. Además desarrollará las actividades comerciales (política de precios, estudios de costes, marketing, promociones y merchandising).
- **Recepcionista:** sus funciones principales serán las labores administrativas, destacando la de atención al público. Así, llevará cabo la gestión de reservas y facturas, atención telefónica y presencial, venta de servicios, entrega de números de parcelas, gestión de caja, etc.
- **Ayudante de recepción:** colaborará con la persona encargada de la recepción, fundamentalmente en las épocas con mayor volumen de negocio.
- **Controlador/a:** sus funciones consistirán, básicamente, en el control de acceso al camping.
- **Vigilante:** esta persona será la encargada de velar por la seguridad y tranquilidad en el campamento turístico, durante la noche.
- **Técnico/a de mantenimiento:** Su labor consistirá en el mantenimiento preventivo y correctivo de los servicios e instalaciones del camping a nivel eléctrico y mecánico, así como la optimización de procesos.
- **Personal de limpieza:** llevará a cabo las tareas de limpieza en general.
- **Cocinero/a:** se encargará fundamentalmente de organizar la cocina del bar y elaborar los productos.
- **Camarero/a:** realizará labores de servir mesas combinándolo con la atención en la barra.

- **Animador/a:** será la persona encargada de la organización de las actividades de juegos y competiciones en las instalaciones del camping, sobre todo cuando la ocupación del campamento sea mayor.

HORARIOS

En principio, el horario de recepción del camping podría ser de 9:00 a 14:00 horas y de 16:00 a 22:00 horas, o bien con horario ininterrumpido.

Para las épocas de mayor afluencia de clientes, será necesario un horario ininterrumpido de oficina.

5.2. Formación

En principio, las necesidades de formación afectarán a los siguientes puestos de trabajo:

- **Gerente:** Se requiere que la persona que gestione el negocio tenga conocimientos sobre temas de gestión empresarial de pequeñas empresas (precios, contabilidad, compras...). Para algunos de estos aspectos se puede recurrir a una asesoría externa.
- **Recepcionista:** para este puesto de trabajo se suele exigir una Formación Profesional Grado Superior, en concreto de Hostelería y Turismo. Además, será fundamental el dominio de idiomas, especialmente el inglés y el alemán.
- **Ayudante de recepción:** se exigirá que tenga conocimientos de idiomas.
- **Técnico/a de mantenimiento:** también para el encargado del mantenimiento en el campamento se exigirá una Formación Profesional Grado Superior, en este caso de Electricidad y Electrónica.
- **Cocinero/a y camarero/a:** para el proceso de producción de los productos se requiere el carné de manipulación de alimentos. Además, deberán dominar el funcionamiento y mantenimiento del equipamiento (cafeteras, plancha, vitrinas frigoríficas...).

Animador/a: dominio de idiomas y, generalmente, se suele pedir que tenga experiencia o el título de animación socio-cultural.

6. PLAN DE INVERSIÓN

Para realizar la cuantificación de la inversión necesaria se ha consultado a los principales proveedores del sector. En función de la información facilitada por estas fuentes, la inversión necesaria se desglosa en:

6.1. Las instalaciones

UBICACIÓN Y CARACTERÍSTICAS BÁSICAS DE LAS INSTALACIONES

Como se dijo anteriormente, los campamentos de turismo serán de una u otra modalidad en función de la ubicación de las instalaciones. Para este proyecto estamos tratando un camping de ciudad. Así, el artículo 8.1.c) del Decreto 164/2003 de ordenación de los campamentos de turismo establece que se clasifican en la modalidad de ciudad, aquellos campamentos de turismo situados en suelo clasificado como urbano, urbanizable ordenado o urbanizable sectorizado.

Al precisar una gran superficie de terreno, los camping siempre estarán situados en las afueras de ciudades y municipios. En cualquier caso, las instalaciones deberían estar lo más cerca posible de la localidad donde esté ubicado el camping y bien comunicados, de manera que los traslados para los cliente sean lo menos molestos posible.

