

PLAN DE NEGOCIO PARA LA CREACIÓN DE UNA EMPRESA DE ACTIVIDADES MULTIAVENTURA

**CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD FÍSICA Y DEL
DEPORTE**

**FACULTAD CIENCIAS DE LA ACTIVIDAD
FÍSICA Y EL DEPORTE**



Realizado por: Marcos Hurtado Davó y Natalia Cuadrado Domínguez

Año Académico: 2024-2025

Tutor/a: Javier Doral Martin

Área: Plan de empresa

Resumen ejecutivo

Sierra Aventura S.L busca crear un espacio de ocio y tiempo libre en plena naturaleza, combinando actividades lúdicas y de multiaventura con un enfoque educativo y recreativo. Nos dirigimos a dos públicos principales: escolares entre semana, con experiencias formativas, y familias o grupos los fines de semana, ofreciendo una alternativa de ocio activo en un entorno seguro y natural.

En el ámbito educativo, desarrollamos tres proyectos clave. El primero es un programa de inmersión lingüística en inglés, combinando aprendizaje y actividades al aire libre. El segundo, "Carta de la Tierra", promueve la sostenibilidad social y medioambiental a través del contacto con la naturaleza. El tercero es un programa de convivencia escolar basado en actividades de multiaventura, fomentando el trabajo en equipo y el desarrollo personal. Creemos en el aprendizaje experiencial como una herramienta clave para potenciar habilidades, superar miedos y fomentar hábitos saludables.

El espacio, de 15 hectáreas, está ubicado en Guadarrama, en plena Sierra de Guadarrama. Contamos con un acuerdo de uso a largo plazo con el propietario, manteniendo a los empleados actuales y asumiendo parte del mantenimiento. El crecimiento del proyecto será progresivo, incorporando nuevas actividades y mejoras en infraestructuras a medida que se generen recursos, acompañado de una estrategia de marketing escalonada para asegurar su desarrollo sostenible.

Palabras clave

1. Ocio y tiempo libre → Base del negocio, centrado en actividades recreativas.
2. Multiaventura → Enfoque de las actividades ofrecidas, combinando deporte y aventura.
3. Aprendizaje experiencial → Método clave en los programas educativos, basado en la práctica y la experimentación.
4. Sostenibilidad → Pilar del proyecto, especialmente en el programa "Carta de la Tierra".
5. Convivencia → Elemento esencial en la interacción entre escolares, familias y grupos.

Abstract

Our company aims to create a leisure and outdoor recreation space that combines fun and adventure activities with an educational and recreational approach. We target two main audiences: school groups during the week, offering formative experiences and families or groups on weekends, providing an active leisure alternative in a safe and natural environment.

In the educational sector, we develop three key projects. The first is an English language immersion program that integrates learning with outdoor activities. The second, Charter of the Earth, promotes social and environmental sustainability through direct engagement with nature. The third is a school coexistence program based on adventure activities, fostering teamwork and personal development. We believe experiential learning is a fundamental tool for enhancing skills, overcoming fears, and encouraging lifelong healthy habits. Our 15-hectare facility is located in Guadarrama, within the Sierra de Guadarrama. We have a long-term agreement with the owner that allows us to use the space while retaining current employees and assuming part of the maintenance costs. The project's growth will be gradual, incorporating new activities and infrastructure improvements as resources become available. This will be supported by a phased marketing strategy to ensure sustainable development.

Keywords:

1. Leisure and free time → Core to the business, as it focuses on providing recreational activities in a natural setting.
2. Multi-adventure → Represents the type of experiences offered, combining sports, recreation, and physical challenges.
3. Experiential learning → Key educational method, based on hands-on activities, play, and interaction with the environment.
4. Sustainability → A fundamental value in the project, particularly in the “*Charter of the Earth*” program, which promotes environmental awareness.
5. Coexistence → Essential in both school activities and family/group experiences, fostering social interaction and teamwork.

Índice

Introducción.....	6
Definición e Identificación del Proyecto.....	7
Modelo Canvas.....	8
Misión, Visión y Valores del Sierra Aventura.....	9
Perfil del emprendedor/es.....	10
Análisis estratégico.....	12
Análisis interno.....	12
Análisis externo.....	16
Análisis DAFO.....	21
Análisis CAME.....	22
Establecimiento de objetivos estratégicos.....	22
Plan de Marketing.....	27
Plan jurídico.....	30
Plan de operaciones.....	32
Plan de recursos humanos.....	37
Plan económico-financiero y viabilidad.....	39
Responsabilidad social corporativa.....	43
Cronograma to-start.....	44
Conclusiones.....	45
Bibliografía.....	46
ANEXOS.....	48

Índice de Figuras

Figura 1. Modelo Canvas.....	8
Figura 2. Mapa visual de procesos.....	35
Figura 3. Diagrama de flujo de una petición de presupuesto.....	35
Figura 4. Horario día tipo.....	36
Figura 5. Organigrama de la empresa.....	37
Figura 6. Inversión y financiación inicial.....	39
Figura 7. Balance inicial.....	39
Figura 8. Ingresos y gastos del primer año.....	40
Figura 9. Cuenta de resultados a 5 años.....	41
Figura 10. Escenarios de evolución.....	41
Figura 11. VAN y TIR del proyecto.....	42

Figura 12. Cronograma to-start	44
Figura 13. Plano general de las instalaciones (Anexo III)	54
Figura 14. Plano detallado de las instalaciones (Anexo III)	55
Figura 15. Mapa de aguas (Anexo III)	55
Figura 16. Vestuarios (Anexo III)	55
Figura 17. Aseos (Anexo III)	56

Índice de Tablas

Tabla 1. Tabla de benchmarking	19
Tabla 2. Tabla de benchmarking ponderada	20
Tabla 3. Análisis DAFO	21
Tabla 4. Análisis CAME.....	22
Tabla 5. Establecimiento de objetivos a largo plazo	23
Tabla 6. Establecimiento de objetivos a medio plazo.....	24
Tabla 7. Establecimiento de objetivos a corto plazo	25
Tabla 8. Establecimiento de objetivos estratégicos.....	26
Tabla 9. Materiales (técnicos, deportivos y otros)	33
Tabla 10. Ficha de procesos	36
Tabla 11. Perfil de puesto del responsable de área	38
Tabla 12. Perfil de puesto de administrativo/a	51
Tabla 13. Perfil de puesto de coordinadores.....	51
Tabla 14. Perfil de puesto de monitor	52
Tabla 15. Perfil de puesto de limpieza	52
Tabla 16. Perfil de puesto de cocineros	53
Tabla 17. Perfil de puesto de jardineros.....	54

Introducción

En el plan de empresa elegido, se estima un modelo de negocio viable con un claro objetivo común: la educación no formal, utilizando el juego y el cuerpo como herramienta, presente en todos los proyectos que llevamos a cabo y en todos los segmentos de clientes.

La idea de empresa es la realización de actividades de multiaventura y juegos deportivos innovadores como escaladas, circuito en los árboles, juegos de estrategia con material atractivo, por medio de hilos conductores dependiendo del objetivo a alcanzar.

En el primer segmento de clientes, con niños de 3 a 17 años, tenemos tres proyectos: En el proyecto de inversión lingüística trabajaremos con grupos pequeños utilizando estrategias metodológicas que fomenten la cooperación y la solución de problemas, de esta forma tendrán que negociar, proponer sus ideas y gestionar problemas por medio de la comunicación, en este caso la lengua inglesa, fomentando el aprendizaje en situaciones cotidianas como sostienen Gutiérrez de Castro et al., (2013)

Al igual que el proyecto de carta de la tierra, cuyos pilares son: respeto y cuidado de la comunidad de vida, integridad ecológica, justicia social y económica, democracia, no violencia y paz (de la Tierra, I. C. 2000) también se trabaja con situaciones de aprendizaje basada en resolución de problemas proponiendo juegos de integración, dilemas morales adaptado a las edades, y realizando una pequeña evaluación al final de cada tarea.

El tercer proyecto, es presentar a los participantes un entorno desconocido, que les saque de espacios deportivos tradicionales para que su curiosidad impulse su motivación, como expone Antonio Baena- Extremera (2011) y poder trabajar objetivos como la autosuperación y el trabajo en equipo proponiendo retos en altura que impliquen toma de decisiones y superen creencias limitantes o juegos de estrategia y roles, en los que se vive la importancia de todos los miembros que forman parte de un equipo para conseguir un objetivo grupal.

El segmento de familias y clientes está muy ligado a este último proyecto, ya que se trabaja con metodologías similares y los objetivos son la confianza y la

complicidad, el gusto por la actividad física en el medio natural y la recreación con tus seres queridos.

Nuestro propósito es que el usuario se lleve de nosotros la inquietud hacia el aprendizaje utilizando el juego, la naturaleza y su propio cuerpo como herramienta. Somos conscientes del impacto que tiene el deporte y el ocio saludable en la calidad y esperanza de vida y carencia de enfermedades (Chirivella, E. C., 2001). En definitiva, la conexión es la educación en valores para la sostenibilidad y ciudadanía global, y el gusto por el aprendizaje en movimiento de forma vivencial en el medio natural.

Definición e Identificación del Proyecto

La idea de negocio con el nombre de Sierra Aventura surge como respuesta a la creciente demanda de actividades de turismo activo y ocio experiencial, una tendencia que ha ganado relevancia en los últimos años (Hinojosa, 2024). En un contexto en el que el contacto con la naturaleza y el entretenimiento al aire libre se han convertido en una prioridad para muchos sectores de la población, el proyecto busca proporcionar una alternativa innovadora y asequible para colegios, familias y empresas.

Esta instalación nace de la necesidad de diversificar la oferta de ocio en entornos naturales y fomentar la educación experiencial a través del deporte y la aventura. Numerosos estudios han demostrado que las actividades al aire libre tienen un impacto positivo en el bienestar físico y mental de las personas, especialmente en niños y adolescentes. Además, el aprendizaje basado en la experiencia ha demostrado ser altamente efectivo en el desarrollo de habilidades como el trabajo en equipo, la confianza y la resolución de problemas (Kolb, 2015).

El modelo de negocio se inspira en experiencias exitosas de parques multiaventura en países europeos, donde este tipo de instalaciones han sido clave para la reactivación del turismo rural y el fortalecimiento de la educación no formal. Además, el proyecto se ha diseñado considerando las oportunidades de colaboración con instituciones educativas, empresas y administraciones locales, garantizando una oferta diversificada y atractiva para distintos tipos de clientes.

El concepto del Parque de Multiaventuras es un modelo de negocio en viable, especialmente tras el incremento del interés por el turismo activo y el ocio en

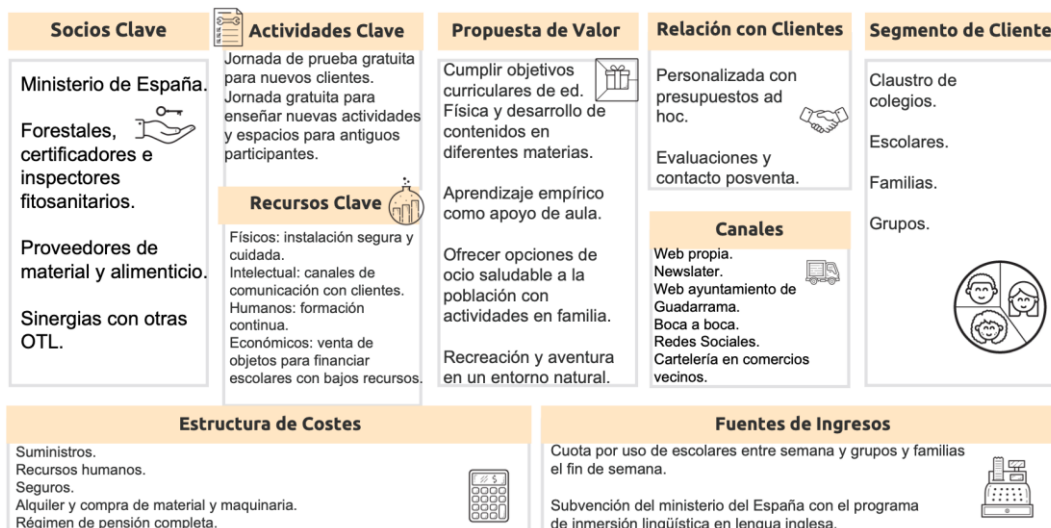
espacios abiertos post-pandemia. La crisis sanitaria provocada por la COVID-19 generó un cambio en las preferencias de los consumidores, impulsando la demanda de actividades seguras, al aire libre y en contacto con la naturaleza (World Tourism Organization, 2021).

Se identificó la Sierra de Guadarrama como una ubicación idónea debido a su riqueza natural, su proximidad a Madrid y su creciente atractivo turístico.

