

UNIVERSIDAD CARLOS III DE MADRID

ESCUELA POLITÉCNICA SUPERIOR

Departamento de Organización

Trabajo Fin de Grado



PLAN DE NEGOCIO DE UN HOTEL RURAL

Autor: Eva López Ruiz

Tutor: Jesús Morcillo Bellido

Grado en Ingeniería en Tecnologías Industriales





Índice

1.	INTRODUCCIÓN	22
1.1.	IDEA DE NEGOCIO	22
1.2.	CONCEPTO DE TURISMO RURAL	24
1.3.	METODOLOGÍA.....	24
2.	EL ENTORNO.....	28
2.1.	ANÁLISIS PESTEL.....	29
2.1.1.	Entorno político.....	29
2.1.2.	Entorno económico	29
2.1.3.	Entorno sociocultural	30
2.1.4.	Entorno tecnológico	30
2.1.5.	Entorno medioambiental	30
2.1.6.	Entorno legal	31
3.	ANÁLISIS DEL MERCADO	34
3.1.	ENCUESTA REALIZADA Y PRIMERAS CONCLUSIONES.....	34
3.2.	SECTOR	36
3.2.1.	Número de viajeros residentes en España, y número de pernoctaciones en todo el territorio nacional.....	37
3.2.2.	Número de viajeros residentes en España, y número de pernoctaciones en la Comunidad de Madrid	38
3.2.3.	Número de establecimientos rurales en el territorio nacional.....	39
3.2.4.	Número de establecimientos rurales en la Comunidad de Madrid	39
3.2.5.	Porcentaje de ocupación de los hoteles rurales	40
3.2.6.	Porcentaje de ocupación de los hoteles rurales por fines de semana.....	41
3.3.	CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES	42
3.3.1.	Frecuencia de consumo y grado de repetición del viajero rural.....	45
3.3.2.	¿Por qué repiten los clientes?	46
3.3.3.	¿Cuándo viajan los residentes en España?.....	46
3.3.4.	¿Por qué eligen los clientes nuestro establecimiento?.....	47
3.3.5.	Número de viajeros extranjeros y pernoctaciones en todo el territorio nacional. 47	
3.3.6.	Estancia media en alojamientos rurales en el territorio nacional	49
3.3.7.	Estancia media en alojamientos rurales en la Comunidad de Madrid.....	49
3.4.	ESTACIONALIDAD	50



3.5.	ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER (NIVEL DE RIVALIDAD DEL MERCADO)	53
3.5.1.	Grado de intensidad de la competencia	53
3.5.2.	Barreras de entrada	54
3.5.3.	Productos sustitutivos.....	54
3.5.4.	Poder de negociación de los clientes	55
3.5.5.	Poder de negociación de los proveedores	55
4.	ESTRATEGIA.....	58
4.1.	OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	58
5.	OPORTUNIDAD DE NEGOCIO	62
5.1.	ANÁLISIS DE OPORTUNIDAD	62
5.2.	LA EMPRESA	62
5.3.	MISIÓN, VISIÓN Y VALORES.....	63
5.4.	ANÁLISIS DAFO	64
5.4.1.	Debilidades.....	64
5.4.2.	Fortalezas	65
5.4.3.	Amenazas	65
5.4.4.	Oportunidades	65
6.	PLAN COMERCIAL Y DE MARKETING.....	68
6.1.	MARKETING ESTRATÉGICO.....	68
6.1.1.	Previsión de los porcentajes de ocupación	68
6.1.2.	Análisis de la competencia	73
6.1.3.	Competidores potenciales	85
6.1.4.	Estrategias comerciales.....	91
6.2.	MARKETING OPERATIVO	92
6.2.1.	Política de servicio y marca	93
6.2.2.	Política de precio	96
6.2.3.	Política de comunicación y distribución.....	100
7.	PLAN DE OPERACIONES.....	108
7.1.	RAZONES PARA LA ELECCIÓN DE ZARZALEJO.....	108
7.2.	ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE APERTURA DEL ALOJAMIENTO	109
7.2.1.	Opción 1: Abrir todos los meses del año y todos los días de la semana.....	109
7.2.2.	Opción 2: Abrir todos los meses del año, solamente los fines de semana	109
7.2.3.	Elección de un régimen de apertura	110
7.3.	DESCRIPCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES	110



7.4.	PROCESOS DE SERVICIO	111
7.4.1.	Logística interna o logística de entrada	111
7.4.2.	Operaciones de producción	112
7.4.3.	Logística de salida.....	125
7.4.4.	Ventas y marketing.....	125
7.5.	SERVICIO DE POSTVENTA	126
7.6.	IMPLEMENTACIÓN DEL LEAN MANUFACTURING	126
7.7.	PROVEEDORES.....	130
7.8.	MÉTODOS DE CONTROL, CALIDAD Y MEJORA CONTINUA.....	131
7.8.1.	Opinión de los clientes	131
7.8.2.	Seguimiento del nivel de calidad.....	134
7.9.	CLASIFICACIÓN DEL ALOJAMIENTO.....	135
7.10.	AUTORIZACIONES Y DISPENSAS. REQUISITOS LEGALES	137
7.11.	INICIO DE LA ACTIVIDAD DE HOTELES, PENSIONES Y TURISMO RURAL	138
7.12.	FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD.....	139
7.13.	FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA.....	139
7.14.	TRÁMITES SOCIEDAD LIMITADA.....	141
7.14.1.	Trámites de constitución de la sociedad.....	141
7.14.2.	Trámites en Hacienda.....	142
7.14.3.	Trámites en el Ministerio de Trabajo	143
7.14.4.	Trámites en el Ayuntamiento.....	144
7.15.	PROTECCIÓN JURÍDICA.....	144
7.16.	PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.....	144
7.17.	POSIBLES RIESGOS Y MEDIDAS DE PREVENCIÓN A ADOPTAR	145
8.	PLAN DE RECURSOS HUMANOS	148
8.1.	INTRODUCCIÓN	148
8.2.	NECESIDADES DE PERSONAL.....	148
8.3.	DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO.....	150
8.4.	PERFIL BUSCADO PARA CADA PUESTO	153
8.5.	POLÍTICAS DE PERSONAL.....	154
8.5.1.	Políticas de selección.....	155
8.5.2.	Políticas de formación.....	156
8.5.3.	Políticas de motivación	156
8.6.	ORGANIGRAMA.....	157



8.7.	BENEFICIOS SOCIALES	158
8.8.	POLÍTICAS DE EMPRESA	158
8.9.	NORMAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LOS EMPLEADOS	159
8.10.	HORARIOS.....	159
8.11.	SALARIOS	161
8.12.	CUANTIFICACIÓN DE GASTOS SALARIALES	162
9.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	166
9.1.	INTRODUCCIÓN	166
9.2.	INVERSIÓN INICIAL	166
9.3.	FINANCIACIÓN.....	167
9.4.	AMORTIZACIONES	168
9.5.	GASTOS.....	169
9.5.1.	Gastos fijos	169
9.5.2.	Gastos variables	170
9.6.	BALANCE AÑO 0	171
9.7.	SITUACIÓN REALISTA.....	172
9.7.1.	Año 1. Situación realista.....	172
9.7.2.	Año 2. Situación realista.....	176
9.7.3.	Año 3. Situación realista.....	179
9.7.4.	Año 4. Situación realista.....	182
9.8.	ANÁLISIS DE LAS VENTAS EN SITUACIÓN REALISTA	185
9.9.	BALANCES DE LA SITUACIÓN REALISTA.....	186
9.9.1.	Año 1. Balance situación realista	186
9.9.2.	Año 2. Balance situación realista	187
9.9.3.	Año 3. Balance situación realista	188
9.9.4.	Año 4. Balance en situación realista	189
9.10.	SITUACIÓN PESIMISTA.....	190
9.10.1.	Año 1. Situación pesimista	190
9.10.2.	Año 2. Situación pesimista	196
9.11.	RENTABILIDAD Y RATIOS	199
10.	CONCLUSIONES FINALES	204
11.	BIBLIOGRAFÍA	208
	ANEXO 1. PRESUPUESTO ASESORÍA	211
	ANEXO 2. PRESUPUESTO PÁGINA WEB.....	213



ANEXO 3. PRESUPUESTO SEGURO	214
ANEXO 4. ENSUESTA REALIZADA ANTES DE LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO.....	216
ANEXO 5. INFORMACIÓN ADICIONAL SOBRE ZARZALEJO	218
ANEXO 6. COMPRAS NECESARIAS.....	227
ANEXO 7.VENTAS Y GASTOS DESGLOSADOS POR MESES.....	262

Índice de ilustraciones

Ilustración 1: Escudo de Zarzalejo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	23
Ilustración 2: Con qué frecuencia se hacen los viajes. Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2013.....	45
Ilustración 3: Indicador de las pernoctaciones de los viajes de los residentes en España. Fuente: ITE.....	52
Ilustración 4: Número de alojamientos de turismo rural. Fuente: elmundo.es	74
Ilustración 5: Precios de los alojamientos rurales. Fuente: toprural	75
Ilustración 6: Logo del alojamiento. Fuente: elaboración propia	96
Ilustración 7 : Cadena de valor de Porter. Fuente: emprende pymes	111
Ilustración 8: Círculo de Deming. Fuente: Wikipedia.....	129
Ilustración 9: Organigrama de la empresa. Fuente: Elaboración propia	157
Ilustración 10: Presupuesto asesoría. Fuente: Infosierra.....	212
Ilustración 11: Presupuesto asesoría. Fuente: Profesionales Emprendedores Pymes	213
Ilustración 12: Presupuesto seguro de responsabilidad civil. Fuente: Mapfre	215
Ilustración 13. Fuente de Entrecabezas. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	218
Ilustración 14: Canteras de Zarzalejo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	218
Ilustración 15: Castaño de Zarzalejo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	219
Ilustración 16: Dehesa de Navalquejido. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo.....	219
Ilustración 17: La Pared Real. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	220
Ilustración 18: Lagunas de Castrejón. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo.....	220
Ilustración 19: Las Machotas. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	221
Ilustración 20: Mirador del Guijo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	221
Ilustración 21: Caño Nuevo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	222
Ilustración 22: Caño viejo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	222
Ilustración 23: Fragmento del Acueducto de Segovia. Fuente: ayuntamiento de Zarzalejo	223
Ilustración 24: Monumento al cantero. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	223
Ilustración 25: Talanqueras. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	224
Ilustración 26: El día de la tortilla. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	224
Ilustración 27. San Pedro. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo.....	225
Ilustración 28: Virgen de la Asunción. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo	225
Ilustración 29: Virgen del Consuelo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo.....	226

Índice de tablas

Tabla 1: Condiciones del crédito bancario. Fuente: Elaboración propia	18
Tabla 2: VAN, TIR y Pay-back en el escenario realista. Fuente: Elaboración propia	18
Tabla 3: Cuándo visitarían los clientes el alojamiento. Fuente: Elaboración propia	35
Tabla 4: Número de viajeros residentes en España, y número de pernoctaciones en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia.....	37
Tabla 5: Número de viajeros residentes en España, y número de pernoctaciones en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia.....	38
Tabla 6: Número de establecimientos rurales en el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia	39
Tabla 7: Número de establecimientos rurales en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia	39
Tabla 8: Porcentaje de ocupación hoteles rurales. Fuente: Elaboración propia	40
Tabla 9: Porcentaje de ocupación de hoteles rurales en fines de semana. Fuente: Elaboración propia	41
Tabla 10: número de viajeros y pernoctaciones de turistas extranjeros en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia	48
Tabla 11: Estancia media en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia	49
Tabla 12: Estancia media en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia	49
Tabla 13: Número de viajeros y pernoctaciones en el año 2013. Fuente: Elaboración propia ..	50
Tabla 14: Porcentajes de ocupación del alojamiento. Fuente: Elaboración propia.....	70
Tabla 15: Porcentajes de ocupación de las actividades. Fuente: Elaboración propia	72
Tabla 16: Porcentajes de ocupación del restaurante. Fuente: Elaboración propia	73
Tabla 17: Competencia. Fuente: Elaboración propia	82
Tabla 18: Casa Zarzal entre diario. Fuente: Casa Zarzal.....	87
Tabla 19: Casa Zarzal en fines de semana. Fuente: Casa Zarzal.....	87
Tabla 20: Precios Casa Zarzal para temporadas largas de septiembre a julio. Fuente: Casa Zarzal	87
Tabla 21: Precios Casa Zarzal en temporadas largas de julio y agosto. Fuente: Casa Zarzal	87
Tabla 22: Comparativa de la competencia con nuestro negocio. Fuente: Elaboración propia ..	90
Tabla 23: Precios de las habitaciones. Fuente: Elaboración propia	98
Tabla 24: Precios de las actividades. Fuente: Elaboración propia	99
Tabla 25: Tarifas por aparecer en escapadarural. Fuente: Elaboración propia	102
Tabla 26: Tarifas por aparecer en clubrural. Fuente: Elaboración propia	103
Tabla 27: Ventajas e inconvenientes del emplazamiento en Zarzalejo. Fuente: Elaboración propia	108
Tabla 28. Horario de las actividades. Fuente: Elaboración propia.....	121
Tabla 29: Niveles de calidad exigidos. Fuente: elaboración propia	134
Tabla 30: Tipos de formas jurídica. Fuente: Elaboración propia.....	140
Tabla 31: Número de puestos necesarios. Fuente: Elaboración propia	149
Tabla 32: Salarios de los trabajadores. Fuente: Elaboración propia	161
Tabla 33: Amortizaciones. Fuente: Elaboración propia	168
Tabla 34: Ventas hotel en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia.....	172