Las dimensiones de un camping son muy variadas, y dependerá, principalmente del terreno que se disponga para ello. Para este proyecto se va a estimar un campamento con capacidad para 600 personas, por lo que serán necesarias unas 3 hectáreas (30.000 m²) de terreno. Para la compra de un terreno de dichas dimensiones, el gasto será muy variable, ya que el precio del m² de terrenos urbanizables se mueve en un orquilla muy amplia, dependiendo, principalmente, de las condiciones del terreno, así como de la ubicación del mismo, por lo tanto, es preferible no poner ninguna cifra concreta en este apartado hasta que la persona que decida emprenderlo tenga una ubicación concreta con el precio concreto..

La distribución especificada a continuación así como el acondicionamiento del local cubre los requisitos exigidos en la legislación.

- **Superficie de acampada:** será la zona destinada al alojamiento, donde se ubicarán las caravanas y tiendas de campaña. Las distintas parcelas deberán estar separadas y delimitadas tal y como exige la norma. Esta superficie de acampada no podrá exceder, en ningún caso, del 75% por ciento de la superficie total del campamento.
- **Zona de viales:** espacios por donde circularán los vehículos.
- **Recepción:** estará situada a la entrada del camping, de forma que se facilite a los clientes la contratación de los servicios, y constará de un local de unos 35 m².
- **Oficina:** zona reservada para que el gerente lleve a cabo parte de su trabajo. Sería suficiente con una oficina de unos 20 m².
- **Almacén:** donde se guarde tanto material de oficina, como de mantenimiento y limpieza, con una superficie de 15 m².
- **Bar:** este establecimiento deberá estar situado en una zona bien comunicada del camping, de manera que sea lo más accesible posible desde cualquier punto del campamento turístico. El tamaño de éste podrá ser de unos 90 m².
- **Sala de curas:** pequeña sala, provista de botiquín de primeros auxilios, para la atención de alguna emergencia y con un tamaño de 20 m².
- **Servicios higiénicos:** constarán de duchas, evacuatorios, urinarios, lavabos, lavaderos y fregaderos, cuyo número deberá ajustarse a lo establecido en la legislación vigente.
- **Aparcamientos:** los campamentos de turismo deben tener una zona reservada a aparcamientos. El número de plazas de éstos deberá ser, al menos, igual a la tercera parte de su capacidad máxima de alojamiento. Según establece el Decreto de regulación de estos alojamientos, las plazas de estacionamiento podrán disponerse, en su totalidad o en parte, en el interior de las parcelas cuando éstas superen los veinticinco metros cuadrados y siempre que el viario interior permita el acceso directo a ellas.

OTROS ASPECTOS BÁSICOS PARA LAS INSTALACIONES

Según establece la normativa aplicable, las instalaciones fijas de uso colectivo de los campamentos de turismo deberán cumplir las siguientes condiciones:

- Estarán situadas a más de cinco metros del perímetro del campamento, salvo las habilitadas para recepción.
- Contarán tan solo con planta baja y una altura máxima de cuatro metros.
- Se construirán de acuerdo con las tipologías constructivas tradicionales de la comarca.

Otro de los aspectos a tener en cuenta a la hora de las características de las instalaciones es la accesibilidad y reserva de espacios para discapacitados.

COSTES POR ACONDICIONAMIENTO DE LAS INSTALACIONES

A la hora de montar un campamento turístico, lo normal es que, en un principio, nos encontremos con un terreno en bruto, es decir, con fincas muertas que van a ser objeto de explotación para crear un camping.

Por ello, dentro de esta partida, se encuentran todos los gastos referidos a la construcción de las instalaciones necesarias, como el bar, la recepción, la oficina, etc. Además, se incluirán todos los costes relativos al acondicionamiento de los terrenos, parcelamiento, así como por las obras necesarias para cumplir con los requisitos técnicos generales (suministro de agua, suministro de electricidad, tratamiento de aguas residuales,...). Por lo tanto, en esta partida vamos a incluir los costes de un presupuesto técnico completo para la creación de un campamento.