Modelo Canvas

El Modelo Canvas, desarrollado por Osterwalder y Pigneur (2010), es una herramienta visual que permite diseñar, analizar y estructurar modelos de negocio de manera clara y estratégica. Se compone de nueve bloques clave, que abarcan desde la propuesta de valor hasta la estructura de costos y fuentes de ingresos, facilitando la comprensión del funcionamiento de una empresa.

Figura 1:
Modelo Canvas



Fuente: Elaboración propia

Misión, Visión y Valores del Sierra Aventura

Misión

Nuestra misión es proporcionar experiencias de ocio activo, aprendizaje y cohesión grupal en un entorno natural, fomentando la conexión con la naturaleza, el trabajo en equipo y el desarrollo de habilidades al aire libre. Nos dedicamos a diseñar y ofrecer actividades de multiaventura que combinen entretenimiento, educación experiencial y sostenibilidad ambiental, garantizando que cada visitante disfrute de una experiencia única, segura y enriquecedora. A través de una gestión eficiente del terreno cedido, buscamos maximizar el valor social y económico del proyecto, promoviendo un turismo responsable y un impacto positivo en la comunidad local.

Visión

Aspiramos a convertirnos en el parque de multiaventura de referencia en la Sierra de la Comunidad de Madrid y en uno de los destinos de ocio activo más reconocidos de España. Nuestra meta es ser un modelo de integración entre turismo sostenible, educación al aire libre y entretenimiento de calidad, destacándonos por la excelencia en la seguridad, la innovación en nuestras experiencias y la accesibilidad para todo tipo de públicos. Queremos ser líderes en la oferta de actividades que combinan aventura y formación, influyendo en la manera en que niños, jóvenes y adultos perciben el contacto con la naturaleza y el aprendizaje a través de la experiencia.

Valores

Nuestros valores fundamentales guían cada una de nuestras decisiones y acciones dentro del parque:

Sostenibilidad: Nos comprometemos con la protección del medio ambiente, minimizando nuestro impacto ecológico y promoviendo prácticas responsables en todas nuestras actividades.

Educación Experiencial: Creemos en el aprendizaje a través de la experiencia, ofreciendo actividades que fomenten la cooperación, el liderazgo y la resiliencia en un entorno natural.

Seguridad y Bienestar: La seguridad de nuestros visitantes y empleados es nuestra máxima prioridad. Aplicamos estrictos protocolos para garantizar experiencias seguras sin perder la emoción de la aventura.

Diversión y Aventura: Buscamos que cada experiencia sea emocionante y memorable, brindando actividades diseñadas para generar adrenalina, alegría y desconexión del entorno urbano.

Accesibilidad e Inclusión: Creemos que la aventura es para todos. Nos esforzamos por ofrecer experiencias accesibles y adaptadas a diferentes edades, habilidades y necesidades.

Compromiso con la Comunidad: Promovemos la economía local colaborando con proveedores de la zona y generando oportunidades de empleo, contribuyendo al desarrollo sostenible de la región.

Innovación y Mejora Continua: Nos mantenemos en constante evolución, explorando nuevas actividades y tecnologías para mejorar la experiencia de nuestros visitantes y optimizar la gestión del parque.

Trabajo en Equipo: Fomentamos un ambiente de colaboración y respeto, tanto dentro de nuestro equipo como en la relación con nuestros visitantes y socios estratégicos.

Perfil del emprendedor/es

El equipo emprendedor detrás de Sierra Aventura está compuesto por profesionales con una sólida formación y experiencia en educación, deporte y gestión de ocio y tiempo libre. Su propósito es ofrecer un espacio innovador donde la aventura, la educación y la sostenibilidad se unan para generar experiencias enriquecedoras para niños, jóvenes y familias.

Trayectoria

Los emprendedores cuentan con formación en áreas clave como la educación física, la gestión empresarial y el turismo activo. Su experiencia previa en la organización de actividades lúdicas y educativas les ha permitido desarrollar una visión clara de cómo un espacio de ocio multiaventura puede servir como herramienta para el aprendizaje experiencial y el desarrollo personal.

El interés por la educación no formal y el aprendizaje basado en el movimiento es el motor principal de este proyecto. Creen firmemente en el impacto positivo que tienen las actividades al aire libre en la formación integral de los niños y jóvenes, así como en la promoción de hábitos saludables en las familias. Además, ven una oportunidad única para aprovechar el potencial natural de la Sierra de Guadarrama y convertirlo en un referente del ocio sostenible en España.

Capacidades y habilidades clave

El equipo cuenta con diversas habilidades y competencias que resultan fundamentales para el éxito del proyecto:

- Liderazgo y gestión de equipos: Experiencia en la dirección de grupos de trabajo, tanto en entornos educativos como en la gestión de eventos y actividades.
- Capacidad de innovación y creatividad: Desarrollo de experiencias de ocio originales, que combinan el aprendizaje, la diversión y la superación personal.
- Habilidades comerciales y de marketing: Conocimiento en estrategias de posicionamiento y captación de clientes en el sector del turismo y el ocio.
- Gestión financiera y administrativa: Capacidad para estructurar un modelo de negocio viable, gestionando inversiones y recursos de manera eficiente.
- Conciencia medioambiental y social: Sensibilidad hacia la sostenibilidad, con un enfoque claro en el respeto por el entorno natural y el impacto positivo en la comunidad.

Áreas de mejora y crecimiento

Si bien el equipo cuenta con un conjunto sólido de habilidades, también es consciente de que existen áreas en las que es necesario fortalecer su conocimiento y capacidades. Algunas de estas áreas incluyen:

- Expansión de redes de contactos: Buscar alianzas con instituciones educativas y empresas del sector turístico para potenciar la visibilidad del proyecto.
- Optimización de la gestión digital: Incorporar herramientas tecnológicas para mejorar la administración de reservas, la comunicación con clientes y la gestión del parque.
- Capacitación en seguridad y normativas: Mantenerse constantemente actualizados en protocolos de seguridad para garantizar un entorno libre de riesgos en las actividades.

Instrumentos de autoevaluación

Para consolidar aún más las competencias del equipo, se van a aplicar instrumentos de autoevaluación de habilidades emprendedoras. Esto permitiría

identificar puntos de mejora y establecer estrategias de crecimiento personal y profesional.

En definitiva, este equipo de emprendedores no solo aporta una visión clara del proyecto, sino también un compromiso firme con la educación experiencial, la sostenibilidad y la innovación en el sector del ocio y tiempo libre.

Análisis estratégico

Análisis interno

El Modelo de las 7S de McKinsey es un marco de análisis organizacional desarrollado por Peters y Waterman (1982) en la consultora McKinsey. Su objetivo es evaluar la alineación y coherencia interna de una organización a través de siete elementos interdependientes, agrupados en dos categorías:

- Hard Skills (habilidades racionales):
 1. Estrategia (Strategy): Plan de acción para alcanzar objetivos competitivos.
 2. Estructura (Structure): Forma en que se organizan las áreas y funciones de la empresa.
 3. Sistemas (Systems): Procesos y procedimientos que gestionan la organización.
- Soft Skills (habilidades emocionales):
 4. Valores compartidos (Shared Values): Cultura organizativa y principios fundamentales.
 5. Estilo de liderazgo (Style): Forma en que los líderes dirigen y motivan al equipo.
 6. Personal (Staff): Recursos humanos, talento y gestión del equipo.
 7. Habilidades (Skills): Competencias clave de la empresa y sus empleados.

Hard Skills

1. Estrategia

La estrategia del parque se centra en la diferenciación a través de la combinación de aprendizaje experiencial, aventura y sostenibilidad ambiental. En un mercado donde las opciones de ocio al aire libre son variadas, la clave para destacar es

ofrecer una propuesta de valor única basada en la educación y la formación a través del juego y la actividad física.

Uno de los aspectos más innovadores de la estrategia es la segmentación de clientes en dos grandes grupos:

- Escolares: A través de programas educativos diseñados para complementar la enseñanza formal con actividades en la naturaleza.
- Familias y grupos: Con experiencias diseñadas para fortalecer vínculos y promover el bienestar en entornos naturales.

Para que esta estrategia tenga éxito, es fundamental establecer alianzas estratégicas con colegios, empresas y organismos locales, permitiendo que el parque sea un referente en educación no formal. También es necesario un plan de expansión progresivo, incorporando nuevas actividades cada año para mantener la oferta atractiva y diferenciada.

2. Estructura

La estructura organizativa del parque debe facilitar una gestión ágil y flexible, ya que la naturaleza de su actividad requiere una gran capacidad de adaptación a factores externos, como la estacionalidad del turismo y las condiciones climáticas.

El parque adopta una estructura organizativa funcional, con áreas bien definidas:

- Gestión y administración: Encargada de la planificación estratégica, gestión financiera y relaciones institucionales.
- Operaciones y logística: Responsable de la planificación de actividades, mantenimiento de las instalaciones y seguridad.
- Marketing y ventas: Dedicada a la promoción del parque, gestión de clientes y alianzas comerciales.
- Atención al cliente y monitores: El equipo que interactúa directamente con los visitantes, asegurando que su experiencia sea positiva.

3. Sistemas

Los sistemas son los procesos y herramientas que garantizan el funcionamiento eficiente del parque. Aquí, la digitalización juega un papel fundamental en varias áreas:

- Gestión de reservas y pagos en línea: Implementar una plataforma digital intuitiva para facilitar la inscripción a las actividades y evitar problemas de disponibilidad.
- Control de inventarios: Un sistema de seguimiento de materiales y equipamiento garantizará que siempre haya recursos suficientes para las actividades sin incurrir en sobrecostos.
- Protocolos de seguridad: Contar con un sistema estandarizado de seguridad para cada actividad, con verificaciones regulares y planes de respuesta ante emergencias.
- Monitoreo del desempeño del personal: Evaluaciones periódicas para asegurar que los monitores y guías mantienen altos estándares en la atención al cliente y la seguridad.

Soft Skills

4. Valores Compartidos

Los valores compartidos son el eje central que une todos los aspectos de la organización. En el caso del parque, estos valores son fundamentales para construir su identidad:

- Sostenibilidad: Compromiso con el medio ambiente y la conservación del entorno natural.
- Educación experiencial: Creencia en el aprendizaje a través de la experiencia como motor de crecimiento personal.
- Seguridad y bienestar: Prioridad en la integridad de los visitantes y empleados.
- Diversión y aventura: Creación de experiencias estimulantes y desafiantes que fomenten la autosuperación.
- Accesibilidad e inclusión: Oferta de actividades para distintos niveles de habilidad y necesidades especiales.
- Compromiso con la comunidad: Generación de empleo local y colaboración con actores clave del territorio.

5. Estilo de Liderazgo

El estilo de liderazgo dentro del parque debe ser participativo y basado en la confianza. Al tratarse de una empresa con un fuerte componente educativo, es

esencial que el equipo directivo no solo administre, sino que también inspire a los empleados a desarrollar su máximo potencial.

Se debe fomentar un liderazgo que:

- Promueva la autonomía y el desarrollo profesional del equipo.
- Incentive la innovación y la creatividad en la creación de nuevas experiencias.
- Mantenga una comunicación abierta y transparente con todo el personal.
- Priorice la formación continua y el bienestar de los empleados.

6. Personal

El equipo humano es el mayor activo del parque. Contar con un personal altamente capacitado en áreas como seguridad, educación, recreación y atención al cliente es esencial para garantizar la calidad del servicio.

El perfil ideal del equipo incluye:

- Monitores y guías con formación en actividades al aire libre y educación experiencial.
- Personal con habilidades en primeros auxilios y gestión de emergencias.
- Profesionales con orientación al cliente y capacidad para generar experiencias memorables.
- Equipo de marketing con conocimientos en comunicación digital y captación de clientes.

Además, es importante desarrollar un programa de capacitación continua, donde los empleados puedan mejorar sus habilidades y mantenerse actualizados en las mejores prácticas de seguridad, gestión de grupos y dinamización de actividades.

7. Habilidades

Las habilidades clave dentro del parque incluyen tanto competencias técnicas como interpersonales. Entre las más relevantes se encuentran:

- Capacidad para diseñar experiencias de ocio innovadoras y atractivas.
- Gestión eficiente de recursos y optimización operativa.
- Manejo de herramientas digitales para mejorar la experiencia del cliente.
- Habilidades de comunicación y liderazgo para motivar al equipo.
- Adaptabilidad para responder a imprevistos y cambios en el entorno.

Análisis externo

El análisis PESTEL es una herramienta estratégica utilizada para evaluar los factores externos que pueden influir en el desempeño y la viabilidad de un negocio o proyecto. Su nombre proviene de las seis dimensiones que analiza: Política, Economía, Sociedad, Tecnología, Ecología y Legislación. Esta metodología permite a las organizaciones identificar oportunidades y amenazas en su entorno, facilitando la toma de decisiones informadas y la planificación a largo plazo. Se utiliza comúnmente en estudios de mercado, planificación empresarial y estrategias de expansión, ya que proporciona una visión amplia del contexto en el que operará la empresa (Johnson, Scholes & Whittington, 2020).