Tabla 35: Ventas granja y huerto en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia	172
Tabla 36: Ventas restaurante en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia	172
Tabla 37. Resumen de ventas total en situación realista del año 1. Fuente. Elaboración propia	173
Tabla 38: Gastos variables en situación realista del año 1. Fuente. Elaboración propia	173
Tabla 39: Gastos fijos en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia.....	173
Tabla 40. Total gastos en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia	173
Tabla 41: Cuenta de pérdidas y ganancias del año 1 en situación realista. Fuente: Elaboración propia	174
Tabla 42: Tesorería en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia	175
Tabla 43: Ventas hotel en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia.....	176
Tabla 44: Ventas granja y huerto en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia	176
Tabla 45: Ventas restaurante en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia	176
Tabla 46: Total ventas en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia	176
Tabla 47: Total gasto en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia	177
Tabla 48: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia	177
Tabla 49: Tesorería en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia	178
Tabla 50: Ventas hotel en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia.....	179
Tabla 51: Ventas granja y huerto en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia	179
Tabla 52: Ventas restaurante en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia	179
Tabla 53: total ventas en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia	179
Tabla 54: Total gastos en situación realista del año 3. Fuente: elaboración propia.....	180
Tabla 55: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia	180
Tabla 56: Tesorería en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia	181
Tabla 57: Ventas hotel en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia.....	182
Tabla 58: Ventas granja y huerto en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia	182
Tabla 59: Ventas restaurante en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia	182
Tabla 60: Total ventas en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia	182
Tabla 61: Total gastos en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia.....	183
Tabla 62: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia	183
Tabla 63: Tesorería en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia	184
Tabla 64: Ventas hotel en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia	190
Tabla 65: Ventas granja y huerto en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia	190
Tabla 66: Ventas restaurante en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia..	190
Tabla 67: Resumen de ventas total en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia	191
Tabla 68. Gastos variables en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia	191
Tabla 69: Gastos fijos en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia	191
Tabla 70: Total gastos en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia	191
Tabla 71: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia	192



Tabla 72: Tesorería en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia.....	193
Tabla 73: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación pesimista del año 1 con el nuevo crédito. Fuente: Elaboración propia.....	194
Tabla 74: Tesorería en situación pesimista del año 1 con el nuevo crédito. Duento: Elaboración propia	195
Tabla 75: Ventas hotel en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia	196
Tabla 76: Ventas granja y huerto en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia	196
Tabla 77: Ventas restaurante en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia..	196
Tabla 78: Total ventas y gastos en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia	197
Tabla 79: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia	197
Tabla 80: Tesorería en situación pesimista del año 2. Fuente Elaboración propia.....	198
Tabla 81: VAN, TIR y Pay-back. Fuente: Elaboración propia	199
Tabla 82: Ratio de liquidez. Fuente: Elaboración propia	200
Tabla 83: Rentabilidad económica. Fuente: Elaboración propia	201
Tabla 84: Rentabilidad financiera. Fuente: Elaboración propia	201
Tabla 85: Ventas hotel en situación normal del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia	263
Tabla 86: Ventas granja y huerto en situación normal del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia	265
Tabla 87: Ventas restaurante en situación normal del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia	265
Tabla 88: Total ventas y gastos variables en situación normal del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia	266
Tabla 89: Gastos fijos en situación normal del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia	266
Tabla 90: Ventas hotel en situación normal del año 2 por meses. Fuente: Elaboración propia	268
Tabla 91: Ventas granja y huerto en situación normal del año 2 por meses. Fuente: Elaboración propia	270
Tabla 92: Ventas restaurante en situación normal del año 2 por meses. Fuente: Elaboración propia	270
Tabla 93: Total ventas y gastos en situación normal del año 2 por meses. Fuente: Elaboración propia	271
Tabla 94: Ventas hotel en situación normal del año 3 por meses. Fuente: Elaboración propia	273
Tabla 95: Ventas granja y huerto en situación normal del año 3 por meses. Fuente: Elaboración propia	275
Tabla 96: Ventas restaurante en situación normal del año 3 por meses. Fuente: Elaboración propia	275
Tabla 97: Total ventas y gastos en situación normal del año 3 por meses. Fuente: Elaboración propia	276
Tabla 98: Ventas hotel en situación normal del año 4 por meses. Fuente: Elaboración propia	278



Tabla 99: Ventas granja y huerto en situación normal del año 4 por meses. Fuente: Elaboración propia	280
Tabla 100: Ventas restaurante en situación normal del año 4 por meses. Fuente: Elaboración propia	280
Tabla 101: Total ventas y gastos en situación normal del año 4 por meses. Fuente: Elaboración propia	281
Tabla 102: Ventas hotel en situación pesimista del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia	283
Tabla 103: Ventas granja y huerto en situación pesimista del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia	285
Tabla 104: Ventas restaurante en situación pesimista del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia	285
Tabla 105: Total ventas en situación pesimista del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia	286
Tabla 106: Ventas hotel en situación pesimista del año 2 por meses. Fuente: Elaboración propia	288
Tabla 107: Ventas granja y huerto en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia	290
Tabla 108: Ventas restaurante en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia	290
Tabla 109: Total ventas y gastos en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia	291

Índice de gráficos

Gráfico 1: Número de viajeros en España en alojamientos rurales en el año 2013 por meses. Fuente: Elaboración propia	16
Gráfico 2: Número de habitantes en Zarzalejo a lo largo de los años. Fuente: elaboración propia	23
Gráfico 3: Ciclo de vida de una empresa. Fuente: adeudima	28
Gráfico 4: Cuándo visitarían los clientes el alojamiento. Fuente: Elaboración propia	36
Gráfico 5: Número de viajeros residentes en España en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia	37
Gráfico 6: Número de pernoctaciones en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia	37
Gráfico 7: Número de viajeros en España de la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia	38
Gráfico 8: Número de pernoctaciones en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia	38
Gráfico 9: Número de establecimientos rurales en el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia	39
Gráfico 10: Número de establecimientos rurales en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia	40
Gráfico 11: Porcentaje de ocupación de hoteles rurales. Fuente: Elaboración propia	41
Gráfico 12: Porcentaje de ocupación de hoteles rurales en fines de semana. Fuente: Elaboración propia	42
Gráfico 13: Tipo de clientes que acuden a los alojamientos rurales. Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2012	43
Gráfico 14: Cuándo viajan las personas residentes en España. Fuente: Turespaña	46
Gráfico 15: Por qué los clientes eligen los establecimientos. Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2013	47
Gráfico 16: Número de viajeros extranjeros en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia	48
Gráfico 17: Número de pernoctaciones de turistas extranjeros en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia	48
Gráfico 18: Estancia media en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia	49
Gráfico 19: Estancia media en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia	49
Gráfico 20: Número de viajeros en 2013. Fuente: Elaboración propia	51
Gráfico 21: Número de pernoctaciones en 2013. Fuente: Elaboración propia	51
Gráfica 22: Ventas totales de cada año en situación realista. Fuente: Elaboración propia	185
Gráfica 23: Ventas por meses del año 3 en situación realista. Fuente: Elaboración propia	185



RESUMEN

Este proyecto consiste en la creación de un plan de negocios destinado al estudio de la viabilidad de un alojamiento rural situado en el municipio de Zarzalejo, cercano al municipio de El Escorial y perteneciente a la Comunidad de Madrid.

Este negocio estará enfocado a personas que quieran interactuar con la vida rural lo máximo posible, siempre que sea de su agrado, y a padres y madres que quieran ampliar los conocimientos de sus hijos sobre la vida rural y los animales que viven en ese entorno.

Además se potenciará la ubicación del alojamiento, que ofrece múltiples posibilidades; como visitas culturales al Monasterio de El Escorial, actividades de montaña en el parque nacional de la sierra de Guadarrama y, gracias a su cercanía a la capital, otro tipo de actividades turísticas en la misma.

Se llamará La Naturaleza en Zarzalejo y constará de cuatro habitaciones dobles y seis habitaciones para cuatro personas; además de un bar-restaurante, un salón con chimenea y una granja y un huerto.

La diferencia de este negocio con respecto al resto situados en los alrededores, será la presencia de una granja completa con animales y un huerto que abastecerá de productos nuestra cocina. Además de esto, se proporcionará al huésped la posibilidad de participar en las tareas propias de la granja y la huerta, y así sentir una experiencia rural lo más cercana posible.

Los objetivos principales en el desarrollo de este negocio son: ser un referente en el mercado en cuanto a este tipo de experiencia, afectar lo menos posible al medio ambiente y al entorno, conservar el patrimonio cultural de los pueblos, conseguir un negocio rentable a medio y largo plazo, y proporcionar a los clientes un lugar único donde puedan interactuar al máximo con la vida rural y vivir una experiencia diferente.

Las estrategias que seguiremos serán las siguientes: dar calidad a nuestro servicio dándole al cliente un trato personalizado y exquisito; ofrecer una alternativa a las típicas casas rurales y potenciar la originalidad de la idea; y marcar un precio inferior a la competencia. Se tratará de posicionarse en la mente del consumidor como un espacio de descanso, relax y confort, con un contacto total con la naturaleza y el ambiente rural.

Respecto a la inversión inicial, hemos de destacar que se dispone del edificio para el hotel y del local para el huerto. Lo que se deberá gastar en metálico será únicamente para el mobiliario y los animales y las plantas, por lo que se pedirá un crédito de 110.000€.

Tras hacer el estudio para las situaciones pesimista y realista, se concluye que el negocio será rentable si las ventas se mantienen entre los dos escenarios, ya que si se diera la situación pesimista, no podría mantenerse abierto el negocio.



ABSTRACT

This project consists in the creation of a business plan destined to the study of the feasibility of a cottage located in the town of Zarzalejo (Madrid), near to El Escorial.

This business will be focused on people who want to interact with nature and also focused on parents who want to expand the knowledge of their children about rural life and animals.

In addition, this location offers the possibility of multiple activities, like cultural visits to El Escorial, mountain activities in Guadarrama and another kind of turistic activities.

This rural hotel will be called The Nature in Zarzalejo, and it will have four double rooms and six rooms for four people, plus a restaurant and a living room with fireplace.

The difference between this hotel and the rest will be the presence of a complete farm with animals and a vegetable garden than will provide products to the kitchen. In addition, the customers can participate in the tasks of the farm and the garden.

This business objectives are: to be a reference en this type os experiences, to cause the least environmental problem, to preserve the heritage of the village, to achieve a profitable business and to give customers an unique place.

The strategies that will be followed will be: providing a quality service offering to customers a personalized and excellent service, offering an alternative to the farmhouses and to enhance the originality of the idea. In addition, it will be priced below the competition.

We must position itself in consumers ´minds as a place of rest, relaxation and comfort, with full contact with nature and rural environment.

Because the hotel and the farm are available, we will need 110.000€ in order to buy the furniture and the herbage, and this money will be proportionate by a bank credit.

We have studied the sales in two situation: realistic and pessimistic. We conclude that this hotel will be profitable as long as the sales are between this two situations, but if the pessimistic scenario arises, the business would not be profitable and would close.

RESUMEN EJECUTIVO

El siguiente Plan de Negocios tratará de explicar las características y las condiciones necesarias para la implantación de un alojamiento rural en la Comunidad de Madrid. Además de esto, se tratará de determinar los posibles gastos e ingresos que tendrá este negocio.

El Manual del Empresario Rural define el turismo rural como "la oferta de actividades recreativas, alojamientos y servicios afines, situados en el medio rural dirigidos principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan unas vacaciones en contacto con la naturaleza y la gente local".

Actualmente, existen en todo el territorio nacional 15.991 establecimientos rurales, de los cuales 245 pertenecen a la Comunidad de Madrid. Entre el año 2010 y el 2014, ha existido un incremento del 25% en el número de alojamientos de este tipo en dicha comunidad, lo cual es un dato bastante alentador teniendo en cuenta la crisis actual en la que está inmerso el país. Por otro lado, el número de viajeros en agosto de 2014 fue de 11.887 y en número de pernoctaciones fue de 24.386, lo cual supone un aumento de casi el 72% en el número de viajeros desde 2010.

Respecto a los clientes, se conoce que son las familias con niños seguidas por los grupos de amigos, los que más frecuentan este tipo de negocios. De estos viajeros, aproximadamente el 50% viaja entre dos y tres veces al año, pero sólo el 24% repite el mismo alojamiento.

La estancia media actual de los clientes en la comunidad de Madrid es de 2,08 días, lo cual es bastante poco tiempo.