Los costes de este proyecto pueden rondar los 301.600,00 € (IVA incluido) aunque esta cifra varía mucho en función de las obras realizadas y del estado en el que se encuentren los terrenos.

6.2. Equipamiento

A la hora de estimar el equipamiento necesario para el campamento, éste deberá dividirse en función de las distintas instalaciones que forman parte del mismo.

El equipamiento básico necesario para la puesta en funcionamiento de un camping estará formado por aparatos de aire acondicionado y calefacción que permitan mantener una temperatura adecuada en cada una de las estancias del centro y el equipamiento completo de la cocina del bar.

El coste por estos conceptos es el que se muestra a continuación:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
APARATOS DE AIRE ACONDICIONADO	10.360,35 €	1.657,65 €	12.018,00 €
EXTRACTOR	500,00 €	80,00 €	580,00 €
FREGADERO	269,83 €	43,17 €	313,00 €
COCINA	2.600,00 €	416,00 €	3.016,00 €
HORNO	1.294,83 €	207,17 €	1.502,00 €
FRIGORÍFICO	1.000,00 €	160,00 €	1.160,00 €
VITRINA FRIGORÍFICA	1.551,73 €	248,27 €	1.800,00 €
CONGELADOR	2.600,00 €	416,00 €	3.016,00 €
LAVAVAJILLAS INDUSTRIAL	2.400,00 €	384,00 €	2.784,00 €
LAVAVASOS	1.000,00 €	160,00 €	1.160,00 €
CAFETERA	1.593,10 €	254,90 €	1.848,00 €
2 MOLINOS DE CAFÉ	360,34 €	57,66 €	418,00 €
TOSTADOR ELÉCTRICO	125,00 €	20,00 €	145,00 €
FREIDORA	230,17 €	36,83 €	267,00 €
PLANCHA DE ASAR	250,00 €	40,00 €	290,00 €
BATIDORA - AMASASORA	35,34 €	5,66 €	41,00 €
TOTAL	26.170,69 €	4.187,31 €	30.358,00 €

El coste total del equipamiento del camping es de 30.358,00 € (IVA incluido).

6.3. Mobiliario y decoración

El mobiliario y decoración de un negocio de este tipo estará compuesto por los elementos que se mencionan a continuación:

- **Mobiliario para la recepción:**
 - Mesa mostrador
 - Dos sillas giratorias.
 - Muebles auxiliares.
 - Un armario estantería
 - Cuatro sillas de confidente.
 - Papeleras
 - Revisteros

- **Mobiliario para la oficina:**
 - Mesa de despacho.
 - Sillón giratorio y dos sillas de confidente.
 - Muebles auxiliares.
 - Papelera.

- **Mobiliario para el almacén:**
 - Muebles auxiliares y estanterías

- **Mobiliario para el bar:**
 - Equipamiento de barra y frente mostrador.
 - Mesas, sillas y taburetes.

- **Mobiliario para la sala de curas:**
 - Mesa de consulta.
 - Sillas.
 - Camilla.

El coste del conjunto de estos elementos puede rondar los 11.460,00 (IVA incluido).

6.4. Utensilios y materiales

En este apartado incluimos los materiales y utensilios necesarios para llevar a cabo las actividades, tales como la vajilla, cubertería, cristalería, bandejas, servilleteros, aceiteras, material de ocio, etc. Su coste conjunto aproximado será de aproximadamente 4.408,00 € (IVA incluido).

6.5. Elemento de transporte

Puede resultar interviniente contar con un ciclomotor, tipo scooter, para poderse trasladar con rapidez por el camping, debido a las grandes dimensiones del mismo.

El coste de un vehículo de estas características es variado. Para este proyecto se estimará un coste por este concepto de 1.392,00 € (IVA incluido).