Factores Políticos

Los factores políticos juegan un papel clave en la regulación y el apoyo institucional que puede recibir el parque. La existencia de normativas medioambientales estrictas, junto con políticas de fomento del turismo rural, puede afectar tanto la puesta en marcha como la operatividad del proyecto.

En España, la Ley 42/2007 del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad establece una serie de regulaciones que garantizan la conservación de los espacios naturales (BOE, 2007). Dado que el parque se ubicará en una zona de gran valor ecológico, será imprescindible garantizar que todas sus actividades respeten el entorno y cumplan con las normativas vigentes, con lo que serán frecuentes las reuniones y acuerdos con el ayuntamiento de Guadarrama. Por otro lado, la Comunidad de Madrid ha implementado diversas estrategias para fomentar el turismo sostenible. Programas como el "Plan Estratégico de Turismo 2020-2023" han demostrado el interés del gobierno autonómico en potenciar el turismo rural como motor económico (Consejería de Cultura y Turismo, 2020). Esto representa una gran oportunidad para el parque, ya que podría beneficiarse de iniciativas de promoción y apoyo financiero.

Asimismo, existen diversas ayudas públicas para proyectos que fomenten el desarrollo rural y la sostenibilidad. Un ejemplo de ello son las ayudas LEADER, financiadas por la Unión Europea, que buscan potenciar iniciativas de emprendimiento en zonas rurales (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2023). Contar con acceso a este tipo de financiación permitiría reducir costos iniciales y fortalecer la viabilidad del negocio.

Finalmente, se debe considerar la legislación laboral, especialmente en lo que respecta a la seguridad de los empleados y visitantes del parque. La Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales establece directrices estrictas para actividades con potencial riesgo, como las que se desarrollarán en el parque (BOE, 1995). Es fundamental garantizar que los monitores y operarios reciban formación adecuada y que todas las instalaciones cumplan con los estándares de seguridad requeridos.

Factores Económicos

El entorno económico en el que operará el parque es determinante para evaluar su viabilidad financiera. Factores como el crecimiento del PIB, la inflación, la tasa de desempleo y las tendencias de consumo en turismo y ocio afectan directamente la demanda y rentabilidad del negocio.

En los últimos años, España ha mostrado una recuperación progresiva de su economía. Según el Instituto Nacional de Estadística (INE, 2023), el PIB creció un 2,5% en 2023, lo que indica un entorno relativamente favorable para el consumo de ocio y turismo. Sin embargo, la inflación sigue siendo un reto, ya que el aumento en los precios de los materiales de construcción y el mantenimiento de infraestructuras puede impactar en los costos operativos del parque.

La tasa de desempleo, que se sitúa en un 12,8% según datos de Eurostat (2023), es otro factor a considerar. Si bien una alta tasa de desempleo puede reducir el gasto en ocio por parte de los consumidores, también puede facilitar la contratación de personal cualificado a costos competitivos.

El turismo rural ha experimentado un notable crecimiento en los últimos años. De acuerdo con Exceltur (2023), el sector del turismo rural creció un 8% en 2024, lo que representa una clara oportunidad para el parque. La demanda de experiencias en contacto con la naturaleza ha aumentado tras la pandemia, lo que sugiere que el proyecto cuenta con un mercado potencial en expansión.

Factores Sociales

Los factores sociales están directamente relacionados con las tendencias de consumo y la aceptación de la oferta del parque dentro de la sociedad.

Uno de los aspectos más relevantes es el creciente interés por el turismo de naturaleza. Según un informe de Turespaña (2023), un 72% de los turistas españoles prefieren actualmente destinos rurales para sus vacaciones, buscando

experiencias de aventura y desconexión de la rutina urbana. Este cambio en los hábitos de consumo favorece la propuesta del parque, que ofrece actividades al aire libre en un entorno natural privilegiado.

La conciencia ecológica también ha ido en aumento en la sociedad. Los consumidores son cada vez más exigentes con respecto a la sostenibilidad de los servicios que contratan. Un parque que promueva el respeto por la naturaleza y que implemente prácticas responsables de conservación ambiental pueden captar un segmento de mercado en crecimiento.

Otro aspecto clave es la educación. Las excursiones escolares y las experiencias de aprendizaje en la naturaleza están cobrando mayor relevancia dentro de los programas educativos. Esto representa una oportunidad para el parque, ya que puede diseñar actividades dirigidas a colegios y centros educativos interesados en promover valores medioambientales y de aventura entre los estudiantes.

Finalmente, es importante considerar la demografía. España tiene una población envejecida, lo que podría influir en la demanda de este tipo de actividades. Sin embargo, si se desarrollan experiencias adaptadas para distintos rangos de edad, se podría ampliar el mercado potencial del parque.

Factores Tecnológicos

El avance tecnológico ofrece oportunidades significativas para la gestión y promoción del parque.

Las plataformas digitales para reservas y pagos en línea permiten mejorar la experiencia del cliente y optimizar la organización del parque. Además, la incorporación de elementos de realidad aumentada o gamificación en las actividades podría hacer la experiencia más atractiva, especialmente para los visitantes más jóvenes. Implementar aplicaciones móviles con mapas interactivos, información sobre flora y fauna o retos digitales dentro del parque puede potenciar la experiencia del usuario y fomentar la fidelización.

El uso de redes sociales y estrategias de marketing digital es otro elemento fundamental. En la actualidad, los consumidores buscan recomendaciones en plataformas como Instagram y TikTok antes de elegir experiencias de ocio. Una estrategia de comunicación digital bien diseñada podría atraer a un mayor número de visitantes y fortalecer la identidad de marca del parque.

Factores Ecológicos

La sostenibilidad es un pilar clave en la viabilidad del parque. Cumplir con regulaciones medioambientales, como la Ley 21/2013 de Evaluación Ambiental (BOE, 2013), es esencial para operar dentro de un entorno protegido.

Es fundamental implementar prácticas responsables en la gestión de residuos, consumo de agua y energía. La integración de fuentes de energía renovable, como paneles solares o sistemas de captación de agua de lluvia, no solo reducirá costos operativos, sino que también mejorará la imagen del parque ante un público cada vez más consciente de la importancia de la sostenibilidad.

Factores Legales

Desde el punto de vista legal, el parque deberá obtener licencias y permisos de construcción y operación. Además, deberá cumplir con normativas de seguridad en actividades de riesgo y con el Reglamento General de Protección de Datos (Parlamento Europeo, 2016) para garantizar la privacidad de sus clientes. Adicionalmente, la normativa sobre accesibilidad y turismo inclusivo requerirá adaptar instalaciones para garantizar la participación de personas con movilidad reducida.

Análisis de la competencia

Tabla de benchmarking ponderada con 1 no genera perjuicio a nuestra empresa, 3 genera poco perjuicio y 5 genera mucho perjuicio:

Tabla 1:

Tabla de benchmarking

Atributo	1	3	5
Precio	>50€	30€ - 50€	<30€
Calidad del servicio	Mala (instalaciones deterioradas, falta de seguridad)	Normal (buen mantenimiento, seguridad aceptable)	Alta (excelente estado, protocolos de seguridad avanzados)
Duración de las actividades	Menos de 2 horas	2 a 4 horas	Más de 4 horas
Variedad de actividades	Poca (1 o 2 actividades)	Moderada (3 a 5 actividades)	Amplia (más de 5 actividades)
Notoriedad de la empresa	Ninguna (desconocido en el mercado)	Poca (reconocido solo en un nicho específico)	Alta (marca reconocida en el sector)
Canales de contacto y marketing	Solo teléfono o correo	Redes sociales + teléfono	Múltiples canales: web, redes, email, eventos

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2:

 Tabla de *benchmarking ponderada*

Atributo	%	Tirolinas Go (Puntuación)	Amazonia (Puntuación)	Tirolinas Go (Ponderado)	Amazonia (Puntuación)
Precio	20	3	3	0.70	0.70
Calidad del servicio	20	3	3	0.65	0.66
Duración de actividades	16	3	3	0.15	0.15
Variedad de actividades	18	1	1	0.15	0.15
Notoriedad de la empresa	11	3	5	0.30	0.50
Canales de contacto y marketing	15	3	3	0.45	0.45
Media	100			1.75	2.61

Fuente: Elaboración propia

El análisis de benchmarking ponderado nos permite comparar el impacto de la competencia en nuestra empresa, evaluando diferentes atributos clave en términos de perjuicio potencial. La puntuación final ponderada de cada empresa es:

- Tirolinas Go 1.75
- Amazonia 2.61

Precio (20%): Ambos competidores tienen una puntuación de 3, lo que indica que sus precios se encuentran en un rango medio y no generan un gran perjuicio a nuestra empresa. Sin embargo, si alguna de ellas baja los precios, podría representar una amenaza mayor.

Calidad del servicio (20%): Ambas empresas obtienen una puntuación de 3, lo que sugiere una calidad aceptable pero no excelente, lo que implica un mayor perjuicio para nuestra empresa debido a que los clientes podrían percibir su oferta como más atractiva.

Duración de actividades (16%): Las dos primeras empresas tienen una puntuación de 1, lo que indica que su oferta en términos de duración de actividades es favorable y no representa una amenaza significativa.

Las otras dos empresas que son competencia directa tienen una puntuación de 3, con lo que no tienen contenidos suficientes para ofrecer.

Variedad de actividades (18%): Ambas obtienen una puntuación de 1, indicando que no ofrecen una variedad alta de actividades y no afecta negativamente a nuestra empresa.

Notoriedad de la empresa (11%): Tirolinas Go tiene una puntuación de 3, lo que sugiere que son conocida dentro de su nicho, pero no a nivel masivo. En cambio, Amazonia tienen una puntuación de 5, lo que indica que es ampliamente reconocida y representa una amenaza mayor en términos de posicionamiento y atracción de clientes.

Canales de contacto y marketing (15%): Las dos empresas tienen una puntuación de 3, lo que sugiere que usan estrategias de marketing moderadas, sin representar una gran amenaza ni una ventaja competitiva significativa.

A continuación, en las siguientes dos tablas (tabla 4 y tabla 5), DAFO Y CAME analizamos los puntos fuertes y las mejorar que necesita el proyecto, teniendo en cuenta que la parte de origen interno es más fácil de corregir y mantener ya que depende de nosotros y los resultados de los primeros años, que son cruciales en el desarrollo del mismo.

Por otro lado, debemos afrontar las amenazas y tratar de llevarlas a un terreno menos hostil, y saber leer el momento adecuado para explotar las oportunidades.

Análisis DAFO

Tabla 3:

Análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Distancia de Madrid capital - Dependencia inicial de subvención del ministerio - Alto coste por el número de personal y suministros a imputar - Marca nueva - Capacidad de usuarios progresiva 	<ul style="list-style-type: none"> - Competencia cercana aparentemente similar - Vandalismo en la instalación - Estacionalidad - Límite de oferta en transporte público - Cesión del contrato por parte del propietario
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Propuesta de valor innovadora - Equipo estable - Formación continua del personal - Gran dimensión de la instalación - Distribución de la finca de forma estratégica - Trato individual al cliente 	<ul style="list-style-type: none"> - Subvención del ministerio de educación - Aceptación del proyecto en los colegios - Nivel económico medio alto del distrito y alrededores - Variedad de actividades frente a la competencia

	- Amplitud de aforo según ingresos
--	------------------------------------

Fuente: Elaboración propia

Análisis CAME

Tabla 4:

Análisis CAME

CORREGIR DEBILIDADES	AFRONTAR AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Ofrecer gratuidades cada "x" asistencias al parque - Crear una progresión educativa para que los colegios de los alrededores nos visiten cada trimestre - Ofrecer vivienda temporal en la instalación al personal - Crear un plan de marketing efectivo - Crear más clientes que nos visiten en plan de día 	<ul style="list-style-type: none"> - Distinguir nuestro valor añadido. - Crear espacios para talleres como arte callejero y ofrecer un espacio a jóvenes donde puedan tener un ocio saludable - Construir espacios cerrados para dar servicios mixtos - Solicitar al ayuntamiento un programa de bicis de alquiler - Ofrecer al propietario la realización de cumpleaños y festividades organizadas y exclusivas
MANTENER FORTALEZAS	EXPLOTAR OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Seguir apostando por el departamento de I + D y mantener nuestra Propuesta de valor - Crear alicientes para seguir con un equipo estable - Búsqueda de incentivos para el personal - Mantener la instalación cuidada - Colocación de señalética y caminos según se amplie - Premiar al cliente antiguo para su mayor fidelización - Trabajar propósitos comunes con el equipo y crear espacios de trabajo motivadores y creativos. 	<ul style="list-style-type: none"> - Subvención de otras organizaciones - Aumentar las actividades demandadas en los colegios según proyectos nuevos (STEM, robótica) - Ofrecer descuentos a personas en paro - Ofrecer a la competencia una política de win-win como ofrecer descuentos, llevadles clientes a sus instalaciones como una excursión - Aumentar el número de plazas

Fuente: Elaboración propia

Establecimiento de objetivos estratégicos

Para optimizar rendimiento de nuestra instalación, se establecen una serie de objetivos estratégicos y operativos utilizando la metodología SMART.