Uno de los principales problemas de este sector es la estacionalidad, ya que durante el año existen grandes períodos de inactividad o de menor actividad. A continuación, se expone el número de viajeros que visitaron España y los alojamientos rurales en el año 2013 en cada mes:

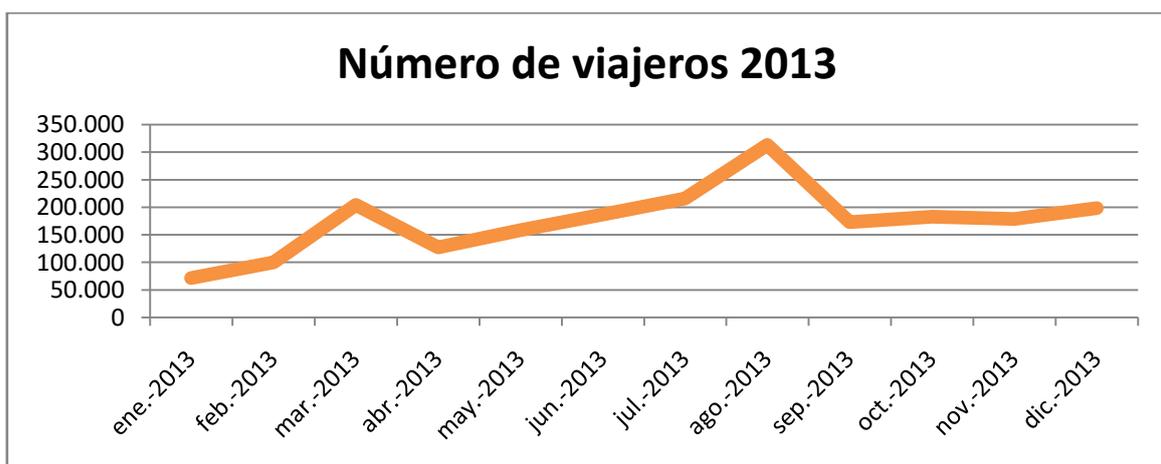


Gráfico 1: Número de viajeros en España en alojamientos rurales en el año 2013 por meses. Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, los períodos de mayor actividad se encuentran en los meses de verano y Semana Santa, seguidos por los días de navidades. Además, se conoce que cuando



mas viajan los clientes es en los fines de semana, así como en los puentes y festivos. Para los períodos de menos actividad, habrá que crear campañas de publicidad, ofertas... que puedan contrarrestar estos malos meses.

Este alojamiento se implantará en Zarzalejo, un municipio perteneciente a la Comunidad de Madrid, situado en la Sierra Oeste. Esta localidad se reparte en dos núcleos, estando arriba el pueblo antiguo y abajo La Estación, tradicionalmente conocida como Los Pajares. Tiene una extensión de 20,2 Km², a los cuales hay que sumarles 0,4 Km² de la Dehesa de Nalvalquejido. Cuanta con una población de 1.553 habitantes y una densidad de población de 75,28 hab/Km².

Se ha elegido este emplazamiento debido a la cercanía con la Comunidad de Madrid y con El Escorial, lo cual posibilita la realización de actividades culturales y deportivas. Además de esto, se trata de un sitio tranquilo, con poca densidad de población, ideal para desconectar y de fácil acceso en transporte público. Por otro lado, el calor en verano es menos sofocante debido a su cercanía con la Sierra de Guadarrama, y tiene temperaturas más agradables.

Las principales estrategias de este negocio serán: dar calidad al servicio cuidando de cada detalle y dando un trato personalizado y exquisito; y mantener, al menos en un primer momento, un precio inferior a la competencia.

Este alojamiento se llamará La Naturaleza en Zarzalejo, y estará formado por un edificio con dos plantas; en la superior se encontrarán repartidas seis habitaciones para cuatro personas y cuatro habitaciones dobles, cada una de ellas equipada con un baño completo; y en la planta inferior habrá un salón-comedor correspondiente al restaurante, una cocina disponible únicamente para el personal, y una sala de estar con chimenea. El punto fuerte de este negocio se encontrará en el exterior, donde se tendrá un huerto y una granja completa con animales, que proporcionarán alimentos a la cocina y que darán a los huéspedes la posibilidad de realizar tareas propias de estos lugares.

El negocio tratará de cubrir las necesidades de algunas personas que quieran interactuar al máximo posible con la vida rural y que deseen tener un contacto más cercano con los animales de la granja y con el huerto, proporcionándoles la posibilidad de participar en las tareas propias y así sentir una experiencia rural lo más cercana posible. Del mismo modo, se intentará cubrir la necesidad de algunos padres de que sus hijos conozcan más sobre la naturaleza y sobre la forma de trabajar antiguamente, así como de que amplíen sus conocimientos sobre los animales y los trabajos de la huerta y la granja.

Para conseguir estos objetivos, este negocio estará llevado principalmente por un director, que será quien haga la recepción de los clientes y quien se encargue de que todo este correcto. A su vez, estará ayudado por los servicios de una asesoría, así como contará con un equipo de cocina y camareros, y con un equipo de limpieza. Para el cuidado de la huerta y los animales habrá una personas y para llevar las actividades con los clientes se contará con dos monitores.

El régimen de apertura elegido para este negocio es abrir todos los días del año. Con esta elección se quiere evitar que los clientes vayan a la competencia si se encuentran el alojamiento cerrado, y se quiere que los huéspedes puedan pasar largos períodos vacacionales

en él; también se pretende de este modo tener una plantilla fija que pueda ser más familiar para los hospedados.

La competencia existente respecto a los alojamientos rurales es abundante, pudiendo encontrar en el propio Zarzalejo tres casas rurales. El grado de rivalidad actual existente en el sector es muy elevado, sin embargo, el elemento diferenciador de esta empresa, la granja y el huerto, hacen este negocio único en el lugar, y será con ello con lo que trataremos de atraer a nuevos clientes.

Para este tipo de negocios, la inversión inicial suele ser bastante elevada, sin embargo, en este caso, al disponer de los terrenos y los edificios, solamente habrá que invertir en mobiliario y en animales. Por esta razón, se calcula que serán necesarios 110.000€, los cuales se conseguirán a partir de un crédito bancario ICO Empresas y Emprendedores que se pedirá a Ibercaja, y que tendrá un interés fijo del 5,395% y un TAE de 5,468%, que se pagará en cinco años sin carencia.

Crédito	110.000€
Interés	5,395%
TAE	5,468%
Número de cuotas	60 (5 años)
Cuota mensual	2.125,85 €
Carencia	Sin carencia
Total pagado	127.551,07 €€

Tabla 1: Condiciones del crédito bancario. Fuente: Elaboración propia

Tras hacer el análisis de las ventas y los gastos en dos escenarios diferentes: realista y pesimista, se concluye que para el escenario pesimista no será posible hacer frente a los pagos con el crédito de 110.000€. Se hace el estudio con un crédito superior, de 165.000 €, pero se concluye que sólo se podrá hacer frente a los gastos y los pagos del primer año, pero después dejaría de poder asumirse todo.

Se analizan los ratios y la rentabilidad del escenario realista, para poder decidir si este negocio sería una buena inversión. Los resultados obtenidos se exponen a continuación.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Cash flow	-18.699,23	49.290,05	110.571,23	141.599,70
VAN	84.478,43			
TIR (%)	9,40%			
Pay back	Mayor de cuatro años			

Tabla 2: VAN, TIR y Pay-back en el escenario realista. Fuente: Elaboración propia

Tras analizar estos valores, se concluye que para el escenario realista el negocio sería rentable, ya que se obtiene un valor actual neto (VAN) mayor que cero, y un TIR superior al interés que



podría ofrecer alguna otra inversión no de riesgo, como podría ser la deuda pública española o los depósitos bancarios. El período de recuperación es muy elevado debido a que lo que se aporta al negocio es mucho, puesto que se aporta un hotel y un edificio para la granja y el huerto, valorados en conjunto en 500.000 €.

En conclusión se puede decir, que sería un negocio rentable siempre y cuando la situación se mantenga entre ambos escenarios. Si las ventas se acercasen a las estimadas para el escenario pesimista, la conclusión sería que el negocio debería cerrar.





CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

1. INTRODUCCIÓN

1.1. IDEA DE NEGOCIO

La situación económica actual nos sitúa en un escenario de crisis financiera, que comenzó hace ya algunos años. Este hecho, provocó que se realizasen diferentes rescates económicos por parte del Banco Central Europeo; por lo que el número de empresas que se abrieron descendió.

Actualmente, la economía comienza una lenta recuperación, provocando nuevas aperturas de negocios, nuevas construcciones, disminución del paro...

El objetivo de este proyecto es estudiar la oportunidad de negocio y la viabilidad económica de un hotel rural que proporcione alojamiento, restauración, actividades culturales y de ocio, así como actividades con animales de granja y con la huerta. Para analizar esta oportunidad se realizará un plan de negocio, que consiste en la planificación y desarrollo detallado de los procesos, las actividades y la organización precisos para que una determinada empresa alcance sus objetivos.

Se ha decidido realizar este plan de negocios dado al gran crecimiento que ha sufrido este sector en los últimos años dentro del sector turístico español; como así informa la Secretaría de Turismo de España, que explica que el turismo basado en la naturaleza ha experimentado una subida de aproximadamente el 20%, frente al débil incremento del turismo convencional.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística, ha habido un aumento del número de establecimientos abiertos, pasando de 195 en Madrid en agosto del año 2010 a 245 de en mismo mes del año 2014. El número total de alojamientos rurales en todo el territorio nacional también ha aumentado de forma considerable, pasando de 14.762 en agosto del año 2010 a 15.991 en agosto del año 2014.

Además de esto, el número de pernoctaciones está volviendo a aumentar después de haber sufrido una gran caída. Del año 2011 a 2012 la cifra se vio reducida, pasando de 1.703.882 a 1.588.994 pernoctaciones en agosto; sin embargo, en el mismo mes del año 2014, la cifra aumentó hasta 1.662.133.

Por otro lado, se ha detectado en diferentes estudios de mercado que los niños de las poblaciones que más demandan este tipo de emplazamientos rurales (Madrid, Barcelona, Bilbao y Valencia) tienen un bajo conocimiento de la vida rural y de los animales que viven en ese entorno; creando en los padres la necesidad de educar y relacionar a sus hijos con la naturaleza. Es en este contexto donde se plantea el proyecto.

Este hotel rural estará situado en Zarzalejo, un municipio perteneciente a la Comunidad de Madrid, situado en la Sierra Oeste, que limita al norte con Santa María de la Alameda y San Lorenzo de El Escorial, y al sur y al oeste con Robledo de Chavela. Fue, en tiempos pasados, lugar de recreo y descanso del monarca Felipe II incluso de allí se extrajo el granito con el que se construyó el Monasterio de San Lorenzo de El Escorial.

Tiene una extensión de 20,2 Km², a los que hay que sumar los 0,4 Km² de la Dehesa de Navalquejigo, que a pesar de ser más cercano a la población de Fresnedillas de la Oliva, pertenece a Zarzajelo.

Según los datos del Instituto Nacional de Estadística cuenta con una población de 1553 habitantes y una densidad de población de 75,28 hab/km². El siguiente gráfico muestra la evaluación de la población en los últimos años:



Gráfico 2: Número de habitantes en Zarzajelo a lo largo de los años. Fuente: elaboración propia

El escudo refleja la historia de este lugar, pudiendo observarse en él los cuatro símbolos fundamentales como son: la zarza, las machotas, el granito y el Acueducto de Segovia.



Ilustración 1: Escudo de Zarzajelo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzajelo

Respecto al proyecto en general se tendrán en cuenta una serie de objetivos tales como: obtener una visión global del sector en el que la futura empresa desarrollará su actividad;

definir de forma clara los productos y servicios que ofrecerá, identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades del negocio para desarrollar las ventajas competitivas, analizar las áreas más importantes como marketing o recursos humanos; y analizar la viabilidad técnica del negocio.

Como objetivo principal tenemos conseguir hacernos un hueco en el mercado, y llamar la atención de los clientes y lograr fidelizarlos, siendo un referente en este tipo de experiencias y en el trato personalizado y la calidad ofrecidas.

Queremos consolidarnos como marca, y conseguir un negocio rentable a medio y largo plazo. Nuestra idea es proporcionar a los clientes un lugar único, aportando un elemento básico diferenciador al negocio, haciendo que los huéspedes puedan interactuar al máximo con la vida rural y vivir una experiencia diferente pudiendo realizar tareas propias de huerto y granja, y también proveer a las zonas del interior de una fuente alternativa de recurso, ya que están muy afectadas por una fase estructural de estancamiento o recesión económica, social y poblacional.

Además de esto, se tendrán en cuenta los elementos básicos necesarios para tener éxito en este tipo de explotaciones, tales como, la buena relación calidad precio, cuidar de las condiciones del entorno y la estética del establecimiento, asegurar el bienestar y la comodidad de los huéspedes, ofrecer actividades diversas como culturales y deportivas, y diversificar la oferta debido al alto grado de estacionalidad.

1.2. CONCEPTO DE TURISMO RURAL.

El turismo rural es una actividad relativamente reciente en España en relación con el resto de Europa, por lo que es importante establecer una definición precisa.

Se entiende por turismo rural a la actividad turística que se realiza en un espacio rural, habitualmente en pequeñas localidades. Las instalaciones donde se realiza normalmente suelen ser antiguas masías o caseríos.

Según la Secretaría General de Comercio, se refleja en el Manual del Empresario Rural (1994) que el turismo rural es la “oferta de actividades recreativas, alojamientos y servicios afines, situados en el medio rural dirigidos principalmente a los habitantes de las ciudades que buscan unas vacaciones en contacto con la naturaleza y con la gente local”.

Es importante también conocer la definición de turismo rural puro, que es el deseo de contacto con el entorno natural, la búsqueda de autenticidad y la interrelación con las familias locales.

1.3. METODOLOGÍA

La metodología que se seguirá para la realización de este proyecto será la siguiente. Se repartirá el trabajo en tres etapas distintas, que se describen a continuación.