6.6. Equipo informático

Es recomendable disponer de TPV compuesto por ordenador, cajón portamonedas y máquina de impresión de ticket y facturas, para la cafetería.

Además, serán necesarios otros dos ordenadores personales: uno para la recepción y otro para la oficina (para llevar a cabo la gestión del negocio).

El coste de estos equipos informáticos es de, al menos, 2.950,00 € más 472,00 € en concepto de IVA.

6.7. Existencias y otros materiales.

La primera compra de existencias según empresas especializadas en el sector, tendrá que ser como mínimo la siguiente:

DESCRIPCIÓN DE LOS ARTÍCULOS	CUANTÍA	IVA	TOTAL CON IVA
PRIMERA COMPRA DE EXISTENCIAS PARA EL BAR (alimentos y bebidas)	4.500,00 €	720,00 €	5.220,00 €
BOTIQUIN DE PRIMEROS AUXILIOS	344,83 €	55,17 €	400,00 €
OTROS MATERIALES (material de oficina, servilletas, manteles de papel, material de imprenta, productos de limpieza, papel higiénico, bolsas, etc.)	2.456,90 €	393,10 €	2.850,00 €
TOTAL	7.301,73 €	1.168,27 €	8.470,00 €

Con esta cantidad sólo se cubren una serie de artículos básicos para empezar la actividad. Para el éxito del negocio es necesario que se vayan destinando los ingresos obtenidos en los primeros meses en ampliar el surtido y adecuar la oferta a las demandas de los clientes.

6.7. Gastos iniciales

Dentro de los gastos iniciales vamos a incluir: los gastos de constitución y puesta en marcha.

También se incluirían las fianzas que se necesitasen en caso de alquiler...

GASTOS DE CONSTITUCIÓN Y PUESTA EN MARCHA

Se incluyen aquí las cantidades que hay que desembolsar para constituir el negocio. Entre estas cantidades se encuentran: proyecto técnico, tasas del Ayuntamiento (licencia de apertura); contratación del alta de luz, agua y teléfono; gastos notariales, de gestoría y demás documentación necesaria para iniciar la actividad.

Estos gastos de constitución y puesta en marcha, en el caso de iniciar el negocio como autónomo, serán de aproximadamente 3.016,00 euros (incluye IVA). Esta cuantía es muy variable de un caso a otro pues dependerá del coste del proyecto técnico, etc. además aumentará en el caso de que se decida crear una sociedad.

6.8. Fondo de maniobra

A la hora de estimar el fondo de maniobra se ha considerado una cantidad suficiente para hacer frente a los pagos durante los 3 primeros meses, esto es: Alquiler, sueldos, seguridad social, suministros, asesoría, publicidad, etc.

Además habría que incluir la cuota préstamo en caso de que la inversión se realizase mediante financiación ajena.

Pagos Mensuales	TOTAL CON IVA
Suministros	1.160,00 €
Sueldos	13.425,00 €
Seguridad Social	3.935,25 €
Servicios externos	696,00 €
Publicidad	174,00 €
Otros gastos	522,00 €
Total Pagos en un mes	19.912,25 €
Meses a cubrir con F. Maniobra	3
FM 3 meses (APROX)	59.736,75 €

6.9. Memoria de la inversión

La inversión inicial necesaria para llevar acabo este proyecto se resume en el siguiente cuadro:

CONCEPTOS	Total	IVA	Total con IVA
Adecuación del terreno	260.000,00 €	41.600,00 €	301.600,00 €
Equipamiento	26.170,69 €	4.187,31 €	30.358,00 €
Mobiliario y decoración	9.879,31 €	1.580,69 €	11.460,00 €
Existencias y Materiales	7.301,73 €	1.168,27 €	8.470,00 €
Elemento de transporte	1.200,00 €	192,00 €	1.392,00 €
Equipos informáticos	2.950,00 €	472,00 €	3.422,00 €
Utensilios	3.800,00 €	608,00 €	4.408,00 €
Gastos de constitución y puesta en marcha	2.600,00 €	416,00 €	3.016,00 €
Fondo de maniobra	59.736,75 €	0,00 €	59.736,75 €
TOTAL (*)	373.638,48 €	50.224,28 €	423.862,75 €