Tabla 5:
Establecimiento de objetivos a largo plazo

OBJETIVOS OPERATIVOS/LARGO PLAZO					
Perspectiva	Objetivos	Plazos	Indicador	Frecuencia de medición	Plan de actuación
Financiera	Tener la instalación en pleno uso	10 Años	Hectáreas construidas	Anual	Aumento por metros cuadrados
	Incrementar un 30% los ingresos	5 Años	Beneficio neto	Anual	Aumentar el nicho de negocio
Clientes	Aumentar número de participantes	5 Años	Número de convenios	Anual	Invertir en marketing y convenios con más entidades
Procesos internos	Innovar en actividades, material actualizado	10 Años	Inversión en material	Anual	Modernizar la instalación y mantener en buen estado las actividades
	Aumentar el aforo con menos personal	10 Años	Ratio niño - monitor	Trimestral	Mejorar y pensar las actividades para que sean seguras con menos personal
Formación y crecimiento	Monitores más cualificados y polivalentes	7 Años	Sueldos	Anual	Formaciones remuneradas
	Conseguir ser referentes en educación no formal	10 Años	Número de colegios que nos conozcan	Anual	Evaluaciones

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6:
Establecimiento de objetivos a medio plazo

OBJETIVOS OPERATIVOS/MEDIO PLAZO					
Perspectiva	Objetivos	Plazos	Indicador	Frecuencia de medición	Plan de actuación
Financiera	Reducir los gastos en material y mantenimiento	4 Años	Comparativa de gastos	Mensual	Acuerdos con proveedores y con actividades más eficientes
	Crear nueva línea de mercado	4 Años	Analizar el beneficio	Anual	Campamentos urbanos
Clientes	Fidelizar al 80 % de los colegios de forma trimestral	3 Años	Repetición de usuarios	Anual	Ofrecer bonos si ofertan nuestros campamentos
	Aumentar la presencia de familias en la instalación de temporada baja	3 Años	Número de familias que vienen cada fin de semana	Semanal	Inversión de actividades e instalaciones techadas
Productividad	Obtener un 90% de clientes satisfechos	3 Años	Número de clientes satisfechos	Bimensual	Encuestas de satisfacción al cliente
	Ofrecer atención más personalizada	2 Años	Fidelización	Semanal	Atender a necesidades específicas protocolizadas
	Eficacia y rapidez en solucionar problemas	2 Años	Valoraciones positivas	Semanal	Encuestas de satisfacción al cliente
Personal	Incrementar la productividad	3 Años	Productividad del personal	Mensual	Dar incentivos por objetivos cumplidos

	Desarrollar el buen clima y trabajo en equipo	3 años y medio	Aumento de likes	Trimestral	Encuestas de satisfacción a los trabajadores
	Aumentar el número de formaciones diferentes a las actividades realizadas	3 Año	Conocimientos y competencias de los empleados	Bimestral	Dar formaciones remuneradas a los empleados

Fuente: Elaboración propia

Tabla 7:

Establecimiento de objetivos a corto plazo

OBJETIVOS OPERATIVOS/CORTO PLAZO					
Perspectiva	Objetivos	Plazos	Indicador	Frecuencia de medición	Plan de actuación
Financiera	Reducir los gastos en material y mantenimiento	1 Año	Comparativa de gastos	Mensual	Acuerdos con proveedores
	Aumento de ventas de escolares sin subvención y familias	1 Año y medio	Venta de entradas	Bimestral	Llegar a más clientes con plan de marketing segmentado
Clientes	Maximizar la satisfacción del cliente	1 Año	Número de usuarios por trimestre	Trimestral	Ofrecer bonos si vienen tres veces al año
	Aumentar la presencia de familias en la instalación de temporada baja	9 Meses	Número de familias que vienen cada fin de semana	Semanal	Promocionar Family days, fines de semana temáticos

Productividad	Conseguir un 80% de clientes satisfechos	1 Año	Número de clientes satisfechos	Bimensual	Encuestas de satisfacción al cliente
	Ofrecer atención más personalizada	6 Meses	Fidelización	Semanal	Atender a necesidades específicas protocolizadas
	Eficacia y rapidez en solucionar problemas	1 Año	Rapidez de respuesta	Semanal	Encuestas de satisfacción al cliente
Personal	Incrementar la productividad	1 Año	Productividad del personal	Mensual	Dar incentivos por objetivos cumplidos
	Desarrollar el buen clima y trabajo en equipo	6 meses		Trimestral	Encuestas de satisfacción a los trabajadores
	Aumentar el número de formaciones	1 Año	Conocimientos y competencias de los empleados	Mensual	Dar formaciones remuneradas a los empleados

Fuente: Elaboración propia

Tabla 8:

Objetivos estratégicos:

Dimensión	Descripción
Alcance geográfico	El área de influencia depende de la segmentación, para actividades de un día, tanto escolares como de familia, tendríamos un impacto de unos 70 kilómetros, que se consideran asequibles para pasar un día de multiaventura. Al tener a nuestra disposición cabañas para albergar participantes, el área de influencia se amplía para actividades de pernocta de escolares para los programas específicos y viajes de fin de curso.
Visión e intención	Nuestra propuesta de valor es el aprendizaje en movimiento los proyectos educativos, presentes y futuros.
Cuota de mercado	Ganamos la cuota de mercado a nuestros competidores más directos por situación geográfica ya que tenemos más oferta de actividades y se pueden diversificar en rotaciones, sin embudos al comienzo del día.

	Mientras que ellos necesitan hacer turnos, nosotros a los diez minutos de llegar, los participantes ya están haciendo una actividad.
Estrategia	Podemos ser competitivos sin ser low-cost ya que nuestro objetivo es el volumen, que ayuda a reducir costes.
Recursos	El modelo de gestión del espacio que vamos a utilizar, para tener más volumen de participantes es rotar a los grupos, de esta forma, por cada 100 participantes, solo necesitamos 4 espacios, sin esperas, 100% participativo y con actividades retadoras para cada edad.
Target	Muy amplio pero segmentado por franjas horarias y diferenciando días de la semana.

Fuente: Elaboración propia.

Plan de Marketing

El desarrollo de un plan de marketing sólido es esencial para garantizar el éxito y la sostenibilidad de cualquier negocio. En el caso de Sierra Aventura, su diferenciación en el mercado del ocio y el turismo no solo dependerá de la calidad de sus actividades, sino también de su capacidad para comunicar su propuesta de valor de manera efectiva y atraer a los clientes adecuados.

El concepto de este parque de multiaventura va más allá del entretenimiento; busca convertirse en un referente en la educación experiencial y el turismo. Su enfoque se basa en la combinación de actividades de aventura con programas formativos diseñados para escolares, familias y empresas. A través de la metodología del marketing mix (Kotler & Armstrong, 2013), este plan abordará las estrategias relacionadas con el producto, la fijación de precios, la distribución y la promoción, asegurando así una estructura coherente y efectiva para la consolidación del negocio.

Producto (servicio)

En el mercado del ocio y el turismo activo, la diferenciación es clave. No se trata simplemente de ofrecer actividades al aire libre, sino de diseñar experiencias que dejen una huella en los visitantes. Sierra Aventura se fundamenta en tres pilares esenciales: el aprendizaje a través de la experiencia, la aventura como herramienta de desarrollo personal y la sostenibilidad como compromiso con el entorno.

Este parque no es solo un espacio recreativo, sino un entorno diseñado para ofrecer un abanico de experiencias adaptadas a distintos perfiles de clientes.

Para el segmento educativo, que constituye uno de sus públicos principales, el parque ha desarrollado programas específicos orientados a complementar la formación académica de los estudiantes. Entre ellos, se encuentra la inmersión lingüística en inglés, donde los niños y adolescentes practican el idioma en un contexto real a través de retos físicos y dinámicas grupales (Gutiérrez de Castro et al., 2013). Otro de los programas estrella es Carta de la Tierra, una iniciativa basada en la concienciación ambiental y la sostenibilidad, fomentando en los jóvenes valores de respeto y cuidado por la naturaleza (Carta de la Tierra, 2000).

Además, se ofrece un programa de convivencia y trabajo en equipo, donde los participantes enfrentan desafíos diseñados para fomentar la cooperación y el liderazgo. Actividades como circuitos de altura, tirolinas y juegos de estrategia permiten a los niños y adolescentes desarrollar habilidades fundamentales como la toma de decisiones y la confianza en sí mismos (Baena-Extremera, 2011).

Por otro lado, los fines de semana y festivos, Sierra Aventura abre sus puertas a familias y grupos de amigos que buscan una alternativa de ocio diferente. Desde circuitos de aventura adaptados a distintos niveles hasta rutas de senderismo guiadas y actividades de orientación, el parque ofrece experiencias diseñadas para fomentar la interacción y la diversión en un entorno natural.

Además del público escolar y familiar, el parque se dirige a empresas y grupos corporativos, ofreciendo programas de team building que combinan actividades de aventura con dinámicas orientadas a la mejora de la cohesión de equipos de trabajo. Estos programas han demostrado ser efectivos para fortalecer habilidades como el liderazgo, la comunicación y la resolución de problemas en entornos laborales (Kolb, 2015).

La calidad y la seguridad son aspectos prioritarios dentro del diseño de estas experiencias. Todas las actividades están supervisadas por monitores especializados y cumplen con los estándares más exigentes en materia de seguridad. Asimismo, el parque apuesta por una filosofía de sostenibilidad, minimizando el impacto ambiental en todas sus actividades.

Estrategia de Precios

El precio es un elemento fundamental dentro de cualquier estrategia de marketing, ya que debe reflejar el valor percibido del producto y al mismo tiempo, ser accesible

para el público objetivo. En el caso de Sierra Aventura, la fijación de precios responde a una estrategia segmentada que permite atender a distintos perfiles de clientes sin comprometer la rentabilidad del negocio.

Para los colegios y grupos educativos, se han diseñado tarifas especiales que permiten la asistencia de grupos numerosos a precios más reducidos. En este caso, se buscará también la posibilidad de acceder a subvenciones y ayudas públicas para facilitar la participación de estudiantes de distintos niveles socioeconómicos. En el caso de las familias y visitantes individuales, se establecerán diferentes modalidades de acceso que incluyen la opción de compra de entradas individuales, paquetes de actividades combinadas y bonos familiares. La implementación de programas de fidelización permitirá que los clientes recurrentes obtengan descuentos y beneficios exclusivos en futuras visitas.

Para el segmento corporativo, los precios estarán ajustados a la personalización del servicio. Los eventos empresariales incluirán desde actividades de un solo día hasta experiencias completas que combinen aventura, formación y gastronomía. Se ofrecerán tarifas dinámicas dependiendo del número de participantes y las actividades seleccionadas.

Uno de los factores clave dentro de la estrategia de precios será la percepción de valor. No se trata solo de fijar un precio competitivo, sino de asegurar que los clientes perciban que están obteniendo una experiencia única, segura y enriquecedora. En este sentido, se comunicará el valor añadido del parque a través de su enfoque educativo, su compromiso con la sostenibilidad y la calidad de sus instalaciones (World Tourism Organization, 2021).

Distribución

Para que un negocio como Sierra Aventura sea exitoso, no solo debe ofrecer experiencias atractivas, sino también garantizar que su acceso y distribución sean lo más cómodos posibles para el cliente. La ubicación en la Sierra de Guadarrama es un punto fuerte del proyecto, ya que ofrece un entorno natural privilegiado a menos de una hora de Madrid. Sin embargo, la accesibilidad puede representar un desafío si no se implementan estrategias adecuadas.

En este sentido, se establecerán acuerdos con operadores de transporte para ofrecer rutas directas desde la capital y otras ciudades cercanas.

En cuanto a los canales de distribución, la venta de entradas y paquetes de actividades se gestionará principalmente a través de plataformas digitales, permitiendo a los clientes reservar y planificar su visita con antelación. Además, se establecerán alianzas con hoteles y agencias de viajes para incluir el parque dentro de sus ofertas turísticas.

Promoción

Para posicionar Sierra Aventura como una referencia en el sector del turismo activo y la educación experiencial, se implementará una estrategia de comunicación integrada.

En el ámbito digital, se apostará por el marketing en redes sociales, con campañas en plataformas como Instagram, TikTok y YouTube, donde se compartirán videos y testimonios de visitantes. La publicidad en Google Ads y las estrategias de SEO ayudarán a que el parque sea fácilmente encontrado en búsquedas relacionadas con turismo y ocio en la naturaleza.

Además, se trabajará en relaciones públicas, asegurando presencia en medios especializados en turismo, educación y sostenibilidad. También se organizarán eventos promocionales, como una jornada de puertas abiertas, donde se invitará a colegios, empresas y medios de comunicación a conocer de primera mano la propuesta del parque.