Primera etapa

- Concretar la idea de negocio. ¿Qué se va a ofrecer? ¿Cómo se va a ofrecer? ¿Qué demandan los clientes? ¿Qué tiene diferente el negocio?
- Análisis del sector. ¿Qué tipo de clientes se va a tener? ¿Es un mercado en crecimiento o decrecimiento?
- Búsqueda de negocios similares. Comparación con otros negocios similares y con las mismas características.

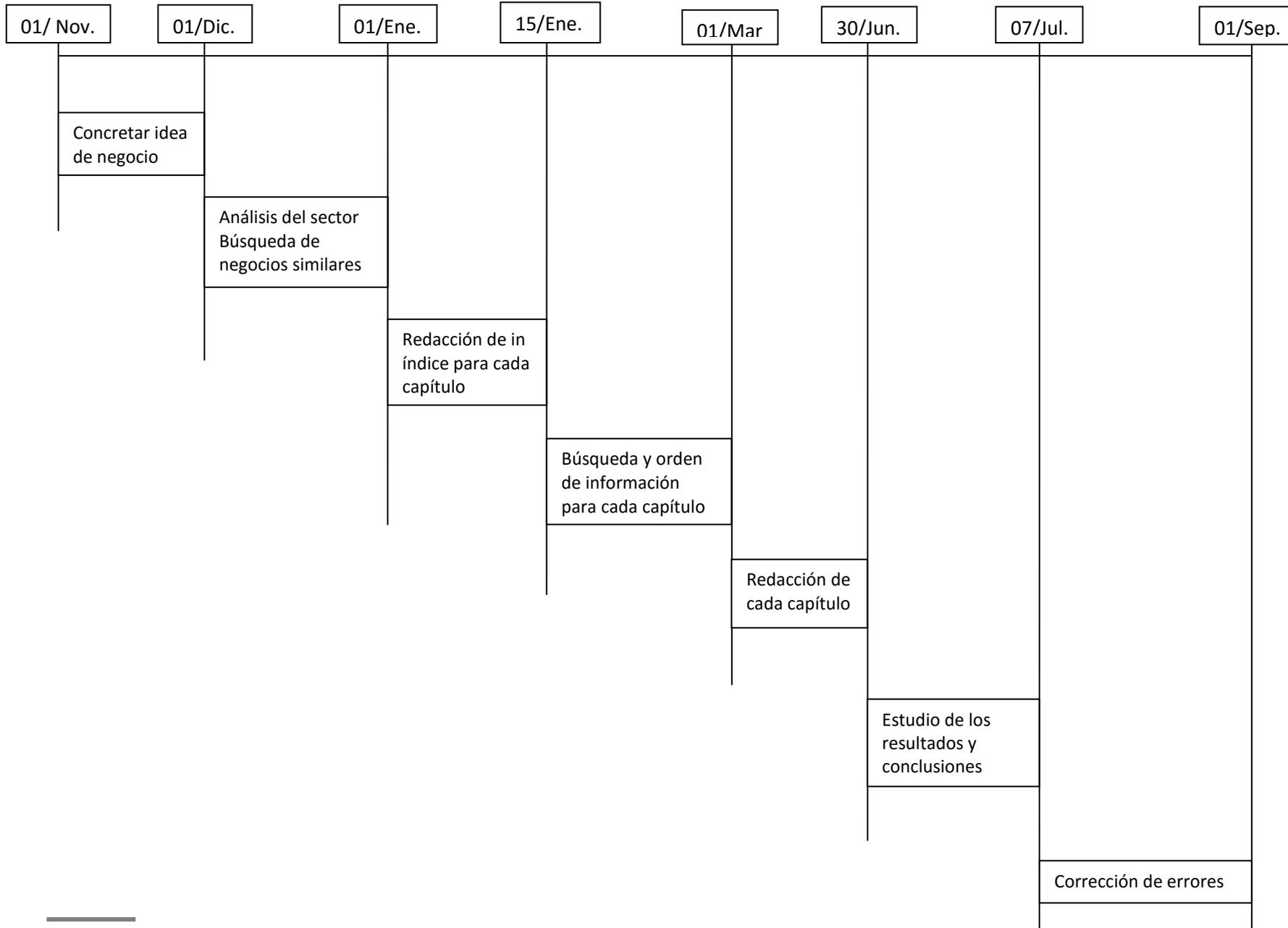
Segunda etapa

- Redacción de un índice para cada capítulo del plan de negocios
- Búsqueda de información para cada capítulo del proyecto (recursos humanos, marketing, operaciones y finanzas)

Tercera etapa

- Redacción de cada capítulo del plan de negocios
- Estudio de los resultados obtenidos y de la viabilidad del negocio.
- Realizar las conclusiones.

A continuación de muestra el diagrama de Gant que expone las etapas en las que se ha realizado cada acción.





CAPÍTULO 2: EL ENTORNO

2. EL ENTORNO

En Zarzalejo, lugar donde estará situado nuestro hotel rural, existen dos alojamientos rurales más. Estos alojamientos son Casa Rural Creart y Casa Zarzal, ambas son casas rurales de alquiler íntegro o por habitaciones.

Casa Zarzal se creó en Junio de 2013 y Casa Creart se creó en 2010, por lo que anteriormente a estos años, no existía ningún alojamiento rural en ese lugar. Por este motivo, vemos que la tendencia de estos negocios en este municipio es creciente, ya que en pocos años ha pasado de cero a dos casas rurales.

Si analizamos de forma más general el sector, vemos que se encuentra en un punto de crecimiento, es decir, tiene un potencial de crecimiento alto.

Como ya se ha analizado en el análisis de mercado, la tendencia en los últimos años de los alojamientos rurales ha sido a la alza, al contrario que el turismo convencional que apenas ha experimentado crecimiento. Esto se debe al crecimiento de población en las ciudades, que las hace lugares donde la contaminación, el estrés y el agobio son cada vez más frecuentes, por lo que la tendencia a visitar este tipo de negocios rurales es cada día mayor.

A continuación, analizaremos el ciclo de vida que se cree que seguirá nuestra empresa.

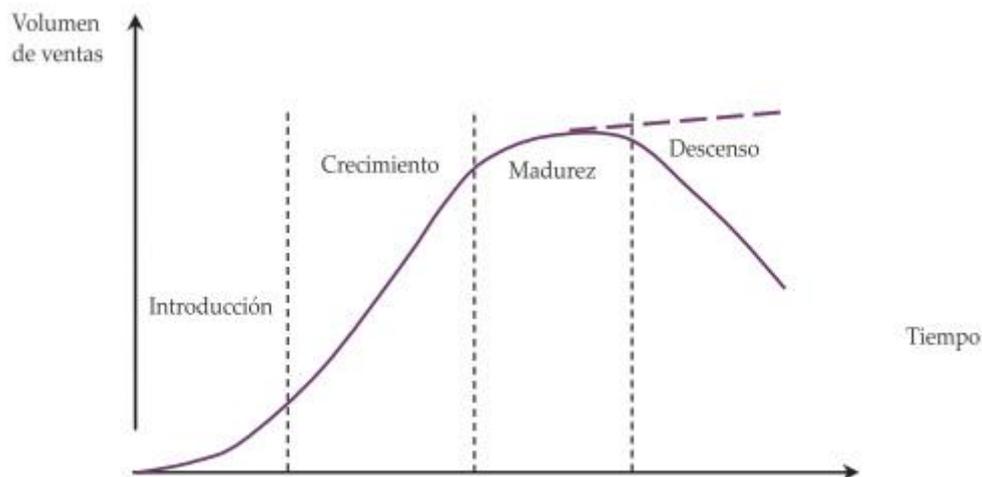


Gráfico 3: Ciclo de vida de una empresa. Fuente: adeudima

La fase de introducción en el mercado será la más peligrosa, puesto que aunque hemos analizado que es un sector en crecimiento, en esta fase los beneficios serán negativos y la inversión necesaria muy elevada, por lo que cabría la posibilidad de fracaso si no hay una buena organización de los recursos existentes.

Esta primera fase será donde tendremos que ofrecer al cliente algo diferente para captar su atención y para conseguir que pruebe nuestro servicio. Del mismo modo, debemos conseguir que nuestro cliente repita y les cuente a otras personas su buena experiencia, por lo que nada debe fallar con estos primeros huéspedes.

La fase de crecimiento es en la que empezaremos a ver un mayor beneficio. Comenzaremos a ver la llegada de clientes a nuestro negocio, el efecto de las campañas de marketing... También podremos comenzar a conocer lo que al cliente le parece nuestro servicio, por lo que podremos empezar a adaptar nuestro negocio a sus peticiones.

La fase de madurez será donde los beneficios sean aún mayores y donde nuestro negocio ya esté consolidado en el sector, e incluso pueda ser referente en este tipo de experiencias.

Por último, la fase de declive es la fase donde la empresa llegaría a su fin. Nuestro objetivo es conseguir que esta fase no llegue nunca, para lo cual tendremos que adaptarnos a los cambios del sector, modernizarnos, ser flexibles con las peticiones de los clientes, incluir cosas nuevas en nuestra empresa y poder adaptar los precios a la situación de la población.

2.1. ANÁLISIS PESTEL

2.1.1. Entorno político

La estructura política de un país afecta a las decisiones de una empresa. Como España está en una estabilidad política, los cambios de gobierno no tienen mucha influencia en las decisiones de las empresas. Aunque en un breve período de tiempo habrá elecciones autonómicas, no se prevé una gran inestabilidad política. Teniendo en cuenta la actual crisis económica de la cual se está comenzando a salir, el gobierno es cercano a los emprendedores, es cercano al empresario.

La legislación laboral es regulada por el Ministerio de Empleo y Seguridad Social. Tendremos en cuenta para nuestra empresa el Código Laboral y de la Seguridad Social.

El Decreto que regulará nuestro hotel rural será el Decreto 117/2005 de 20 de octubre de autorización y clasificación de alojamientos de turismo rural en la Comunidad de Madrid.

2.1.2. Entorno económico

La situación económica actual en la que nos encontramos a nivel nacional comienza a ser esperanzadora para nuevas empresas, ya que se está empezando a salir de la crisis.

Sin embargo, hay factores como la tasa de inflación, que nos afecta por un lado negativamente puesto que los precios siguen bajando y por tanto dicha tasa tiene un valor negativo, aunque esto también podría beneficiarnos ligeramente porque los precios de los productos necesarios para comprar serán menores. En cambio, hay otros factores económicos, como el PIB, que en 2014 fue de 1,4%, que nos favorece, ya que la economía está creciendo.

La tasa de desempleo en España ha aumentado notablemente en los últimos años, aunque en este último año, 2014, ha experimentado una pequeña bajada; se pasó de 5.935.000 personas en 2013 a 5.457.000 en 2014. Esto nos puede favorecer de cara a que hay un mayor interés por que se creen empresas que den trabajo a la gente.

Debemos tener en cuenta la dificultad actual de obtener financiación, por lo que el hecho de contar con el edificio para el hotel rural reduce de forma considerable nuestra inversión, ya

que sólo habrá que invertir en acondicionamiento, reforma y equipamiento. Se buscará financiación bancaria, en bancos que ayuden a los emprendedores; así como subvenciones o ayudas para este tipo de negocios. Algo que será beneficioso para nuestro préstamo, será que los tipos de interés están comenzando a descender.

El problema de nuestro negocio es que con la actual crisis, muchas familias prescinden o reducen éste tipo de salidas vacacionales. Por este motivo, nuestra idea es convencer al cliente de lo beneficioso y saludable que resultan las actividades y servicios que ofrecemos, de cara a una vuelta más relajada a la vida laboral.

2.1.3. Entorno sociocultural

Analizando la parte de la población que más nos interesa para nuestro negocio, que son las personas de mediana edad con hijos, con un nivel de educación medio, vemos que hay un 21,9% de hombres y un 22,2% de mujeres que han completado la segunda etapa de Educación Secundaria y postsecundaria no superior.

Respecto a la distribución de las rentas, podemos decir que las mujeres siguen teniendo rentas inferiores a los hombres y que los jubilados ven como sus ingresos descienden notablemente. Por otro lado, un mayor nivel de formación hace que se tenga una renta mayor.

Por estas razones, nuestra empresa tendrá en cuenta la posibilidad de utilizar esos recursos humanos no utilizados en estos momentos por paro o jubilación que podrán encargarse de la huerta y la granja y de enseñar a nuestros huéspedes; o de la cocina casera donde algún señor o señora podrá ayudar a completar nuestra oferta de comida ecológica y casera.

La cercanía de nuestra empresa con la capital y la presencia en Internet, nos hace poder llegar a más clientes potenciales, ya que por norma general, la gente que reside en las ciudades tiene un grado de estrés muy alto y necesita el uso de servicios como el nuestro para relajarse y desconectar.

2.1.4. Entorno tecnológico

Los factores tecnológicos no nos afectan demasiado puesto que este sector no es tecnológico y la innovación y el desarrollo no son factores de diferenciación.

Si alguna empresa de la competencia introdujera algún elemento tecnológico sería de nivel básico, por lo que sería fácil de imitar.

En nuestro caso, la única tecnología a nivel más importante que queremos incluir es Internet; queremos que haya Wifi en nuestro hotel a disposición de los clientes.

2.1.5. Entorno medioambiental

La mejora de la calidad del aire, así como la mitigación y adaptación al cambio climático han sido una de las principales líneas de trabajo de la política medioambiental de la Comunidad de Madrid. Este compromiso se materializa a través de la elaboración de la Estrategia de Calidad del Aire y Cambio Climático 2013-2020, Plan azul+.