(*) Además de las cantidades señaladas, habría que incluir el coste de adquisición del terreno o su alquiler en caso de no disponer del mismo. En este proyecto, tal como se mencionó anteriormente, no se ha considerado este coste por la gran disparidad de precios existente en el mercado.

7. ESTRUCTURA DE COSTES

7.1. Márgenes

Para calcular los márgenes de un negocio de este tipo habrá que distinguir los distintos servicios que lleva a cabo el camping. Para realizar este estudio hemos considerado, que los ingresos estarán formados en un 80% por el servicio de alquiler de parcelas para acampar, y el restante 20% serán las ganancias del bar. Los márgenes se han estimado en:

- Margen del bar: según las recomendaciones del sector, el consumo debe ser como máximo el 30% de las ventas, lo cual supone un margen sobre ingresos del 70%.
- Margen por el alquiler de parcelas: para esta actividad, los gastos variables vendrán dados por el consumo de material de oficina, así como por el mayor consumo de electricidad y agua en caso de que sea contratada por el campista. En conjunto se ha estimado un margen sobre los ingresos obtenidos por el alquiler de parcelas del 90%.

El margen medio global será del modo siguiente:

DETERMINACIÓN DEL MARGEN MEDIO	REPARTO INGRESOS	MARGEN MEDIO	MARGEN TOTAL
Costes variables del bar	20%	70%	14%
Costes por alquiler de parcelas	80%	90%	72%
MARGEN MEDIO SOBRE INGRESOS			86%

7.2. Estructura de costes

La estimación de los principales costes mensuales es la siguiente:

- **Costes variables:**

Los costes variables se estiman en un 14% del volumen de los ingresos del mes.

- **Suministros, servicios y otros gastos:**

Aquí se consideran los gastos relativos a suministros tales como: luz, agua, teléfono, etc. También se incluyen servicios y otros gastos (limpieza, consumo de material de oficina, etc.). Estos gastos se estiman en unos 1.000,00 € mensuales.

- **Gastos comerciales:**

Para dar a conocer el negocio y atraer a clientes, tendremos que soportar ciertos gastos comerciales y de publicidad de unos 150,00€ mensuales.

- **Gastos por servicios externos:**

En los gastos por servicios externos se recogen los gastos de asesoría y los gastos de servicios médicos contratados. Estos últimos no serán fijos, sino que dependerán del nivel de incidencias que haya en el camping, pero, como media de ambos costes, se podría estimar unos 600,00 € mensuales.

- **Gastos de personal:**

En los gastos de personal vamos a considerar que la plantilla de la empresa se haya formada por:

- El gerente, será el propio emprendedor dado de alta en el Régimen general de la Seguridad Social. Estará a tiempo completo.
- Tres recepcionistas/controladores, que estarán a tiempo completo. Serán los encargados de la recepción y de controlar el acceso al camping.
- Un ayudante de recepción, contratado de forma temporal durante tres meses, a jornada completa.
- Un técnico de mantenimiento, contratado a jornada completa.

- Dos vigilantes, para la jornada nocturna.
- Dos limpiadoras, a jornada completa.
- Dos cocineros, a tiempo completo.
- Dos camareros.
- Dos animadores contratado tres meses, a jornada parcial.