Plan jurídico

La viabilidad y el éxito de Sierra Aventura no solo depende de una propuesta de valor sólida y diferenciada, sino también del cumplimiento riguroso de los requisitos legales y normativos que regulan su constitución y funcionamiento. En este apartado se detalla la estructura jurídica elegida, los trámites necesarios para su puesta en marcha, así como las normativas específicas que afectan a un proyecto de estas características, ubicado en un entorno natural protegido y orientado tanto al turismo activo como a la educación no formal.

Elección de la forma jurídica

Después de valorar distintas opciones societarias, se ha optado por la constitución de Sierra Aventura como una Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.). Esta fórmula permite a los promotores desarrollar la actividad con una estructura flexible,

profesional y sobre todo, segura desde el punto de vista patrimonial. La elección responde a varios motivos fundamentales:

En primer lugar, la limitación de responsabilidad protege el patrimonio personal de los socios, lo cual es especialmente importante en actividades de ocio que implican cierto grado de riesgo físico. En segundo lugar, la S.L. ofrece una gestión interna sencilla, permite operar con un capital social accesible y es compatible con los planes de crecimiento progresivo contemplados en el plan de negocio. Además, facilita el acceso a ayudas públicas, subvenciones educativas y fondos para desarrollo rural, especialmente relevantes para un proyecto como este, comprometido con la sostenibilidad y la innovación pedagógica (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023).

Por otro lado, esta forma jurídica mejora la percepción de profesionalidad y fiabilidad ante entidades colaboradoras, centros educativos, administraciones y clientes. Constituye así una base estable desde la que construir una marca con proyección regional y nacional.

Requisitos legales y normativa aplicable

El emplazamiento de Sierra Aventura en la Sierra de Guadarrama, una zona de alto valor ecológico implica la obligación de cumplir con la Ley 42/2007 del Patrimonio Natural y de la Biodiversidad y con la Ley 21/2013 de Evaluación Ambiental (BOE, 2007; BOE, 2013). Cualquier intervención sobre el terreno, instalación de infraestructuras o modificación del entorno deberá someterse a una evaluación de impacto ambiental y a la obtención de las licencias pertinentes.

Además, el desarrollo de actividades de turismo activo y multiaventura está sujeto a la normativa específica de la Comunidad de Madrid, por lo que será imprescindible inscribirse como empresa organizadora de actividades turísticas en el registro correspondiente y cumplir con los requisitos técnicos y de seguridad exigidos para cada tipo de actividad.

Desde el punto de vista laboral, la empresa debe aplicar la Ley 31/1995 de Prevención de Riesgos Laborales, garantizando la formación continua del personal monitor y la existencia de protocolos de seguridad para todas las actividades. Igualmente, el uso de datos personales por parte de escolares y familias requiere el cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD)

(Parlamento Europeo, 2016), estableciendo medidas de transparencia, consentimiento y protección de la privacidad.

Será también obligatorio contar con seguros de responsabilidad civil y de accidentes que cubran tanto a trabajadores como a usuarios, especialmente por tratarse de actividades con potencial riesgo físico.

Acceso a ayudas y subvenciones

Sierra Aventura podrá optar a diversas líneas de ayuda vinculadas a su triple dimensión educativa, turística y medioambiental. En particular, destacan:

- Las subvenciones del Ministerio de Educación, destinadas a actividades complementarias en centros educativos.
- Las ayudas LEADER, orientadas al emprendimiento en zonas rurales, que permiten financiar inversiones en instalaciones, equipamiento o digitalización (Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, 2023).
- Las líneas de apoyo al turismo sostenible de la Comunidad de Madrid, recogidas en su Plan Estratégico 2020–2023 (Consejería de Cultura y Turismo, 2020).

Plan de operaciones

Descripción del lugar físico.

La instalación en su totalidad tiene una dimensión de 15 hectáreas en forma de rectángulo, con terreno allanado. Las instalaciones deportivas están situadas de norte a sur, para proteger a los usuarios y técnicos del sol.

El acceso está diferenciado en grupos, particulares y proveedores para que no haya interferencias en la circulación. Ya que entre semana por las tardes coinciden.

En la entrada de particulares, hay una taquilla que permite el acceso una vez abonado el importe, y como se ve en el mapa Anexo1. De esta forma, los espacios están diferenciados por segmentos.

La entrada de los autobuses está cerca de las cabañas para que los participantes que vienen a pernoctar no tengan una larga transición y los que vienen a actividades de un día tengan una esplanada amplia para hacer la presentación y divisiones de grupos.

Los colegios de día comen en los dos merenderos por turnos, en las pernoctas se usa el comedor ya que la pensión completa incluye alojamiento y dietas. De esta forma eliminamos un techo importante de capacidad.

Para la primera parte de la instalación (Anexo III) que ya tenemos construida, contamos con:

Dos (2) campos con césped artificial de 45x90, uno de ellos tiene una malla por laterales y de separación en el medio del campo, ya que está destinado a juegos de paintball de gel.

Un (1) lago navegable artificial de cuatro (4) hectáreas (Figura 15), al lado tiene un hangar para guardar palas, remos, chalecos y tablas y dos estructuras tipo nicho para almacenar las piraguas.

Siete (7) monolitos de escalada con dos (2) paredes cada uno con seguro trublué. Cuatro (4) circuitos de cuerdas altas, entre medias de las actividades de cuerdas, hay un cobertizo donde se cuelgan los arneses de ambas actividades.

Cuatro (4) esplanadas con césped natural.

Dos (2) zonas arboladas limpias.

Cinco (5) puntos de agua potable.

Un (1) vestuario femenino y otro masculino que respetan la circulación por zona húmeda y seca (Figura 16).

Cuatro (4) baños, dos (2) masculinos y dos (2) femeninos (Figura 17).

Dos (2) merenderos.

Un (1) comedor con cocina industrial, situado cerca de la entrada de autobús con acceso directo para proveedores. La parte de arriba tiene zona de distensión para los profesores con comedor propio y en la parte de abajo dos grandes salas diáfanas.

Cuatro (4) circuitos a dos alturas diferenciado por dificultad: circuito azul, verde, rojo y negro con dos zonas de briefing cada uno, la línea de vida tiene sistema Vert Vortige.

Doce (12) cabañas con seis (6) literas, Un (1) baño y ducha.

Materiales

Tabla 9:

Materiales

MATERIALES TÉCNICOS	UNIDADES	MANTENIMIENTO
---------------------	----------	---------------

Paredes de rocódromo	7	Cada 5 años
Presas de rocódromos	4000	Cada 5 años
Material montaje rocódromos	7	Cada 5 años
Mosquetones de llave	40	Cada 3 años
Trubluce	14	Cada día
Arneses	150	Cada 4 años
Poleas	100	Cada 3 años
Cintas	200	Cada 2 años
Mosquetones	200	Cada 3 años
Cascos	40	Cada 5 años
Guantes	100 pares	Cada 5 años
Campos de fútbol 11	2	Cada 12 años
Red para campos	600 metros	Cada 10 años
Piraguas	30	Cada 15 años
Palas	55	Cada 15 años
Pádel surf	10	Cada 6 años
Remos	10	Cada 15 años
Chalecos náuticos	150	Cada 8 años
Pasarelas	2	Cada 15 años
Mantenimiento de circuitos		cada día
MATERIALES DEPORTIVO	UNIDADES	MANTENIMIENTO
Material deportivo	Variado	Cada 5 años
Bubbles	10	Cada 10 años
Archery tag	36	Cada 10 años
Petos	60	Cada 10 años
Máscaras	60	Cada 10 años
Paintball gel	36	Cada 7 años
OTROS MATERIALES	UNIDADES	MANTENIMIENTO
Mantenimiento de las casas	Variado	Cada año
Mantenimiento del comedor	Variado	Cada año
Colchones	144	Cada 10 años
Literas	72	Cada 10 años
Ropa de cama	144	Cada 5 años
Vajilla	Variado	Cada 5 años
Mobiliario comedor	Variado	Cada 5 años
Herramientas de jardinería	Variado	Cada 15 años

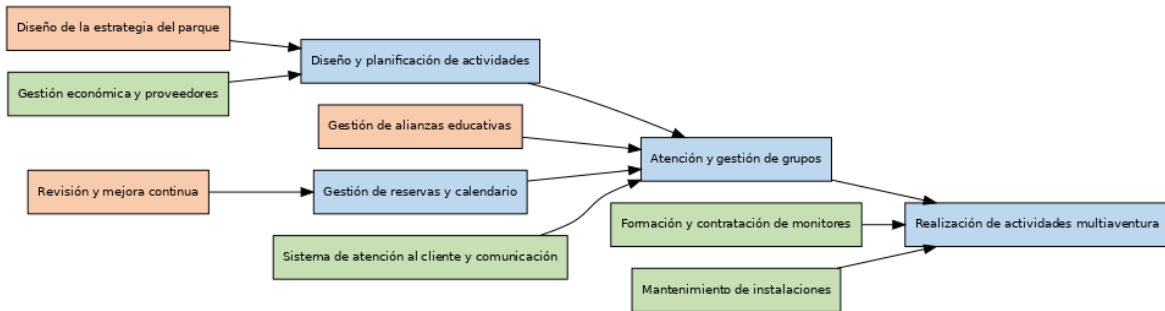
Fuente: Elaboración propia

Mapa de procesos.

El mapa de procesos permite visualizar de forma global las actividades clave que sostienen el funcionamiento de la empresa. Esta herramienta facilita la

comprensión del flujo de trabajo entre áreas como administración, coordinación y monitores, asegurando la eficiencia operativa y la experiencia de los usuarios.

Figura 2:
Mapa visual de procesos



Fuente: Elaboración propia.

Como vemos los colores permiten identificar claramente el rol de cada proceso dentro de la organización, naranja para los procesos estratégicos, azul para los procesos clave y verde para los procesos de soporte. El diseño visual muestra cómo los procesos estratégicos y de soporte alimentan a los clave (operativos), que son el núcleo del servicio. Así se entiende de forma visual cómo todo está conectado para garantizar una experiencia educativa y de calidad.

Diagrama de flujo.

El proceso de solicitud de presupuesto es uno de los más relevantes en la relación con centros escolares. A través del siguiente diagrama de flujo se detallan los pasos necesarios, desde la recepción de la petición hasta la confirmación final de la actividad, permitiendo un seguimiento claro y organizado.

Figura 3:
Diagrama de flujo de una petición de presupuesto

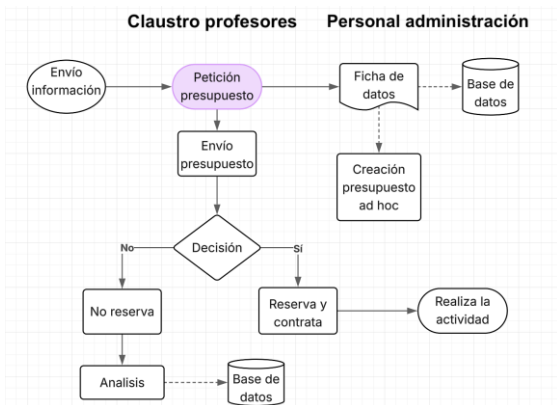


Tabla Elaboración propia.

Ficha de procesos

Para garantizar una correcta organización y ejecución de las actividades escolares, se ha definido una ficha de procesos que recoge todos los elementos clave: desde la solicitud inicial hasta la realización de la actividad. Esta ficha permite establecer responsabilidades, recursos necesarios, indicadores de seguimiento y condiciones operativas básicas.

Tabla 10:

Ejemplo de ficha de procesos

Descripción del proceso: Contratación de una actividad escolar	
Input: Petición de presupuesto	Responsable del proceso: coordinador/a
Output: Realiza la actividad	Clientes del proceso: Profesores
Herramientas necesarias: Base de datos, ficha de datos, histórico, sharepoint, calendari	
Personas implicadas en el proceso: personal de administración, coordinador/a	
Indicadores: número de pax por mes, bajas sin quejas	
Instrucciones a tener en cuenta: revisar calendario, revisar actividades de otros clientes el mismo día, ofrecer actividades no realizadas el año anterior	
Plazos importantes: el presupuesto tiene una validez de 12 días desde el envío, si se pasa de plazo se revisan fechas y actividades, si no fuera posible, se realizaría otro presupuesto	Límites: pago de reserva y firma de contrato antes de 15 días del envío del presupuesto

Tabla Elaboración propia

Proveedores

En cuanto a los proveedores contamos: en náutica Canotecnik, aventura Construye tu parque, Material deportivo Tucán sport, alimentación Makro, vajillas y utensilios de cocina Shalbaida y mobiliario Boltze

Horario día tipo.