Además de este plan, creemos importante destacar el Plan de Ahorro, que pretende conseguir el ahorro del gasto energético de las diferentes unidades de la Comunidad de Madrid y fomentar las prácticas de ahorro, introduciendo elementos de racionalización y simplificación en la gestión del gasto corriente.

Nuestra empresa considera importante proteger lo más que se pueda el medio ambiente, por lo que se compromete a tener en consideración estos dos planes, con gestos tan sencillos como valiosos como poner bombillas de bajo consumo.

Además de esto, desde nuestro hotel rural queremos afectar lo menos posible al medio ambiente, por lo que utilizaremos todos los productos naturales que nos proporcione la huerta de manera ecológica, así como los frutos suministrados por los árboles frutales que tengamos.

2.1.6. Entorno legal

La Legislación fiscal nos perjudica ligeramente, puesto que al ser una época de crisis económica, se aumentan los impuestos, tanto empresariales, que nos afectan directamente, como personales, que reducen el poder adquisitivo de nuestros clientes.

En cuanto al sistema fiscal, existen tres categorías de tipos de impositivos del Impuesto Sobre el Valor Añadido (IVA) desde el 1/09/2012: el tipo general de 21%, el tipo reducido del 10% y el tipo súper reducido del 4%.

Las normas de calidad ISO, serie 9000, están cada vez más consideradas como factor de competitividad vía calidad certificada. También está teniendo creciente importancia la serie ISO 14000 sobre el medio ambiente y la certificación de riesgos laborales según la especificación técnica OHSAS 18001.

Por otro lado, respecto a las ayudas y subvenciones, tendremos en cuenta el Plan de Ayudas a la Calidad del Turismo Rural, gestionado por la Comunidad de Madrid.

Como ya hemos dicho el Decreto que regulará nuestro negocio será el Decreto 117/2005 de 20 de octubre de autorización y clasificación de alojamientos de turismo rural en la Comunidad de Madrid. Además de esto, un mes antes de la apertura, pediremos al ayuntamiento la licencia de apertura.





CAPÍTULO 3: ANÁLISIS DE MERCADO

3. ANÁLISIS DEL MERCADO

3.1. ENCUESTA REALIZADA Y PRIMERAS CONCLUSIONES

Antes de la realización de este proyecto, se ha realizado una encuesta para poder determinar si este negocio podría interesar, a simple vista, a los futuros clientes. Del mismo modo, se intentará conocer el perfil de los huéspedes, así como sus preferencias e intenciones de uso del negocio.

La encuesta queda reflejada en el anexo de este trabajo. Se han conseguido 43 respuestas de posibles personas que visitarías el alojamiento rural, en su mayoría, familias con niños.

La población objetivo de este negocio serán personas que quieran tener un contacto total con la naturaleza y familias con niños que quieran proporcionar a sus hijos un mayor conocimiento sobre los animales y las plantas de la granja y el huerto. Por este motivo, se ha decidido realizar la encuesta a familias, en su mayoría, con hijos.

El perfil de los encuestados es el siguiente: 23 personas de género femenino y 20 de género masculino. Del total de preguntados, 24 dice tener dos hijos, 10 un solo hijo, 3 ningún hijo, 4 dice tener tres hijos y tan solo tres tiene más de tres niños. Para nuestro negocio, es un dato positivo el hecho de que la mayoría tengan entre uno y dos hijos, puesto que el hotel propone habitaciones de cuatro personas, ideales a nuestro parecer para familias.

Uno de los principales problemas de este sector es la estacionalidad, por este motivo se ha decidido preguntar a los posibles clientes el número de veces que hacen escapadas rurales a lo largo del año. De esta forma, se podrá saber si se trata con personas que realizan varios viajes y el objetivo es conseguir que uno de esos viajes sean a nuestro alojamiento, o si se trata de personas que sólo realizan un viaje y entonces debemos conseguir que su única escapada sea a nuestro negocio.

El 65% de los entrevistados hacen una escapada a la naturaleza al menos una vez al año, mientras que el 27% hacen entre dos y tres viajes rurales, y un 8% hace más de tres viajes a la naturaleza. Esto indica que al menos una vez al año, la gente trata de escapar de las ciudades. Aunque las veces que las personas hacen viajes no son muy elevadas, se debe conseguir que los clientes vengan a nuestro negocio las veces que viajen, y que quieran repetir en él, de forma que aunque no vengan dos veces en el mismo año, sí que repitan al año siguiente.

Además de esto, se ha conocido que a 33 de cada 43 personas les gusta la naturaleza y los animales que viven en ella, lo que es una muy buena proporción para el negocio, puesto que se basa básicamente en la naturaleza y el contacto rural. Para estas mismas personas, 28 estarían interesadas en que sus hijos conocieran más sobre el mundo rural, mientras que 12 no estarían interesados en esto.

En cuanto a la opinión que les merece este tipo de negocio, a más del 50% de los encuestados les parece muy interesante o interesante, mientras que sólo el 20% piensa que es poco o nada interesante. Para comenzar es un porcentaje bastante bueno, ya que se trata solamente de

una primera estimación realizada sobre 43 personas, que no conocen los detalles del negocio ni las características que tendría.

En cambio, sólo 15 personas de las 43 creen que participarían en actividades propias de huerta y granja. Este no es un dato muy sorprendente puesto que la mayor parte de los adultos cuando realiza un viaje rural lo que busca es descansar y tratar de desconectar en un lugar donde no haya mucha densidad de población, y no tiene interés en pasar todo el día realizando actividades.

Por otro lado, y en contraposición a la pregunta anterior, a 35 de cada 43 personas les gustaría que sus hijos participasen en actividades propias de huerta y granja, por lo que esto indica que habrá que centrar más la atención en el interés de que los niños realicen dichas actividades. Por otro lado, se tratará de fomentar la idea de que los padres realicen actividades junto con sus hijos, de forma que puedan por ejemplo pasar una tarde todos juntos en familia montando a caballo; consiguiendo así pasar más tiempo en familia y a la vez aprender cosas nuevas sobre el mundo rural y sobre el lugar en el que está situado el alojamiento.

Con la encuesta, también se ha intentado conseguir descubrir cuál sería el aspecto que más llamaría la atención de este negocio. Las respuestas obtenidas nos muestran que lo que más gustaría sería el contacto con la naturaleza, habiendo elegido esta opción 18 personas, mientras que 15 de ellas tachan como más interesante las posibilidades que se ofrecen de aprendizaje, 7 eligen la opción de la posibilidad de interactuar con animales como la mejor, y tal solo tres de los 43 preguntados marcan la opción de las diferentes actividades ofertadas como la que más le llamaría la atención. La conclusión que se puede sacar de esto, es la ya obtenida con preguntas anteriores, y es que la gente busca en los alojamientos rurales el contacto con la naturaleza, el descanso y el confort alejados de la estresante vida de ciudad.

Respecto a cuando los supuestos clientes visitarían el negocio, es un tema preocupante, puesto que 23 de los encuestados confiesa que sí visitaría el negocio pero antes de ello dejaría pasar un tiempo, y tan solo seis personas visitarían el negocio en cuanto estuviera disponible. Por otro lado, seis personas no saben si lo usarían o no, y 8 no creen que lo usarían o no lo usarían. Esto, como ya se ha dicho es un tema preocupante, puesto que el inicio de nuestro negocio podría peligrar si los clientes no quieren venir de principio o si no vienen suficientes. Por esta razón, en el plan de marketing deberemos centrar la atención en dar a conocer el negocio y en hacer todo tipo de campañas que hagan que los clientes comiencen a venir desde el primer día al hotel.

La siguiente tabla y el siguiente gráfico recoge lo relativo a los datos mencionados anteriormente sobre cuándo vendrían los clientes.

Sí, en cuanto estuviera disponible	Sí, pero dejaría pasar un tiempo	Puede que lo usase o puede que no	No, no creo que lo usase	No, no lo usaría
6	23	6	4	4

Tabla 3: Cuándo visitarían los clientes el alojamiento. Fuente: Elaboración propia

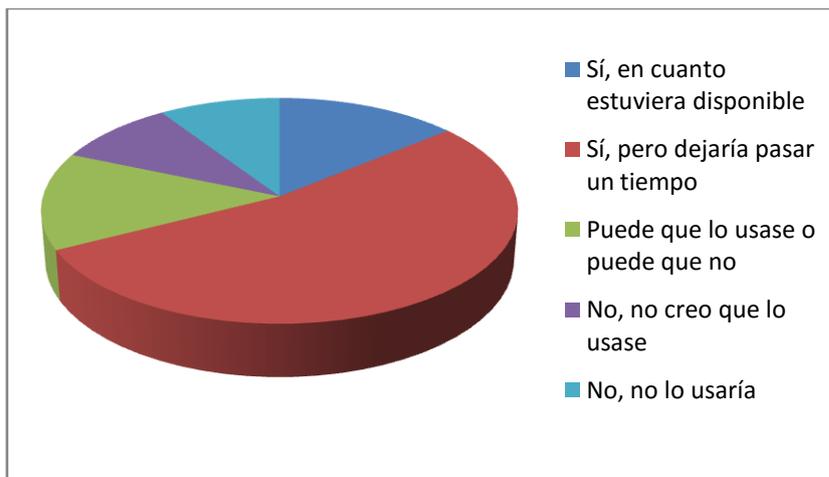


Gráfico 4: Cuándo visitarían los clientes el alojamiento. Fuente: Elaboración propia

3.2. SECTOR

El sector turístico en España ha tenido una gran expansión en los últimos años; es por eso, que representa uno de los aspectos básicos de la economía de este país. Dentro de este sector, cobra gran importancia el turismo basado en la naturaleza que ha experimentado una subida de aproximadamente el 20%.

Para observar la situación del turismo rural, analizaremos varios datos importantes como el número de establecimientos abiertos, las plazas existentes, el número de viajeros y pernoctaciones, la estancia media, etc.

Lo primero que vamos a comprobar es la evaluación que ha sufrido el número de establecimientos de carácter rural abiertos en los últimos cinco años. Echando la vista atrás, se puede ver que el número de alojamientos abiertos en agosto de 2010 era de 14.762, mientras que en agosto de 2014 la cifra era de 15.991; lo cual supone un aumento de aproximadamente el 10%, que dadas las circunstancias económicas existentes en los últimos tiempos en el país, es un aumento considerable.

Centrándonos ahora en la Comunidad de Madrid, que es donde estará situado nuestro hotel rural, podemos ver que el número de establecimientos abiertos en agosto de 2010 era de 195, mientras que en ese mismo mes de 2014 era de 245, lo cual es un aumento del 25%, cifra más que reseñable.

Aunque el crecimiento del número de alojamientos es importante, hay que analizar el número de viajeros y pernoctaciones para lo que se utilizarán las siguientes tablas y gráficas.

3.2.1. Número de viajeros residentes en España, y número de pernoctaciones en todo el territorio nacional.

Fecha	Ago-2010	Ago-2011	Ago-2012	Ago-2013	Ago-2014
Viajeros	311.780	329.230	313.989	313.224	350.321
Pernoctaciones	1.267.675	1.189.338	1.265.588	1.407.791	1.401.639

Tabla 4: Número de viajeros residentes en España, y número de pernoctaciones en todo el territorio nacional.
Fuente: Elaboración propia

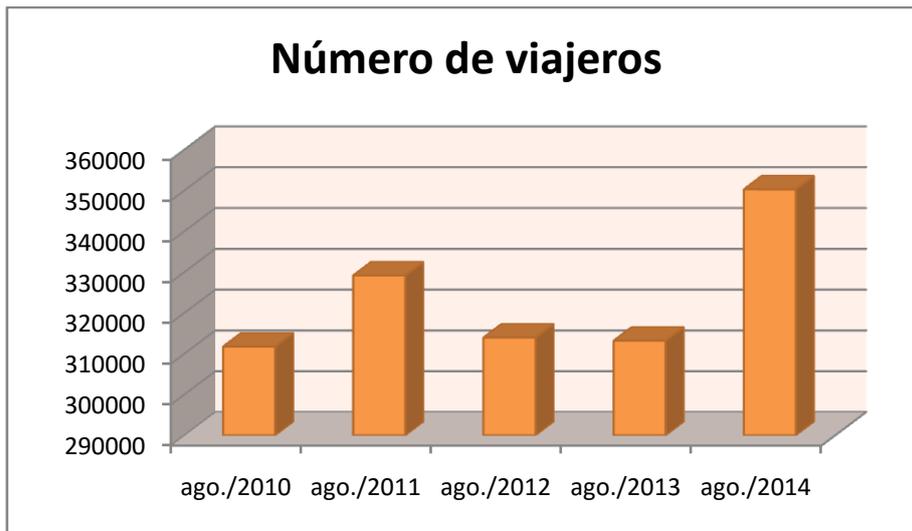


Gráfico 5: Número de viajeros residentes en España en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia

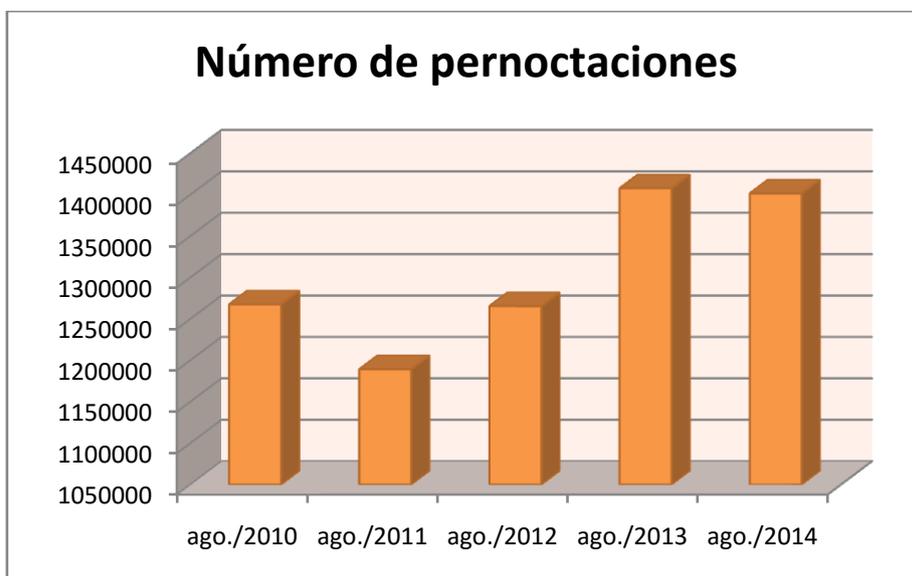


Gráfico 6: Número de pernoctaciones en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia

Respecto al número de viajeros cabe destacar el gran aumento existente entre agosto de 2013 y ese mismo mes de 2014, donde la cifra pasa de 313.224 a 350.321; lo cual supone una subida de casi el 12% que teniendo en cuenta la caída que se muestra en el gráfico desde 2011 es de mencionar.