El coste de la plantilla se distribuirá mensualmente del modo siguiente:

Puesto de trabajo	Sueldo / mes	S.S. a cargo empresa	Coste mensual
Gerente (emprendedor autónomo)	1.500,00 € (*)	0,00 €	1.500,00 €
3 recepcionistas	2.700,00 €	891,00 € (**)	3.591,00 €
Ayudante de recepción (3 meses)	225,00 € (****)	74,25 € (****)	299,25 €
Técnico de mantenimiento	1.100,00 €	363,00 € (**)	1.463,00 €
2 Vigilantes	1.700,00 €	561,00 € (**)	2.261,00 €
2 Auxiliares de limpieza	1.600,00 €	528,00 € (**)	2.128,00 €
2 Cocineros	2.400,00 €	792,00 € (**)	3.192,00 €
2 Camareros	1.600,00 €	528,00 € (**)	2.128,00 €
2 Animadores (3 meses)	600,00 € (****)	198,00 € (***)	798,00 €
TOTAL	13.425,00 €	3.935,25 €	17.360,25 €

(*) Incluye la Cotización a la Seguridad Social en régimen de autónomo

(**) Seguridad Social a cargo de la empresa por los trabajadores en Régimen General contratado a tiempo completo.

(***) Seguridad Social a cargo de la empresa por los trabajadores en Régimen General contratado a tiempo parcial.

(****) Esta cifra es resultado de prorratear el sueldo total de los tres meses para un año completo.

- **Otros gastos:**

Contemplamos aquí una partida para otros posibles gastos como las reparaciones así como otros gastos no incluidos en las partidas anteriores (tributos y seguros, etc.). La cuantía estimada anual será de 5.400,00 € anuales por lo que su cuantía mensual será de 450,00 €.

- **Amortización:**

La amortización anual del inmovilizado material se ha estimado del modo siguiente:

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Adecuación del terreno (*)	260.000,00	10 %	26.000,00
Mobiliario y decoración	9.879,31	20 %	1.975,86
Vehículo	1.200,00	20 %	240,00
Equipamiento	26.170,69	20 %	5.234,14
Utensilios	3.800,00	20 %	760,00
Equipo informático	2.950,00	25 %	737,50
TOTAL			34.947,50

(*) La amortización de la adecuación del local se ha realizado en 10 años.

El plazo de amortización de la adecuación del local sería el correspondiente a su vida útil pudiéndose aplicar las tablas fiscales existentes para ello. No obstante, dado que se ha supuesto que el local será en régimen de alquiler, dicha vida útil queda condicionada al plazo de vigencia del contrato de alquiler si este fuera inferior a aquella.

Además habría que incluir la amortización de los gastos a distribuir en varios ejercicios (gastos de constitución y puesta en marcha):

CONCEPTO	Inversión	% Amortización	Cuota anual Amortización
Gastos a distribuir en varios ejercicios	2.600,00 €	33,3 %	866,67 €
TOTAL ANUAL			866,67 €

7.3. Cálculo del umbral de rentabilidad

El umbral de rentabilidad es el punto donde los ingresos son iguales a los gastos, a partir de este punto el negocio comienza a dar beneficio.

Este umbral se ha calculado del modo siguiente:

- **Ingresos:** estos ingresos vendrán dados por las ventas en el bar y los servicios de alojamiento.
- **Gastos:** Estarán compuestos por los gastos variables de la actividad (se ha estimado un coste de un 14% sobre el volumen de ingresos) y la suma de: alquiler, suministros, servicios y otros, gastos comerciales, servicios externos, gastos de personal, amortización y tributos y seguros.

Gastos	CUNTÍA
Alquiler	0,00 €
Suministros	12.000,00 €
Sueldos	161.100,00 €
S.S. trabajadores	47.223,00 €
Servicios externos	7.200,00 €
Publicidad	1.800,00 €
Otros gastos	5.400,00 €
Amortización del inmovilizado material	34.947,50 €
Gastos a distribuir en varios ejercicios	866,67 €
Total gastos fijos estimados	270.537,17 €
Margen bruto medio sobre ingresos	86 %
Umbral de rentabilidad	314.578,84 €

(*) Para calcular el umbral se toman los gastos sin IVA.