Figura 4:

Ejemplo de horarios

COLEGIO 1				
HORARIO	2º E.P.A: 25 PAX	2º E.P.B:25 PAX	2º E.P.C:25 PAX	2º E.P.D:25 PAX
MONITORES	CRISTINA + JUAN	PEDRO + MARCOS	ÁLVARO + MARÍA	AINHOA + PABLO
10:00	LLEGADA PARKING			
10:20 - 11:30	PIRAGUA LADO 1	PAINTBALL CAMPO 1	JUEGOS DE AGUA EXPLANADA 1	CIRCUITO DE CUERDAS VERDE
11:40 - 12:50	PAINTBALL CAMPO 1	PIRAGUA LADO 1	CIRCUITO DE CUERDAS VERDE	JUEGOS DE AGUA EXPLANADA 1
13:00 - 13:40	COMIDA MERENDERO CUERDASALTAS			
13:50 - 14:30	JUEGOS DE AGUA EXPLANADA 1	CIRCUITO DE CUERDAS VERDE	PIRAGUA LADO 1	PAINTBALL CAMPO 1
14:40 - 15:50	CIRCUITO DE CUERDAS VERDE	JUEGOS DE AGUA EXPLANADA 1	PAINTBALL CAMPO 1	PIRAGUA LADO 1
16:00	SUBIDOS AL BUS PARKING			

COLEGIO 2 PERNOCTA BILINGÜE				
HORARIO	5º E.P.A: 25 PAX	5º E.P.B:25 PAX	5º E.P.C:25 PAX	5º E.P.D:25 PAX
MONITORES	GEMA + PAUL	BRENDA + IKER	AINOA + MIKE	MARTA + JASON
9:00	DESAYUNO			
10:00	EXPLICACIÓN DE DINÁMICA			
10:20 - 11:30	BUBBLE CAMPO 2	CIRCUITO DE CUERDAS AZUL	JUEGOS DE AGUA EXPLANADA 2	PIRAGUA LADO 2
11:40 - 12:50	CIRCUITO DE CUERDAS AZUL	BUBBLE CAMPO 2	PIRAGUA LADO 2	JUEGOS DE AGUA EXPLANADA 2
13:00 - 14:30	COMIDA			
13:50 - 14:30	JUEGOS DE AGUA EXPLANADA 2	PIRAGUA LADO 2	BUBBLE CAMPO 2	CIRCUITO DE CUERDAS AZUL
14:40 - 15:50	PIRAGUA LADO 2	JUEGOS DE AGUA EXPLANADA 2	CIRCUITO DE CUERDAS AZUL	BUBBLE CAMPO 2
16:00 - 17:00	MERIENDA MERENDERO CABAÑAS Y JUEGO LIBRE ORIENTADO			
17:10 - 19:00	VIDEOS - JUEGOS INGLÉS			
19:10 - 20:10	DUCHA Y DESCANSO			
20:20 - 21:20	CENA Y ASEO			
21:30 - 22:30	VELADA			
23:00	LUCES APAGADAS			

PARTICULARES Y CUMPLEAÑOS HORARIO INVIERNO	
LUNES A VIERNES	
16:00 - 18:30	TODAS LAS ACTIVIDADES MENOS NÁUTICAS
FINES DE SEMANA	
12:00 - 18:30	TODAS LAS ACTIVIDADES MENOS NÁUTICAS
PARTICULARES Y CUMPLEAÑOS HORARIO VERANO	
LUNES A VIERNES	
16:00 - 20:00	TODAS LAS ACTIVIDADES
FINES DE SEMANA	
12:00 - 20:00	TODAS LAS ACTIVIDADES

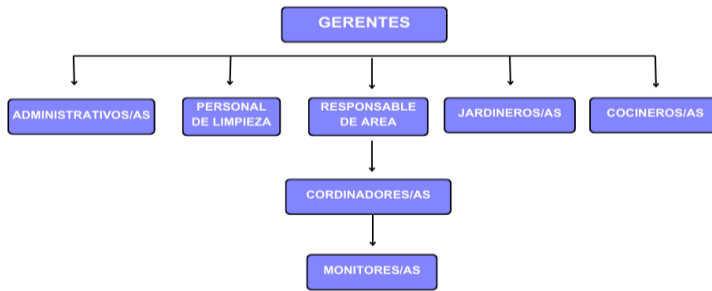
Plan de recursos humanos

Organigrama

La plantilla está formada por los dos socios gerentes. Dos personas en puestos administrativos, empresa limpieza subcontratada, responsable de área es el coordinador/ de los coordinadores, que son tres y monitores, que dependiendo de la temporada se hace previsión de ratio 1x12.

Figura 5:

Organigrama de la empresa



Fuente: elaboración propia

Perfil de puesto:

A continuación, se presenta un ejemplo de tabla de perfil de puesto correspondiente al cargo de responsable de área. En el Anexo II se incluyen otras seis tablas con perfiles detallados de puestos clave.

Tabla 11:

Perfil de puesto del responsable de área

Denominación del puesto	Responsable de área
Misión	Control de calidad
Dependencia jerárquica	Gerente
Puestos a su cargo	Coordinadores y monitores
Funciones específicas	Gestión de monitores, creación de cuadrantes, formación de coordinadores y monitores, gestión de personal de prácticas, contacto con clientes y proveedores
Responsabilidades	Gestión de recursos humanos y materiales, entrevistas, atención al cliente que está en la instalación, atención a proveedores, creación de protocolos
Requisitos académicos	Cafyd
Competencias	Polivalencia, trato agradable, resolutivo, gestión de estrés, conocimiento en gestión de equipos y trato al cliente

Indicadores	Prevención de quejas, prevención de accidentes, valoraciones de clientes, altas de clientes nuevos
-------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------

Fuente: elaboración propia

Plan económico-financiero y viabilidad

Inversión y financiación inicial

Figura 6:

Inversión y financiación

Concepto	Importe (€)	Vida útil (años)	Amortización anual (€)
Instalaciones y estructuras (circuitos, rocódromos, lago, etc.)	120000	15	8000
Mobiliario cabañas y comedor	25000	10	2500
Material técnico y deportivo (arneses, cascos, etc.)	18000	5	3600
Sistemas digitales y software de gestión	8000	4	2000
Marketing y publicidad inicial	6000	3	2000
Equipamiento cocina y comedor	10000	8	1250
Otros (jardinería, herramientas, señalética...)	7000	10	700
Fuente de financiación	Capital (€)	Interés (%)	
Aportación socios	94000	0	
Préstamo bancario	100000	5	

Fuente: Elaboración propia con Excel

La table de la imagen la recoge el desglose de la inversión necesaria para poner en marcha el proyecto. Como era de esperar en un parque de actividades multiaventura, la mayor parte del presupuesto se destina a las instalaciones físicas, como circuitos, rocódromos y otras infraestructuras fijas. Este apartado representa un total de 120.000 €, con una vida útil de 15 años y una amortización anual razonable de 8.000 €. Le siguen en importancia el mobiliario para cabañas y comedor (25.000 €) y el material técnico y deportivo (18.000 €), ambos fundamentales para garantizar la seguridad y funcionalidad de las actividades. También se incluyen partidas destinadas a sistemas digitales y software de gestión (8.000 €), así como a marketing inicial (6.000 €), que, aunque más modestas, son clave para arrancar con una imagen profesional y una operativa eficiente.

Balance inicial

Figura 7:
Balance inicial

ACTIVO	IMPORTE ACTIVO (€)	PATRIMONIO NETO Y PASIVO	IMPORTE PASIVO (€)
ACTIVO NO CORRIENTE	187000	PATRIMONIO NETO	94000
ACTIVO CORRIENTE	7000	PASIVO NO CORRIENTE	100000
TOTAL ACTIVO	194000	TOTAL PASIVO Y PN	194000

Fuente: Elaboración propia con Excel

El balance de apertura muestra una estructura financiera equilibrada y coherente con la inversión inicial. El total del activo asciende a 194.000 €, compuesto principalmente por activos no corrientes (instalaciones, equipamiento, etc.), lo que es normal en un proyecto con fuerte base física. En cuanto a la financiación, se aprecia un reparto equilibrado entre fondos propios (94.000 € de patrimonio neto) y financiación externa (100.000 € de pasivo no corriente). Esto significa que el proyecto no depende en exceso de préstamos, ya que casi la mitad de la financiación proviene de los socios.

Ingresos y gastos del primer año
Figura 8:
Ingresos y gastos del primer año

Ingresos												
Concepto	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Escolares	4000	6000	8000	9000	9500	10000	9500	9000	8500	8000	7500	6000
Familias	2000	2500	3000	4000	4200	4500	4200	4000	3800	3500	3000	2500
Campamentos	0	0	0	0	0	4000	5000	5500	2000	1000	0	0
Team Building empresas	500	500	500	1000	1000	1500	1500	1500	1000	500	500	500
Gastos												
Concepto	mes 1	mes 2	mes 3	mes 4	mes 5	mes 6	mes 7	mes 8	mes 9	mes 10	mes 11	mes 12
Personal (fijo y monitores)	6000	6000	6000	6200	6200	6500	6500	6500	6200	6000	6000	6000
Suministros	500	500	600	600	700	800	800	800	700	600	500	500
Publicidad	1000	1000	1000	1500	1500	2000	2000	1500	1000	1000	1000	1000
Material y mantenimiento	1200	1200	1500	1800	1800	2000	2000	1800	1500	1200	1000	1000
Alquiler terreno	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800	800
Préstamo - intereses	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417	417
Gastos varios	300	300	300	300	300	400	400	400	300	300	300	300

Fuente: Elaboración propia con Excel

En esta tabla se detallan los ingresos mensuales estimados durante el primer año, desglosados por tipo de cliente. Se observa claramente que los escolares constituyen la fuente principal de ingresos, con una facturación creciente en los meses lectivos que llega a superar los 10.000 € en algunos meses. Las familias, por su parte, generan un flujo de ingresos más estable a lo largo del año, especialmente los fines de semana, con cifras que oscilan entre los 2.000 y los

4.500 €. Los campamentos de verano y las actividades para empresas (team building) completan la oferta, con un impacto económico más puntual pero relevante en los meses estivales. En conjunto, la estacionalidad está bien compensada gracias a la diversificación de servicios. La empresa aprovecha diferentes públicos en distintos momentos del año, lo que permite mantener un flujo de ingresos constante y reducir el riesgo de dependencia de un solo segmento.

Cuenta de resultados (5 años)

Figura 9:

Cuenta de resultados a 5 años

CONCEPTO	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
INGRESOS	0	164200	197040	236448	283738	340485
GASTOS	0	133704	144400	155952	168429	181903
EBITDA	-194000	30496	52640	80496	115309	158582
AMORTIZACIONES	0	20050	20050	20050	20050	20050
EBIT	-194000	10446	32590	60446	95259	138532
Impuesto Sociedades	0	2612	8147	15111	23815	34633
NOPLAT	-194000	7834	24442	45334	71444	103899
Free Cash Flow	-194000	27884	44492	65384	91494	123949

Fuente: Elaboración propia con Excel

La proyección a cinco años muestra una evolución muy positiva del negocio. Los ingresos crecen pasando de 164.200 € en el primer año a más de 340.000 € en el quinto. Aunque los gastos también crecen, lo hacen de forma más moderada, lo que permite mejorar progresivamente la rentabilidad del proyecto. El EBITDA (Beneficio antes de intereses, impuestos, depreciaciones y amortizaciones), sube de forma destacada: arranca en 30.496 € en el primer año y alcanza los 158.582 € en el quinto. Las amortizaciones se mantienen constantes, en torno a los 20.000 € anuales, lo que implica una estabilidad en la carga contable del inmovilizado. En consecuencia, el beneficio operativo o beneficio antes de intereses e impuestos (EBIT) crece año tras año, superando los 138.000 € en el último periodo analizado.

Escenarios de evolución

Figura 10:

Escenarios de evolución

Escenario	Ingresos Año 1	Ingresos Año 2	Ingresos Año 3	Ingresos Año 4	Ingresos Año 5
Optimista	164200	197040	236448	283738	340485
Realista	164200	188830	217154	249728	287187
Pesimista	164200	177336	191523	206845	223392

Escenario	Gastos Año 1	Gastos Año 2	Gastos Año 3	Gastos Año 4	Gastos Año 5
Optimista	133704	144400	155952	168429	181903
Realista	133704	147074	161782	177960	195756
Pesimista	133704	149748	167718	187844	210386

Escenario	EBITDA Año 1	EBITDA Año 2	EBITDA Año 3	EBITDA Año 4	EBITDA Año 5
Optimista	30496	52640	80496	115309	158582
Realista	30496	41756	55372	71768	91431
Pesimista	30496	27588	23805	19001	13006

Fuente: Elaboración propia con Excel

Se plantean tres posibles trayectorias para el proyecto: optimista, realista y pesimista, proyectando ingresos y gastos durante cinco años. En el escenario optimista, se alcanza un crecimiento notable, con ingresos que se duplican (hasta 340.485 €) y gastos que crecen a menor ritmo, lo que genera un margen muy favorable. El escenario realista, considerado más probable, muestra una evolución sólida y sostenible, con ingresos en torno a 287.000 € al quinto año y un control adecuado del gasto. Por su parte, el escenario pesimista, aunque más conservador, sigue manteniendo beneficios, con ingresos moderados pero suficientes para cubrir los costes. Como vemos incluso en el peor caso el proyecto se mantiene rentable lo que refuerza su solidez.

