

Registro de la Propuesta del Trabajo Fin de Grado (TFG)

NOMBRE DEL ALUMNO: Jaime Zamorano

PROGRAMA: E-2

GRUPO: 4ºA

FECHA: 22/10/24

Director Asignado: Vara García, Rafael
Apellidos Nombre

Título provisional del TFG:

TerraPulse.

Un nombre de marca, que evoca y asocia la energía (pulse) y la conexión con la tierra (terra), fusionando aventura y diversión, pero enfocado también en el futuro y la sostenibilidad.

ADJUNTAR PROPUESTA (máximo 2 páginas: objetivo, bibliografía, metodología e índice preliminares)

Firma del estudiante:



Fecha: 21/10/2024

Firma del Director:

UNIVERSIDAD PONTIFICIA COMILLAS
FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES



PROPUESTA TFG – ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Jaime Zamorano Muñoz

Curso 4º

Segundo Semestre

TUTOR ACADÉMICO

Rafael Vara García

MADRID

2024

RESUMEN

TerraPulse es una empresa innovadora en el sector del camping en España. Con el objetivo de revitalizar campings en desuso o poco rentables, creando una marca fuerte y única en el mercado. Nuestro enfoque está en ofrecer experiencias transformadoras centradas en el bienestar, el mindfulness y la paz interior, sin dejar de lado la emoción de las actividades al aire libre en el campo como el senderismo, ciclismo y deportes de aventura. A través de un marketing potente y una imagen de marca consistente, pretendemos posicionar TerraPulse como el referente en campings en España.

Además, TerraPulse contará con una plataforma digital completa, con una página web que facilitará el acceso a todas las experiencias y servicios, y crearemos el exclusivo Club Pulse, un programa de membresías que ofrecerá actividades y recompensas exclusivas para sus socios. El club permitirá a sus miembros disfrutar de ventajas especiales, invitar a amigos (ganando descuentos) y participar en experiencias únicas diseñadas para potenciar su conexión con la naturaleza y el bienestar personal. Contará con un sistema de puntos escalonado que hará que el cliente se sienta parte en todo momento de TerraPulse.

OBJETIVOS

I. Problemas en la industria:

- Dificultades de los campistas para pagar estancias, afectando la ocupación.
- Retrasos en los pagos que generan problemas de flujo de caja.
- Desconfianza en cómo se reinvierten los beneficios en mejorar los campings.

II. Factores clave:

- Optimización de los precios y la experiencia para atraer campistas de nivel medio-bajo.
- Mejor gestión de cobros y reinversiones en infraestructuras, priorizando la transparencia y eficiencia.

III. Modelo de negocio:

- Adquirir campings asequibles en el norte de España, con enfoque en mejorar servicios básicos, pero manteniendo costes controlados.

IV. Hipótesis clave:

- El crecimiento del turismo y la revalorización del terreno impulsarán la rentabilidad de los campings de nivel medio-bajo.

METODOLOGÍA

En la realización de este Trabajo de Fin de Grado, hemos adoptado una metodología colaborativa y estructurada, con la aportación equitativa de los tres miembros del equipo: Rafael Vara, Jaime Piqué y yo, Jaime Zamorano. Aunque cada miembro estará a cargo de una parte específica del proyecto, el enfoque será integral para asegurarnos de que todos estemos completamente al tanto de todos los aspectos de la empresa y su plan de negocio para la posterior presentación de nuestro TFG.

Se prevé realizar un análisis de oportunidades junto con el estudio de mercado, ya que son las actividades más relevantes para definir el enfoque estratégico de TerraPulse. El estudio implicará un análisis profundo del sector de campings en España, con un enfoque particular en aquellos que están abandonados, cuyos propietarios están próximos a jubilarse, o que no son muy rentables, y que, por lo tanto, representan una oportunidad de adquisición y transformación con la nueva marca.

Además, utilizaremos varias herramientas de análisis estratégico, como:

- Análisis DAFO para evaluar la posición interna y externa de TerraPulse.
- Análisis PESTEL para entender de manera precisa el entorno macroeconómico y sus implicaciones para la empresa.

Haremos uso de información pública de datos, estudios de mercado y del análisis de las cuentas y estrategias de los competidores potenciales, lo que nos permitirá definir de manera precisa el plan de negocio. Dicho plan de negocio se elaborará sobre la base de un índice previamente acordado, que se adjuntará más adelante en la propuesta.

El resultado será un plan de negocio sólido y detallado que abarcará todos los aspectos clave para la creación y éxito de TerraPulse, incluyendo el análisis de mercado, la estrategia de marketing, la estructura operativa y el modelo financiero.

ÍNDICE

- I. **Generación de la idea**

- II. **Objetivo de la organización**
 - a) Misión
 - b) Visión

- III. **Análisis del entorno**
 - a) Análisis del entorno genérico y del sector
 - b) Evolución de la oferta y la demanda
 - c) Estudio de la competencia
 - d) Marco Legal

- IV. **Estrategia empresarial**
 - a) Ámbito y concepto
 - b) Ventajas competitivas

- V. **Cultura Organizativa**

- VI. **Comercial**
 - a) Estimación de ventas
 - b) Estimación de costes
 - c) Producto o Servicio
 - d) Precio
 - e) Distribución
 - f) Comunicación
 - g) Segmentación del mercado

- VII. **Análisis Financiero**
 - a) Inversión inicial
 - b) Balances (3 años)
 - c) Cuentas de pérdidas y ganancias (3 años)
 - d) Gestión de tesorería (1 año)
 - e) Planificación de la Gestión fiscal (1 año)
 - f) Análisis por ratios (3 años)
 - g) Métodos de financiación

- VIII. **Gestión del Personal**

- a) Política de selección
- b) Política retributiva
- c) Formación y Desarrollo
- d) Régimen Laboral

IX. Producción y Operaciones

- a) Procesos de producción
- b) Control de operaciones
- c) Política de aprovisionamientos
- d) Gestión de almacenes
- e) Logística