Esto supondría una facturación anual de 314.578,10 euros. Por tanto, la facturación media mensual para mantener el negocio es de 26.214,84 euros.

8. FINANCIACIÓN

Obtener el dinero para iniciar el negocio es una de las principales cuestiones que habrá que resolverse.

Para financiar este negocio existen varias opciones: financiación propia, subvenciones, préstamos, etc. La elección final va a depender de las condiciones del emprendedor que vaya a poner en marcha el negocio.

9. ANÁLISIS ECONÓMICO Y FINANCIERO

9.1. Balance de situación inicial

El balance de situación inicial sería el que se muestra a continuación:

ACTIVO(*)	Euros	PASIVO	Euros
Adecuación del local	260.000,00 €	Fondos Propios	FP
Equipamiento	26.170,69 €	Fondos Ajenos	FA
Mobiliario y decoración	9.879,31 €		
Utensilios	3.800,00 €		
Vehículo	1.200,00 €		
Equipo informático	2.950,00 €		
Existencias	7.301,73 €		
Gastos de constitución	2.600,00 €		
Tesorería (**)	59.736,75 €		
IVA soportado	50.224,28 €		
Total activo	423.862,75 €	Total pasivo	411.593,51 €

(*) No se incluye, en las partidas de activo, el precio de compra del terreno, debido a la imposibilidad de determinar un valor.

(**) Se consideran 59.736,75 € como fondo de maniobra.

9.2. Estimación de resultados

Para realizar la previsión de ingresos se ha supuesto tres posibles niveles de ingresos:

	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
Ingresos	270.000,00	300.000,00	330.000,00
Costes variables (Ingresos x 14%)	37.800,00	42.000,00	46.200,00
Margen bruto (Ingresos – Costes variables)	232.200,00	258.000,00	283.800,00

La previsión de resultados para el negocio es la siguiente:

PREVISIÓN DE RESULTADOS	Prev. 1	Prev. 2	Prev. 3
VENTAS	270.000,00	300.000,00	330.000,00
COSTE DE LAS VENTAS	37.800,00	42.000,00	46.200,00
MARGEN BRUTO	232.200,00	258.000,00	283.800,00
GASTOS DE ESTRUCTURA:			
GASTOS DE EXPLOTACIÓN			
Suministros, servicios y otros gastos	12.000,00	12.000,00	12.000,00
Otros gastos	5.400,00	5.400,00	5.400,00
GASTOS DE PERSONAL (1)			
Salarios + S.S.	208.323,00	208.323,00	208.323,00
GASTOS COMERCIALES			
Publicidad, promociones y campañas	1.800,00	1.800,00	1.800,00
GASTOS POR SERVICIOS EXTERNOS			
Servicios externos	7.200,00	7.200,00	7.200,00
AMORTIZACIONES			
Amortización del Inmovilizado	34.947,50	34.947,50	34.947,50
GASTOS A DISTRIBUIR EN VARIOS EJERCICIOS			
Gastos a distribuir en varios ejercicios	866,67	866,67	866,67
TOTAL GASTOS DE ESTRUCTURA	270.537,17	270.537,17	270.537,17
RESULTADO antes de intereses e impuestos (2)	-38.337,17	-12.537,17	13.262,83

(1) El gasto de personal estará integrado por el sueldo para la persona emprendedora que gestione el negocio, el sueldo de tres recepcionistas, de un ayudante de recepción (3 meses), del técnico de mantenimiento, de dos vigilantes, de dos auxiliares de limpieza, dos cocineros, dos camareros, todos a jornada completa, y dos animadores (3 meses), a jornada parcial, a lo que se le suma la Seguridad Social a cargo de la empresa.

(2) Si la inversión se afronta mediante financiación ajena, habrá que sumar a los costes los intereses de dicha financiación. Estos intereses no han sido introducidos en la cuenta de resultados puesto que dependerán de los recursos de los que disponga las personas concretas que vayan a emprender el negocio.