VAN y TIR del proyecto

Figura 11:

VAN y TIR del proyecto

Indicador	Valor	Interpretación	Condición
VAN	63,639.66 €	EFFECTUABLE	> 0
TIR	18.49 %	EFFECTUABLE	> Coste Financiación (9.15%)

Fuente: Elaboración propia con Excel

Finalmente, los indicadores de rentabilidad del proyecto confirman que Sierra Aventura es una inversión atractiva. El Valor Actual Neto (VAN) asciende a 63.639,66 €, lo que significa que, descontando todos los flujos de caja futuros, el proyecto genera un beneficio neto adicional superior a los 60.000 € sobre la

inversión inicial. La Tasa Interna de Retorno (TIR) se sitúa en el 18,49 %, una cifra notablemente superior al coste de financiación estimado (9,15 %).

Responsabilidad social corporativa

En Sierra Aventura, la responsabilidad social corporativa forma parte esencial de nuestra identidad y está presente en todas las decisiones del proyecto. No se trata de un añadido, sino de un compromiso real con el entorno social, económico y medioambiental en el que operamos. Esta visión se traduce en un plan de sostenibilidad realista, viable y con impacto tangible.

Sostenibilidad social

Nuestra labor va más allá del ocio y la formación, apostamos por la inclusión progresiva de personas con diversidad funcional, garantizando el acceso universal a nuestras actividades y formando a nuestro personal para brindar la mejor experiencia a todo el mundo. Contratamos preferentemente personal local, impulsando el empleo en la zona y además, nuestros programas educativos promueven valores como la cooperación, la superación y el respeto, conectando con una visión de aprendizaje en movimiento y educación en valores.

Sostenibilidad económica

Nuestro modelo económico busca la estabilidad y la eficiencia. Diversificamos los ingresos ofreciendo experiencias a escolares, familias y empresas, lo que permite reducir la estacionalidad y asegurar un flujo continuo de actividad. La gestión rotativa de grupos optimiza los recursos disponibles, y una parte de los beneficios se reinvierte en formación, mejoras educativas y accesibilidad. Así, garantizamos un crecimiento progresivo sin comprometer la calidad ni los principios del proyecto.

Sostenibilidad medioambiental

Al estar ubicados en un entorno natural protegido, asumimos un firme compromiso con su conservación. Nuestras instalaciones están diseñadas con criterios de bajo impacto ambiental, evitando alteraciones agresivas del terreno. Fomentamos la educación ambiental a través de programas como Carta de la Tierra, alineados con los Objetivos de Desarrollo Sostenible. (Naciones Unidas, 2015).

Impacto general de nuestra RSC

Sierra Aventura no es solo un negocio. Es una herramienta de cambio positivo que, contribuye a una ciudadanía más activa y conectada con la naturaleza, reduce la huella ecológica del turismo en la zona, genera oportunidades laborales estables

en el ámbito rural y aporta valor educativo en línea con el desarrollo de la inteligencia emocional y la salud. Todo esto se alinea con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), especialmente los ODS 3 (Salud y bienestar), ODS 4 (Educación de calidad), ODS 11 (Ciudades y comunidades sostenibles) y ODS 13 (Acción por el clima). (Naciones Unidas, 2015).

Cronograma to-start

El cronograma to-start representa de forma visual y estructurada las acciones necesarias para poner en marcha el proyecto Sierra Aventura, desde su constitución hasta la apertura oficial al público. Las tareas se agrupan en tres grandes fases, mostrando de forma clara su duración y secuencia en el tiempo. A continuación se describen cada una de las fases junto con un diagrama tipo Gantt que ilustra el desarrollo del proyecto de forma visual.

Fase 1: Constitución y aspectos legales

Esta fase inicial incluye todas las tareas necesarias para formalizar y legalizar la empresa: constitución de la sociedad, inscripción en registros oficiales, solicitud de ayudas y licencias, así como la contratación inicial de personal clave. Estas acciones son imprescindibles para establecer una base desde el punto de vista jurídico y organizativo.

Fase 2: Puesta en marcha operativa

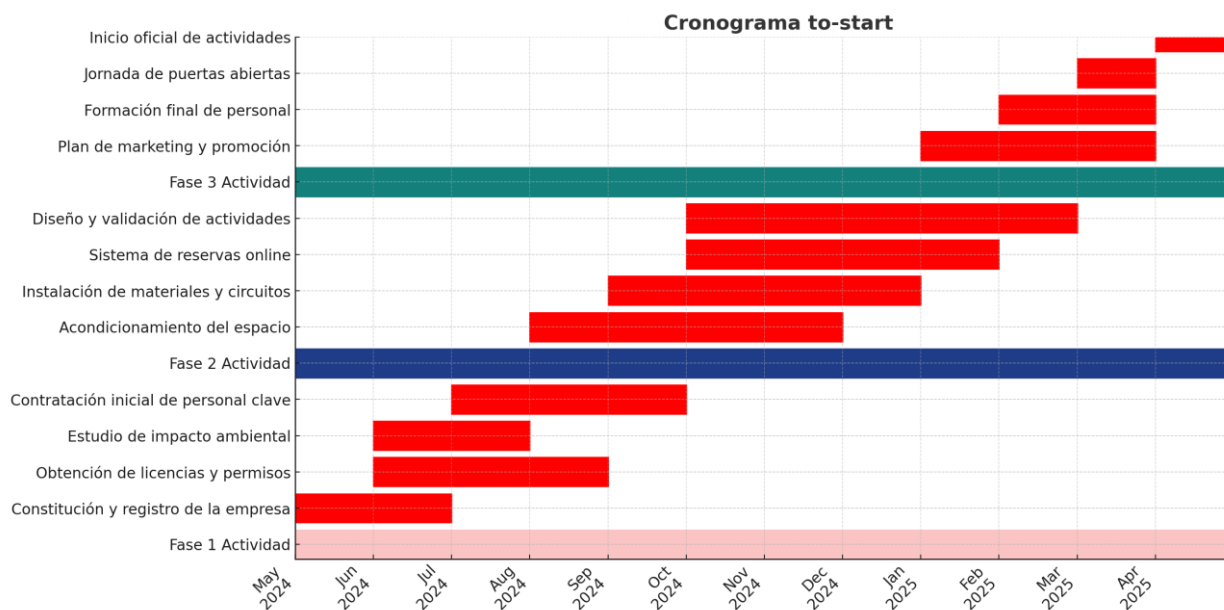
Una vez superada la fase legal, se inicia la preparación práctica del proyecto. Esta fase abarca desde el acondicionamiento del espacio físico hasta la instalación de materiales y sistemas necesarios, incluyendo la digitalización de reservas y la validación de las actividades. Se asegura que todo esté listo para recibir al público cumpliendo criterios de seguridad, accesibilidad y experiencia del usuario.

Fase 3: Lanzamiento y apertura

En esta última fase se desarrollan las actividades orientadas al lanzamiento oficial del parque: promoción, marketing, formación final del equipo y apertura progresiva al público. Incluye acciones estratégicas para posicionar la marca y asegurar una experiencia de calidad desde el primer día.

Figura 12:

Cronograma to-start



Fuente: Elaboración con ChatGPT

Conclusiones

Sierra Aventura nace con una propuesta clara, sólida y con sentido: ofrecer un espacio de aprendizaje, ocio y conexión con la naturaleza que combina educación experiencial, multiaventura y sostenibilidad. A lo largo del proyecto hemos demostrado que no se trata solo de una idea viable desde el punto de vista económico y operativo, sino de una iniciativa con impacto social, educativo y medioambiental.

Entre los puntos fuertes destacan la originalidad del enfoque educativo, la amplitud de actividades, la ubicación estratégica en la Sierra de Guadarrama y el compromiso con la sostenibilidad y la accesibilidad. La combinación de actividades lúdicas con objetivos formativos reales es una de las claves diferenciales del modelo de negocio.

Como es natural en una iniciativa de estas características, también se identifican debilidades y limitaciones, como la necesidad inicial de subvenciones, la estacionalidad o la dependencia de la cesión del terreno. Sin embargo, estas debilidades han sido abordadas con medidas realistas y estrategias correctivas concretas, y se han previsto distintas alternativas de desarrollo y expansión que refuerzan su resiliencia.

Llevar a cabo este trabajo ha sido más que un ejercicio académico. Nos ha permitido reflexionar sobre la importancia de proponer proyectos con sentido, alineados con nuestras capacidades. Ha sido también un reto de autoconocimiento, aprendizaje y maduración profesional.

Las implicaciones de Sierra Aventura van más allá del propio plan, el proyecto puede convertirse en un referente de educación no formal en la Comunidad de Madrid, una alternativa real al ocio convencional y una herramienta transformadora de quienes lo visiten. Con el apoyo adecuado, puede consolidarse como una opción atractiva y sostenible dentro del panorama del turismo activo y la educación no formal.

Bibliografía

- BOE. (1995). *Ley 31/1995 de prevención de riesgos laborales*. Boletín Oficial del Estado.
- BOE. (2007). *Ley 42/2007, de 13 de diciembre, del patrimonio natural y de la biodiversidad*. Boletín Oficial del Estado.
- BOE. (2013). *Ley 21/2013 de evaluación ambiental*. Boletín Oficial del Estado.
- Chirivella, E. C. (2001). *Deporte, salud, bienestar y calidad de vida. Cuadernos de Psicología del Deporte, 1*.
- Consejería de Cultura y Turismo. (2020). *Plan estratégico de turismo 2020–2023*. Comunidad de Madrid.
- De Castro, J. G., López-Barajas, D. M., Zagalaz, J. C., & Sánchez, M. L. Z. (2013). Bilingüismo: Facilitar el aprendizaje de otra lengua a través de la educación física y el deporte. En *El deporte como vehículo de integración* (pp. 74–83). Wanceulen Editorial Deportiva.
- De la Tierra, I. C. (2000). *Carta de la Tierra*. http://earthcharter.org/invent/images/uploads/echarter_spanish.pdf
- Exceltur. (2023). *Informe sobre turismo rural en España 2023*.
- Extremera, A. B. (2011). Programas didácticos para educación física a través de la educación de aventura. *Espiral. Cuadernos del Profesorado, 4(7)*, 3–13.
- Hinojosa, V. (2024, enero 9). Destinos competidores que se benefician del auge del turismo experiencial. *Hosteltur*.

- Instituto Nacional de Estadística. (2023). *Informe sobre el crecimiento del PIB en España 2023*.
- Jaimes, R., & Yesid, D. (2020). Actividad física para el fortalecimiento de las asignaturas básicas inglés, matemáticas y ciencias naturales en el grado décimo del Colegio Técnico La Presentación [Tesis de grado no publicada]. Universidad/Institución.
- Johnson, G., Scholes, K., & Whittington, R. (2020). *Exploring corporate strategy: Text and cases* (11.ª ed.). Pearson Education.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. FT Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15.ª ed.). Pearson.
- Learreta, B., & Ruano, K. (2021). *El cuerpo entra en la clase: Presencia del movimiento en las aulas para mejorar el aprendizaje* (Vol. 171). Narcea Ediciones.
- Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación. (2023). *Programa de ayudas LEADER para el desarrollo rural*. Gobierno de España.
- Ministerio de Industria, Comercio y Turismo. (2023). *Guía para la creación de empresas*. <http://www.ipyme.org>
- Ojeda, M. J. C., Herrera, D. G. G., Mediavilla, C. M. Á., & Álvarez, J. C. E. (2020). El juego como motivación en el proceso de enseñanza-aprendizaje del niño. *Revista Arbitrada Interdisciplinaria Koinonía*, 5(1), 430–448. <https://doi.org/xxxx>
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. Wiley.
- Parlamento Europeo. (2016). *Reglamento general de protección de datos (RGPD)*. Unión Europea.
- Peters, T. J., & Waterman, R. H. (1982). *In search of excellence: Lessons from America's best-run companies*. Harper & Row.
- Turespaña. (2023). *Informe sobre turismo rural en España 2023*. Instituto de Turismo de España.
- Waterman, R. H. (1982). The seven elements of strategic fit. *McKinsey Quarterly*, (3), 17–31.
- World Tourism Organization. (2021). *Tourism and COVID-19: Recovery and trends*. UNWTO Publications.

ANEXOS

Anexo I: Trámites para la puesta en marcha de Sierra Aventura

El éxito de un proyecto empresarial no sólo se fundamenta en una buena idea de negocio, sino también en la correcta ejecución de los procedimientos legales y administrativos necesarios para su legalización y operatividad. En el caso de Sierra Aventura, empresa dedicada a las actividades de ocio multiaventura, educación no formal y turismo activo en un entorno natural, el cumplimiento riguroso de los trámites legales es aún más crucial, debido al marco normativo específico que afecta tanto al uso del suelo como a la seguridad, la protección ambiental y la relación con menores y colectivos vulnerables.