Si nos fijamos en el gráfico del número de pernoctaciones, se puede observar que no han parado de crecer desde 2011 hasta 2013. Sin embargo, en el año 2014, la cifra se mantiene casi estable, por lo que se puede suponer que el sector comienza a estabilizarse.

3.2.2. Número de viajeros residentes en España, y número de pernoctaciones en la Comunidad de Madrid

Fecha	Ago-2010	Ago-2011	Ago-2012	Ago-2013	Ago-2014
Viajeros	6.919	11.612	10.990	10.461	11.887
Pernoctaciones	24.861	28.503	26.124	22.322	24.386

Tabla 5: Número de viajeros residentes en España, y número de pernoctaciones en la Comunidad de Madrid.
Fuente: Elaboración propia



Gráfico 7: Número de viajeros en España de la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia

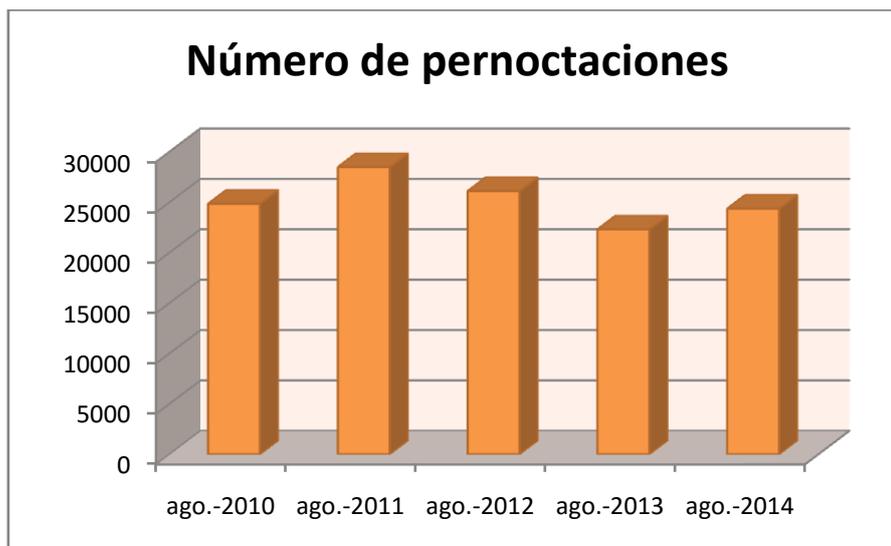


Gráfico 8: Número de pernoctaciones en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia

Fijándonos en los gráficos mostrados anteriormente sobre la Comunidad de Madrid, se puede observar que, tanto en el número de pernoctaciones como en el número de viajeros, las cifras tienen una variación mucho menos notable que las analizadas anteriormente.

A pesar de esto, cabe destacar que en el año 2014, las dos variables analizadas han sufrido un aumento, lo cual es un buen aliciente a la hora de plantear la opción de abrir un negocio de este tipo.

3.2.3. Número de establecimientos rurales en el territorio nacional

Fecha	Ago-2010	Ago-2011	Ago-2012	Ago-2013	Ago-2014
Número de establecimientos	14.762	15.651	15.930	15.702	15.991

Tabla 6: Número de establecimientos rurales en el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia

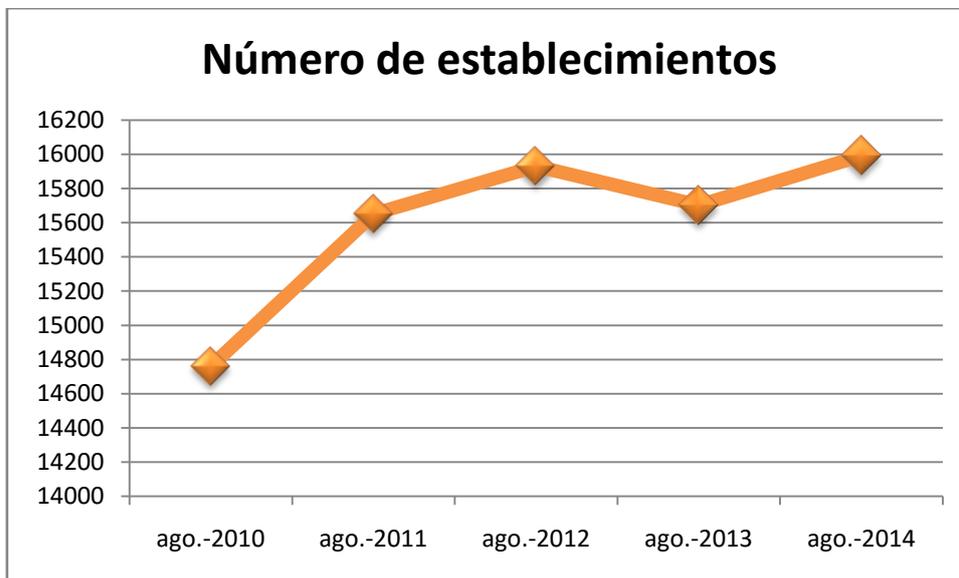


Gráfico 9: Número de establecimientos rurales en el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia

El número de establecimientos rurales existentes entre el año 2010 y el año 2012 aumentó de forma notable en casi un 8%, dato que indica que el sector estaba en crecimiento. En cambio, se puede apreciar como en el año 2013 el número de establecimientos descendió en más de 200, aunque esto pudo deberse a la crisis económica.

Sin embargo, el año 2014 fue de nuevo de aumento, superando incluso el año 2012, por lo que se podría suponer que el mercado va a seguir extendiéndose.

3.2.4. Número de establecimientos rurales en la Comunidad de Madrid

Fecha	Ago-2010	Ago-2011	Ago-2012	Ago-2013	Ago-2014
Número de establecimientos	195	233	239	237	245

Tabla 7: Número de establecimientos rurales en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia

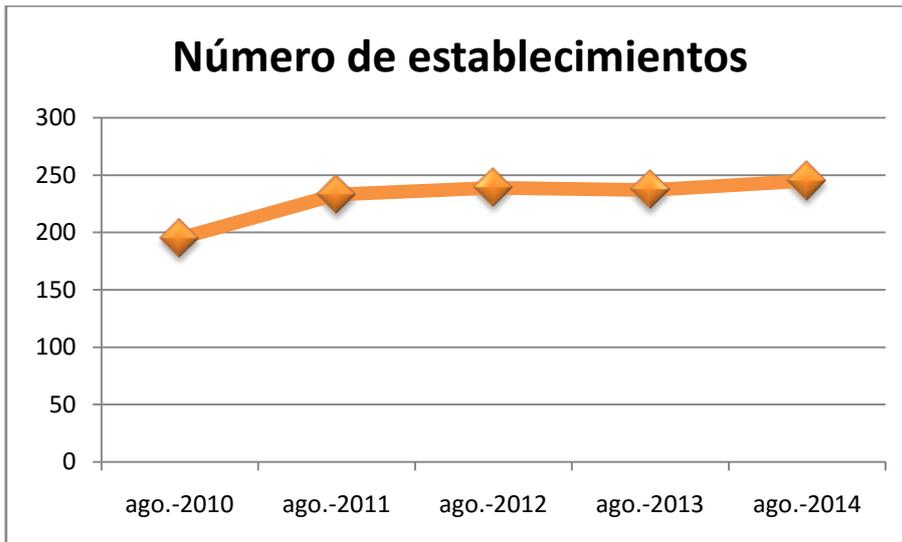


Gráfico 10: Número de establecimientos rurales en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia

En contraposición con el número de establecimientos rurales en el territorio nacional, el dato que ahora analizamos ha permanecido más constante, pudiendo observarse la mayor subida entre el año 2010 y 2011, y después un ligero crecimiento hasta el año 2014.

Este dato podría ser poco alentador puesto que puede indicar que existen muchas barreras de entrada o que los establecimientos que se incorporan a este mercado no tienen mucho éxito, o tal vez que el mercado esté saturado porque existan demasiados lugares iguales y que ofrecen los mismos servicios. Habrá que tener en cuenta este análisis más adelante, para ofertar cosas diferentes para que nuestro negocio tenga éxito.

3.2.5. Porcentaje de ocupación de los hoteles rurales

Mes	Grado de ocupación
Total	23,88%
Enero	14,27%
Febrero	16,02%
Marzo	17,45%
Abril	23,25%
Mayo	20,33%
junio	21,21%
Julio	31,11%
Agosto	45,75%
Septiembre	27,24%
Octubre	21,50%
Noviembre	16,82%
Diciembre	16,53%

Tabla 8: Porcentaje de ocupación hoteles rurales. Fuente: Elaboración propia

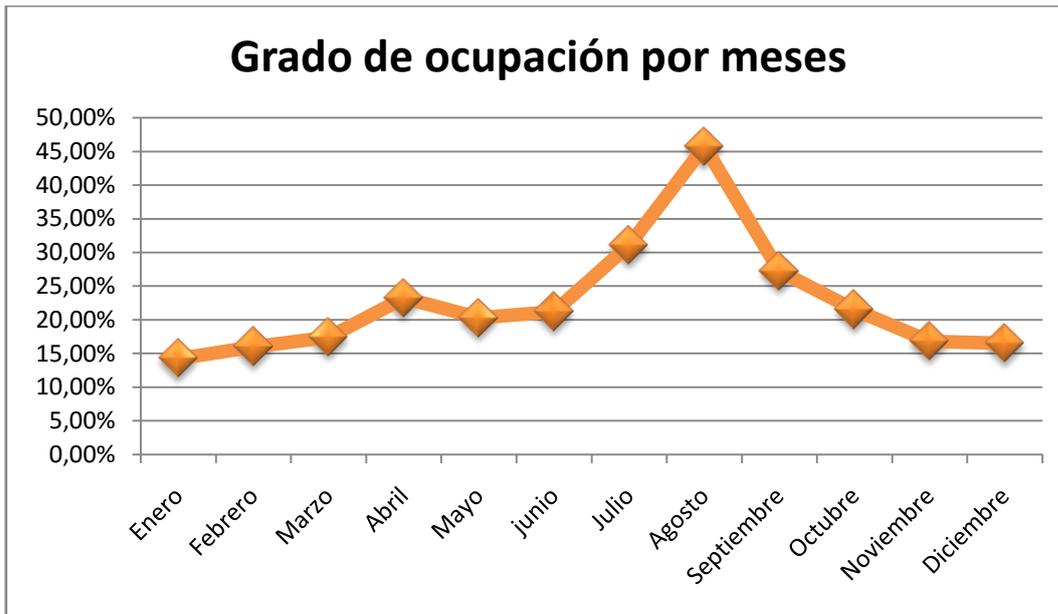


Gráfico 11: Porcentaje de ocupación de hoteles rurales. Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar, el porcentaje de ocupación mayor se encuentra en los meses de verano, despuntando sobre todo el mes de agosto. Estos meses están muy seguidos por los meses correspondientes a Semana Santa. Esto es lo que llamamos estacionalidad, que analizaremos más adelante en este mismo estudio.