A continuación, se describen de forma detallada los trámites necesarios para la puesta en marcha del proyecto, agrupados en cuatro grandes bloques: constitución legal, licencias de actividad, normativa sectorial y cumplimiento normativo transversal.

Constitución legal de la empresa

El primer paso para la creación de Sierra Aventura es su constitución como Sociedad de Responsabilidad Limitada (S.L.), lo cual requiere una serie de gestiones administrativas iniciales:

- Certificación negativa del nombre: Se solicita al Registro Mercantil Central para garantizar que el nombre "Sierra Aventura S.L." no está ya registrado por otra entidad (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023).
- Apertura de cuenta bancaria y depósito del capital social mínimo: En el caso de una S.L., el capital mínimo requerido es de 3.000 euros, que deberán depositarse en una cuenta a nombre de la sociedad en constitución.
- Redacción de estatutos sociales y escritura pública de constitución: Esta escritura, que debe ser firmada ante notario, incluirá los datos de los socios, los órganos de administración, el objeto social y los estatutos de funcionamiento.
- Inscripción en el Registro Mercantil Provincial: Permite dotar a la sociedad de personalidad jurídica propia.
- Obtención del NIF provisional y alta en el censo de empresarios: Este trámite se realiza ante la Agencia Tributaria, mediante el modelo 036.

Estas gestiones son esenciales para iniciar cualquier actividad económica, así como para contratar personal, firmar convenios con terceros o acceder a ayudas públicas (Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, 2023).

Licencias y autorizaciones municipales y autonómicas

Al tratarse de una instalación recreativa situada en un entorno natural protegido, será necesario gestionar diversas licencias que permitan su construcción, adaptación y funcionamiento:

- Licencia de obras: Necesaria para cualquier actuación de acondicionamiento del terreno o instalación de estructuras fijas (cabañas, plataformas, tirolinas, etc.). Se requiere presentar un proyecto técnico firmado por profesional competente, visado por el colegio correspondiente y validado por el Ayuntamiento de Guadarrama.
- Licencia de apertura o actividad clasificada: Este permiso evalúa que la actividad proyectada no genera impactos negativos para la salud pública, el medioambiente o la seguridad ciudadana. Incluye la presentación de un informe de impacto acústico, plan de evacuación y justificación del cumplimiento de normativas de accesibilidad (BOE, 2007; BOE, 2013).
- Informe de compatibilidad urbanística: Requisito previo a la solicitud de licencia, especialmente relevante en zonas protegidas.
- Evaluación ambiental simplificada o estudio de impacto ambiental: Dependiendo del tamaño del parque y de las actividades previstas, será obligatorio presentar una evaluación ambiental en virtud de la Ley 21/2013 (BOE, 2013).
- Inscripción como empresa de turismo activo: La Comunidad de Madrid exige el alta en el Registro de Empresas Turísticas para aquellas que ofrezcan actividades como senderismo guiado, escalada, tirolinas, orientación, etc., conforme al Decreto 79/2014 de turismo activo autonómico.

Trámites laborales y de seguridad

- Sierra Aventura desarrollará actividades en las que intervienen tanto monitores como clientes en contextos de riesgo físico moderado, lo que exige especial atención a la normativa laboral y de seguridad:

- Alta de la empresa en la Seguridad Social y asignación de un código de cuenta de cotización.
- Alta de los trabajadores contratados, que deberán estar debidamente registrados y asegurados.
- Elaboración del Plan de Prevención de Riesgos Laborales conforme a la Ley 31/1995 (BOE, 1995). Esto implica la identificación de los riesgos inherentes a las actividades de multiaventura, la evaluación de dichos riesgos, la formación de los trabajadores y la implementación de medidas preventivas.
- Formación obligatoria del personal en primeros auxilios y seguridad en actividades de riesgo, especialmente en el caso de monitores que trabajen con menores (World Tourism Organization, 2021).
- Contratación de un seguro de responsabilidad civil y seguro de accidentes con cobertura específica para actividades recreativas y turísticas en espacios naturales.

El cumplimiento de estos requisitos no solo es legalmente obligatorio, sino que constituye una garantía reputacional de la empresa frente a terceros.

Cumplimiento normativo transversal

Además de las normativas anteriores, existen otras disposiciones de cumplimiento obligatorio para empresas que trabajan con menores, tratan datos personales y prestan servicios a colectivos diversos:

- Cumplimiento del Reglamento General de Protección de Datos (RGPD): Se deben establecer medidas de seguridad técnicas y organizativas para el tratamiento de datos personales, especialmente en el caso de menores de edad. La empresa deberá obtener consentimiento informado de los tutores legales, implementar políticas de privacidad y registrar las actividades de tratamiento (Parlamento Europeo, 2016).
- Justificación de cumplimiento de la normativa de accesibilidad universal: Para garantizar el acceso y disfrute del parque por parte de personas con movilidad reducida o necesidades especiales, en cumplimiento de la Ley 8/2013 de rehabilitación, regeneración y accesibilidad urbana.

- Autorizaciones sanitarias en caso de servicio de comida/catering: Si la empresa ofrece servicios de restauración o alimentación, será necesario cumplir con los requisitos higiénico-sanitarios de la legislación alimentaria.

Anexo II. Perfiles de puesto.

Como se expuso anteriormente en este Anexo se exponen más ejemplos de perfiles de puesto de la empresa.

Tabla 12:

Perfil de puesto de administrativo/a

Denominación del puesto	Administrativo/a
Misión	Captar y fidelizar a los clientes
Dependencia jerárquica	Gerente
Puestos a su cargo	Ninguno
Funciones específicas	Organizar, planificar y desarrollar tareas administrativas, atención al público, crear contratos y trámites de clientes internos, gestión de base de datos, continuo contacto con coordinadores
Responsabilidades	Crear y mantener procesos efectivos, mantener archivos en orden
Requisitos académicos	Administración, gestión de empresas
Competencias	Polivalencia, apoyo en ventas, atención al cliente telefónica y presencialmente, manejo de programas administrativos, trabajo en equipo, gestión de quejas
Indicadores	Solución de quejas, valoraciones de clientes, altas de clientes nuevos

Fuente: elaboración propia

Tabla 13:

Perfil de puesto de los coordinadores

Denominación del puesto	Coordinadores
Misión	Control de calidad
Dependencia jerárquica	Gerente y responsable de área
Puestos a su cargo	Monitores

Funciones específicas	Gestión de monitores, creación de cuadrantes, motivación a monitores, gestión de personal, nexo entre responsable de área y monitores
Responsabilidades	Gestión de recursos humanos y materiales, atención al cliente que está en la instalación, atención a proveedores, revisión de material y reporte
Requisitos académicos	Cafyd, Tseas, coordinador de ocio y tiempo libre
Competencias	Polivalencia, trato agradable, resolutivo, gestión de estrés, conocimiento en gestión de equipos y trato al cliente
Indicadores	Gasto de material, bajas de monitores prevención de accidentes, valoraciones de clientes

Fuente: elaboración propia

Tabla 14:

Perfil de puesto de un monitor

Denominación del puesto	Monitor
Misión	Satisfacción y seguridad de los participantes
Dependencia jerárquica	Coordinador
Puestos a su cargo	Ninguno
Funciones específicas	Realización de fichas de actividades, conocimiento de la realización de todas las actividades ofrecidas, control y seguridad del grupo, recreación y buena práctica deportiva
Responsabilidades	Orden y control grupal, orden y mantenimiento de material, realización de inventario de material, control de espacios deportivos
Requisitos académicos	Tseas, Tegu, monitor de ocio y tiempo libre
Competencias	Polivalencia, trato agradable, resolutivo, gestión de estrés, conocimiento en gestión de grupos
Indicadores	Gasto de material, satisfacción del consumidor, cuidado de espacios

Fuente: elaboración propia

Tabla 15:

Perfil de puesto de personal de limpieza

Denominación del puesto	Limpieza
Misión	Mantener la instalación limpia y cuidada

Dependencia jerárquica	Gerente
Puestos a su cargo	Ninguno
Funciones específicas	Limpieza de zonas comunes, baños, vestuarios, cabañas
Responsabilidades	Orden y limpieza
Requisitos académicos	Ninguno
Competencias	Trabajo en equipo, comunicación, polivalencia, buen trato al menor
Indicadores	Instalación limpia

Fuente: elaboración propia

Tabla 16:

Perfil de puesto de los cocineros

Denominación del puesto	Cocineros
Misión	Cumplir los horarios
Dependencia jerárquica	Gerente
Puestos a su cargo	Ninguno
Funciones específicas	Cubrir los turnos de desayuno, comida y cena, mantener la cocina limpia y ordenada
Responsabilidades	Calcular gastos de género según días y número de comensales, calcular comida suficiente para la edad
Requisitos académicos	Cocinero de colectividades
Competencias	Trabajo en equipo, comunicación, polivalencia, buen trato al menor
Indicadores	Consumidores satisfechos

Fuente: elaboración propia

Tabla 17:
Perfil de puesto de personal de limpieza

Denominación del puesto	Jardineros
Misión	Mantener la instalación limpia y bien cuidada
Dependencia jerárquica	Gerente
Puestos a su cargo	Ninguno
Funciones específicas	Segar, podar, mantenimiento y arreglo de cartelería y de cercas
Responsabilidades	Mantener la instalación agradable y con buen aspecto, vaciar papeleras de dentro de la instalación
Requisitos académicos	Jardinero
Competencias	Manejo de maquinaria necesaria
Indicadores	Instalación en buen estado

Fuente: elaboración propia

Anexo III. Plano de las instalaciones.

En este anexo veremos diferentes planos de las instalaciones y sus detalles.

Figura 13.
Plano general de las instalaciones.



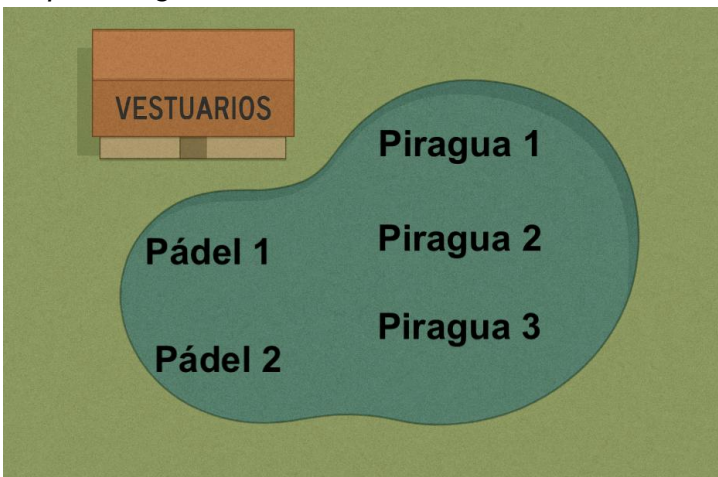
Fuente: Elaboración con ChatGPT.

Figura 14.
Plano detallado de las instalaciones.



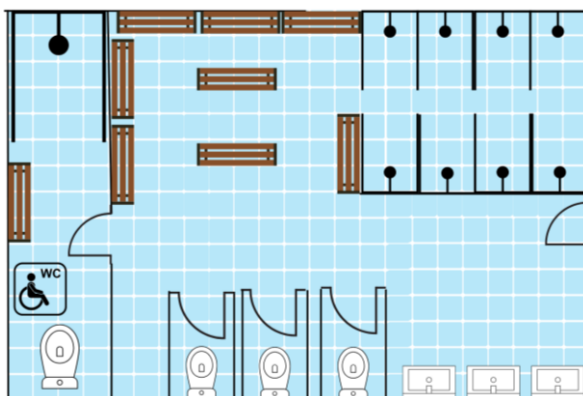
Fuente: Elaboración con ChatGPT.

Figura 15:
Mapa de aguas



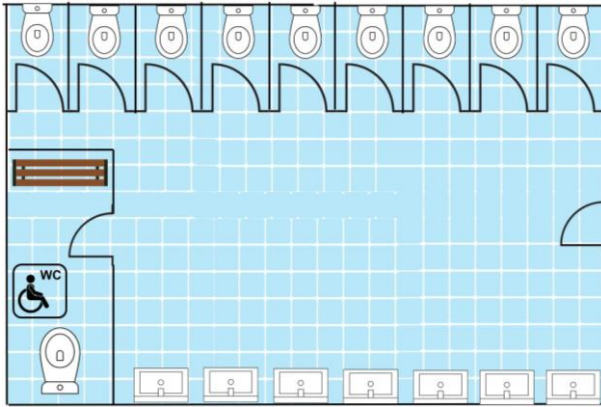
Fuente: Elaboración con ChatGPT.

Figura 16:
Vestuarios



Fuente: Elaboración propia.

Figura 17:
Aseos



Fuente: Elaboración propia.