3.2.6. Porcentaje de ocupación de los hoteles rurales por fines de semana

Meses	Grado de ocupación fines de semana
Total	37,77%
Enero	22,44%
Febrero	28,08%
Marzo	30,36%
Abril	40,10%
Mayo	33,30%
Junio	38,67%
Julio	49,71%
Agosto	51,06%
Septiembre	42,94%
Octubre	37,43%
Noviembre	31,78%
Diciembre	30,39%

Tabla 9: Porcentaje de ocupación de hoteles rurales en fines de semana. Fuente: Elaboración propia

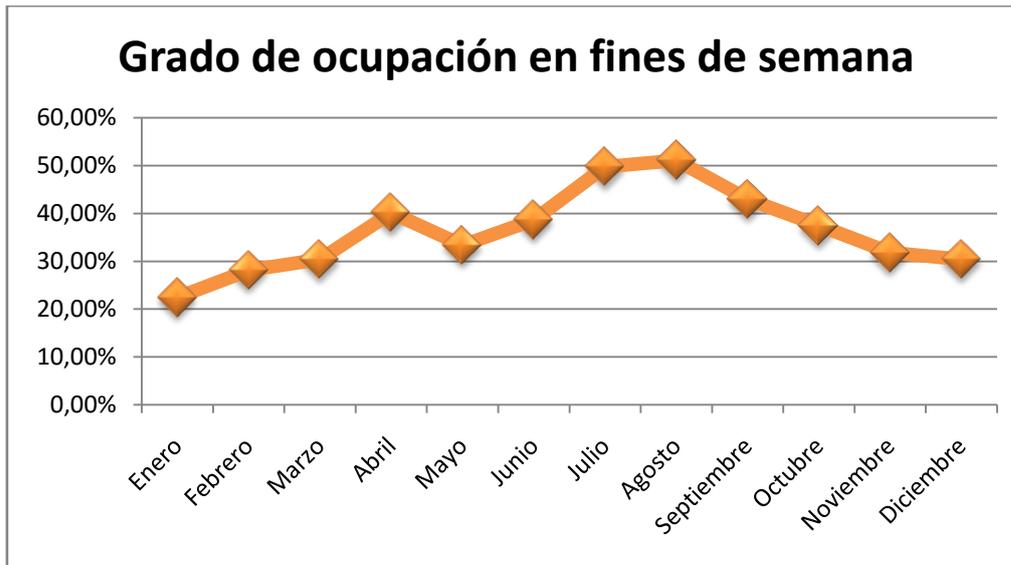


Gráfico 12: Porcentaje de ocupación de hoteles rurales en fines de semana. Fuente: Elaboración propia

El grado de ocupación durante los fines de semana vemos que sigue los mismos criterios que el gráfico anterior, siendo los meses de verano y Semana Santa donde hay una mayor ocupación, pero marcándose los puntos más altos de una forma más significativa.

Además de esto, los valores son más elevados.

3.3. CARACTERÍSTICAS DE LOS CLIENTES

Para poder analizar los clientes del turismo rural, lo primero que se debe analizar es qué buscan los clientes cuando utilizan este tipo de servicio.

Las motivaciones para la práctica del turismo rural son:

- Atmósfera relajada
- Aire fresco y contacto con la naturaleza
- Belleza del entorno
- Ausencia de masificación
- Actividades al aire libre
- Contemplar monumentos o arquitectura típica
- Realizar actividades culturales
- Realizar agroactividades
- Probar la comida típica y tradicional de la zona
- Relacionarse con la gente del lugar
- Viajar con niños
- Descansar
- Tener independencia y flexibilidad
- Distancia de viaje razonable
- Precio asequible

Antes de analizar en profundidad cada uno de los tipos de clientes, se dará un perfil general de los clientes que suelen visitar este tipo de establecimientos.

Se trata de clientes que proceden, en su mayoría, de los grandes núcleos urbanos de población españoles, como son Madrid, Barcelona, Valencia y Bilbao, así como las capitales andaluzas.

El 85% de los clientes de alojamientos rurales proceden de lugares que les permite llegar a su destino en un tiempo inferior a las dos o tres horas de viaje en su propio vehículo.

Según un estudio, se cree que el 54% de los clientes son mujeres y el 46% hombres, de edades comprendidas entre los 25 y los 45 años y con un nivel cultural medio-alto, siendo el 41% de ellos titulados.

Se deben concretar los posibles clientes potenciales de nuestra empresa, y para ello es necesario conocer las necesidades que pretendemos satisfacer.

Hay que diferenciar a los clientes en función de sus características y los productos y servicios que nos demanden los clientes. En nuestro caso, nuestros principales clientes serán familias con niños que busquen huir de la rutina y de la masificación de las ciudades y tener un contacto total con la naturaleza. Otro de nuestros principales clientes serán personas que busquen contacto con el ambiente rural y tener contacto con la huerta, la granja...

Según el Observatorio de Turismo Rural 2012, cuando se pregunta a los propietarios por la tipología de clientes que acuden a su establecimiento, sus respuestas reflejan los siguientes resultados:

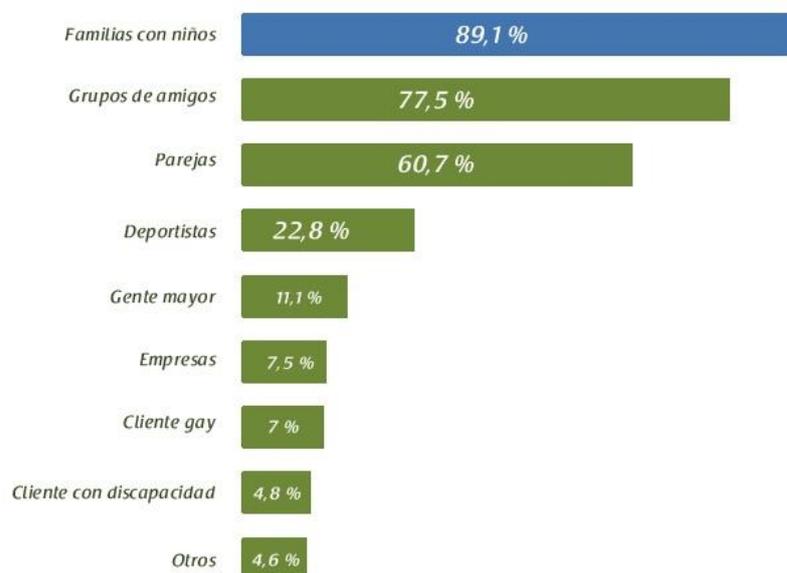


Gráfico 13: Tipo de clientes que acuden a los alojamientos rurales. Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2012

Los propietarios consideran que la mayoría de sus clientes son familias con niños, opción que encaja a la perfección en nuestro proyecto.

Este nicho de mercado tiene mucho potencial, puesto que debido a la crisis económica, los padres consideran el turismo rural como una opción de vacaciones más asequible, además del interés de los niños por la naturaleza y los animales.

Teniendo en cuenta nuestra idea de negocio, podemos clasificar nuestros clientes en varios grupos, es lo que llamamos la segmentación del mercado, donde identificamos las exigencias de los clientes y sus comportamientos de gasto:

- Niños

Este grupo estará compuesto por personas de 6 a 17 años. Serán personas que no viajarán solas, siempre irán acompañadas por los padres, abuelos... por lo que habrá que crear actividades enfocadas para ellos de forma que atraigan a los niños y como consecuencia a los padres.

Este sector será el que muestre mayor interés en las actividades de la granja, el contacto con los animales, la granja...

Otro grupo en el que podrían venir estos clientes serían los colegios, donde los niños vendrán acompañados de los profesores y vendrán con una serie de actividades contratadas.

- Jóvenes

Este grupo estará formado por personas de edades comprendidas entre los 20 y los 30 años de edad. Serán atraídos sobre todo por el entorno natural y por la posibilidad de realizar actividades en la naturaleza como deportes de aventura.

Suelen viajar en grupos de 6 a 8 personas y son individuos pertenecientes a grupos urbanos.

Los jóvenes que sean estudiantes tendrán una mayor flexibilidad a la hora de planear cualquier tipo de escapada al medio rural; mientras que los jóvenes que se hayan incorporado al mundo laboral, tendrán que limitarse estrictamente a los fines de semana y festivos.

- Personas de mediana edad

Este grupo estará formado por personas de entre 35 y 60 años. Tendrán cierta forma física, por lo que se les podrá ofrecer una serie de actividades con mayor actividad.

Será gente que viaje en pareja, o los padres de los niños o grupos de amigos...

Dentro de este grupo podemos situar a las parejas que viajen con sus hijos, que representan aproximadamente el 30% de la clientela del turismo rural. Normalmente son personas amantes de la naturaleza y que pretenden educar a sus hijos en el conocimiento y el respeto al medio ambiente

- Jubilados

Este grupo estará formado por personas de entre 65 y 90 años, deseosos de descanso y relajación. Este grupo puede ocupar franjas del calendario menos saturadas, ocuparán periodos menos estacionalizados que el resto.

Sin embargo, habrá que tener en cuenta que tendrán menos presupuesto para sus viajes por lo que tendríamos que hacer descuentos para la tercera edad. Además de esto también tienen la actividad física restringida.

Este sector viaja con viajes organizados en transporte público, con recorridos de interés paisajístico y cultural.

- Clientes ocasionales

Son clientes que se interesan por este tipo de actividades porque tienen interés por conocer estos lugares, al tiempo que huyen del estrés y las tensiones a los que están sometidos en las grandes ciudades.

Estas personas se trasladan al medio rural solo de forma puntual y generalmente durante los fines de semana.

Se trata de personas con edades comprendidas entre los 30 y los 40 años de edad.

Este grupo se interesa sobre todo por el turismo rural de índole cultural, en el que se le ofrezcan actividades complementarias al alojamiento, visitas a monumentos de la zona, degustación de la gastronomía típica o la realización de alguna ruta de senderismo.

3.3.1. Frecuencia de consumo y grado de repetición del viajero rural

Según el Observatorio de Turismo Rural 2013, y según las respuestas a la pregunta ¿con qué frecuencia te escapas?, se pueden clasificar sus respuestas en:

Un 5,2% viaja más de tres veces al año, mientras que un 45,3% viaja entre dos y tres veces al año; un 42,1% se escapa una vez al año, y un 7,4% viaja una vez cada dos años.

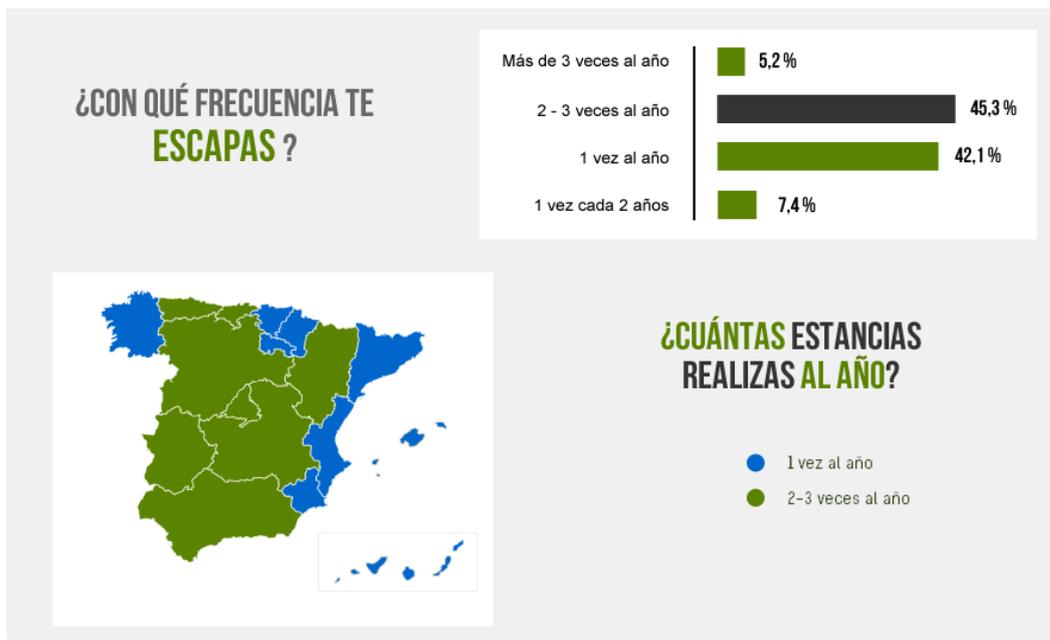


Ilustración 2: Con qué frecuencia se hacen los viajes. Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2013

El mayor porcentaje nos indica que casi un 50% de las personas hace una escapada rural 2-3 veces al año, por lo que debemos considerar esa cifra como una oportunidad para que el cliente viva una excelente experiencia y de esa forma se incrementa la frecuencia de consumo.

Se trata de conseguir que esas veces que el cliente repite, lo haga en nuestro establecimiento, es decir, se trata de fidelizar a los clientes.

3.3.2. ¿Por qué repiten los clientes?

Se estima que el 26% de los clientes repiten alojamiento frente al 74% que no lo hacen.

El principal problema de los alojamientos rurales, además de la estacionalidad del sector, se encuentra en que la gente no repite alojamiento porque le gusta cambiar de destino. Aproximadamente el 98% de las personas que no repiten, lo hacen por este motivo.

Según una encuesta con respuesta múltiple, los que repiten lo hacen por diversos motivos: el 80,5% lo hace por las instalaciones, el 65,5% por la amabilidad del propietario, el 69,9% por la ubicación y el 57,6% por el precio.

Debemos darle al cliente motivos para que vuelva a nuestro establecimiento. Hay que conseguir fidelizar a los clientes, dándoles la opción de repetir su viaje con diferentes características, por ejemplo, una persona que viaja con su familia tiene que tener la opción de poder repetir el viaje con sus amigos. El alojamiento no debe cerrarse a un solo sector de clientes.

3.3.3. ¿Cuándo viajan los residentes en España?

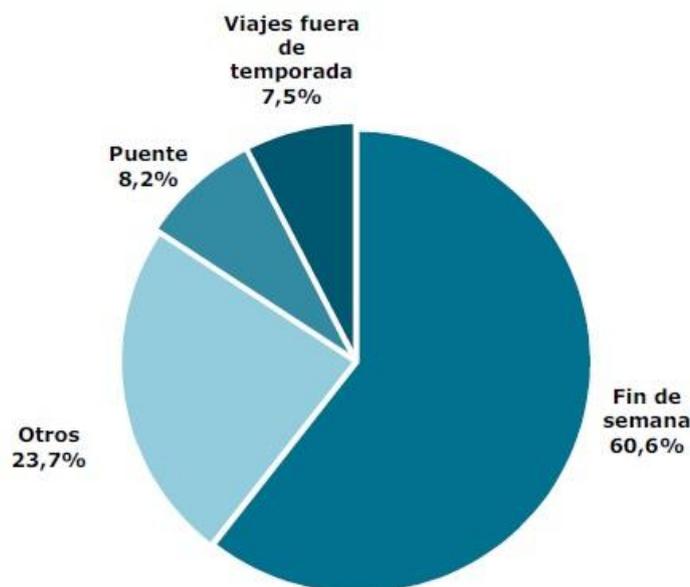


Gráfico 14: Cuándo viajan las personas residentes en España. Fuente: Turespaña

Como se puede observar en el gráfico, la mayoría de los viajes se realizan en fines de semana, puesto que es cuando la gente tiene tiempo libre.

Los puentes no son un periodo en el que viaje la gente, según nos muestra el gráfico, por lo que es un aspecto a desarrollar, mediante actividades para todo el puente, excursiones culturales, descuentos...

3.3.4. ¿Por qué eligen los clientes nuestro establecimiento?

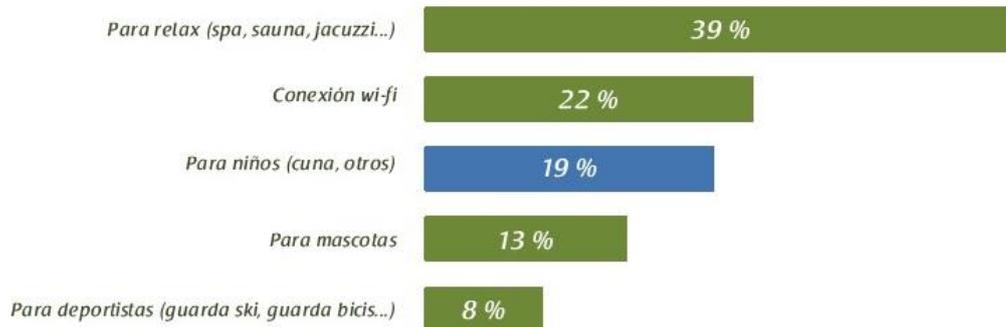


Gráfico 15: Por qué los clientes eligen los establecimientos. Fuente: Observatorio de Turismo Rural 2013

Si observamos los datos proporcionados por el Observatorio de Turismo Rural de 2013, vemos que uno de los aspectos más importantes para los clientes es el equipamiento para los niños, por lo que debemos considerar este tema como fundamental. Los padres buscan alejar a sus niños de la masificación de las ciudades, de la contaminación... Además de esto, también buscan que sus hijos conozcan como se vivía antes en los pueblos y tengan contacto con los animales de las granjas y con actividades como ordeñar vacas, dar paseos a caballo....

Otro aspecto que no podemos descuidar es el relax. La mayoría de la gente busca en los alojamientos rurales descansar, por lo que debemos tener en cuenta que no podemos poner demasiadas actividades en un mismo día puesto que estresarían demasiado al cliente.

Por último, a día de hoy, es muy importante para la gente estar conectado, por lo que debemos disponer de una buena conexión a internet.

3.3.5. Número de viajeros extranjeros y pernотaciones en todo el territorio nacional.

Antes de estudiar el papel del turismo extranjero en el ámbito rural, se darán algunos datos importantes.

Los turistas extranjeros que vienen a España gastan un 8% más. Se conoce que el gasto de los turistas internacionales alcanzó hasta marzo de 2014 los 10.066 millones de euros, lo que supone un aumento del 8,1% con respecto al mismo período del año 2013; según el Ministerio de Industria, Energía y Turismo.

El mayor volumen de gasto lo realizaron los turistas alemanes, con 1.744 millones de euros, que acapararon un 17,3% del total. Sus gastos medios se expandieron notablemente, mientras que la estancia media se redujo. En segunda posición, se sitúan los británicos, con 1.644 millones, aunque recortaron su estancia mínima. Por último, en tercer lugar, figuran los turistas llegados desde países nórdicos que gastaron 1.515 millones de euros.

La Comunidad de Madrid acaparó el 10,8% del total del gasto realizado, con 1.091 millones de euros, siguiendo con la tendencia a la alza. El gasto medio por persona y el gasto medio diario crecieron un 6,6% y un 9,1% respectivamente, situándose en 1.100€ y 156€.

Para el 27,6% de los turistas internacionales, el principal factor de atracción para visitar nuestro país es el clima, aunque esta motivación tiene serios competidores en otros países, sobre todo a nivel de sol y playa. Por este motivo, el turismo rural debe darse a conocer como una alternativa de calidad al turismo de masas, y así podrá encontrar numerosas oportunidades.

Los datos del número de viajeros y pernoctaciones de turistas extranjeros en todo el territorio nacional en alojamientos rurales son los siguientes:

Fecha	Ago-2010	Ago-2011	Ago-2012	Ago-2013	Ago-2014
Viajeros	47.561	55.057	64.004	67.195	81.879
Pernoctaciones	247.409	296.091	323.406	335.249	394.459

Tabla 10: número de viajeros y pernoctaciones de turistas extranjeros en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia

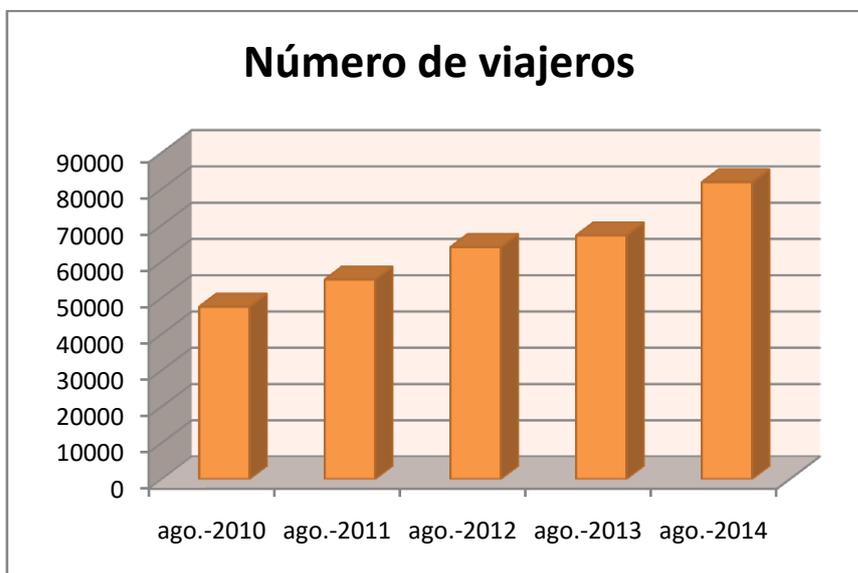


Gráfico 16: Número de viajeros extranjeros en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia

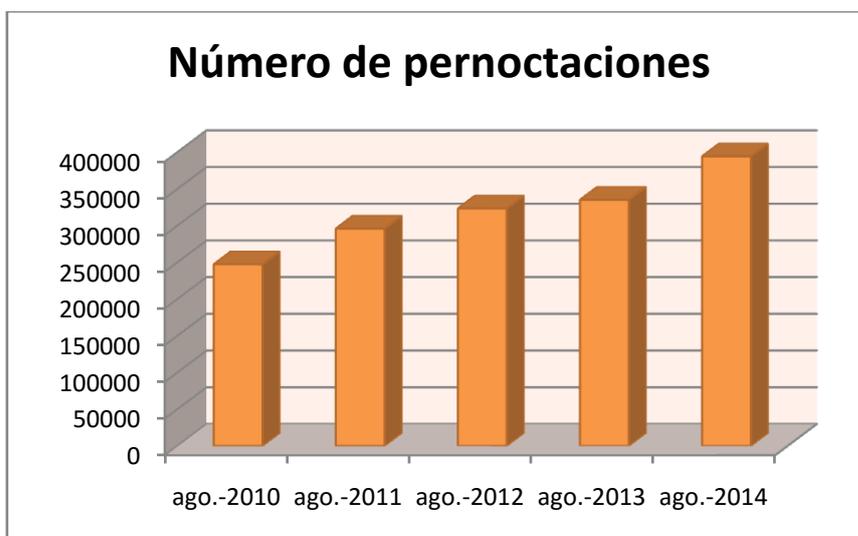


Gráfico 17: Número de pernoctaciones de turistas extranjeros en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia

Observamos que ambos factores han aumentado notablemente, incluso en épocas donde la actual crisis económica era muy notable.

Ante este gran crecimiento tanto del número de pernoctaciones como del número de viajeros extranjeros en el territorio nacional, hay que tener muy en cuenta que es importante que para que nuestro negocio prospere será necesario crear una campaña de publicidad a nivel extranjero. Es muy importante tener en cuenta que este sector del turismo, el internacional, está en crecimiento y es muy importante para nuestra empresa que existan personas con diferentes idiomas que puedan atender a los clientes que lleguen hasta nuestro alojamiento (este punto será abordado en los puntos de recursos humanos).

3.3.6. Estancia media en alojamientos rurales en el territorio nacional

Fecha	Ago-2010	Ago-2011	Ago-2012	Ago-2013	Ago-2014
Estancia media	4,59	4,43	4,2	4,01	3,85

Tabla 11: Estancia media en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia

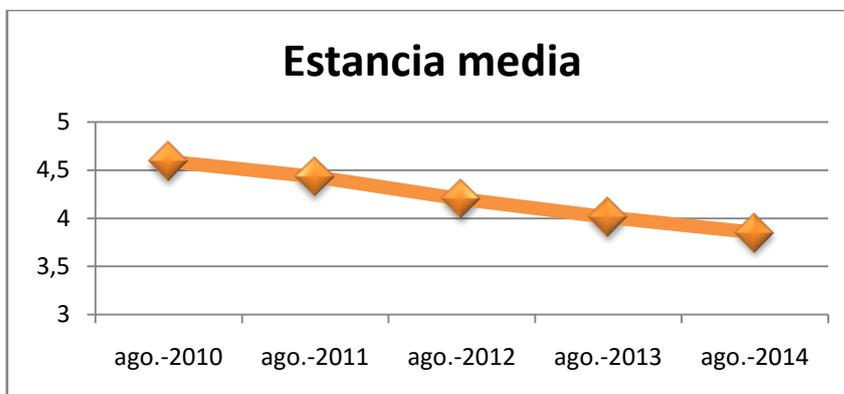


Gráfico 18: Estancia media en todo el territorio nacional. Fuente: Elaboración propia

3.3.7. Estancia media en alojamientos rurales en la Comunidad de Madrid

Fecha	ago-2010	ago-2011	ago-2012	ago-2013	ago-2014
Estancia media	3,51	2,55	2,39	2,23	2,08

Tabla 12: Estancia media en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia

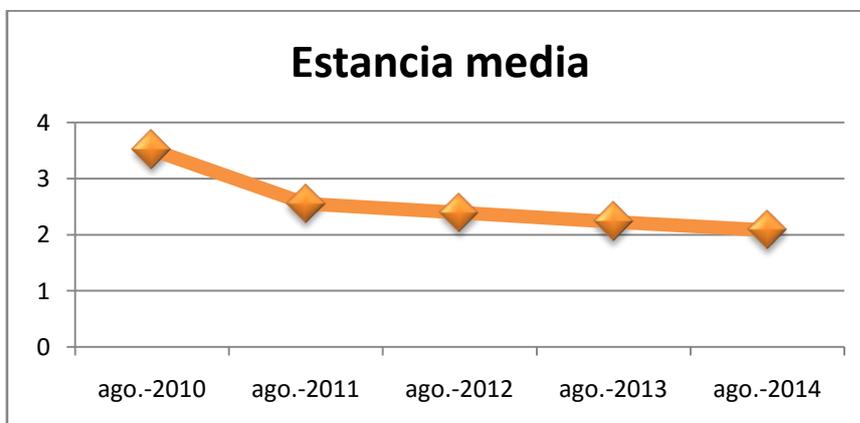


Gráfico 19: Estancia media en la Comunidad de Madrid. Fuente: Elaboración propia

Se analizarán de forma conjunta la estancia media tanto en todo el territorio nacional como en la Comunidad de Madrid.

Como se puede observar en ambas gráficas, la estancia media ha sufrido una importante disminución en los últimos años. El descenso ha sido de casi un día, pasando de 4,59 a 3,85 de media en todo el territorio nacional y de 3,51 a 2,08 en la Comunidad de Madrid.

Esta disminución puede deberse a diversos factores, como el precio de las habitaciones que quizás sea demasiado elevado, o que las familias son muy numerosas y es demasiado costoso pagar varias noches para todos los integrantes. Además de esto, hay que tener en cuenta que muchas personas van a los alojamientos rurales solo en fines de semana, por lo que su estancia queda reducida a sábado y domingo.

Para solucionar este problema, y aumentar el número de noches que se quedan nuestros clientes, habrá que realizar ofertas para los puentes y los días festivos, así como realizar descuentos para los días posteriores a los dos primeros, packs para las vacaciones, descuentos para niños o actividades que cubran varios días pero que sean asequibles.

3.4. ESTACIONALIDAD

Se dice que la demanda de un determinado producto muestra estacionalidad cuando la serie de tiempo subyacente atraviesa una variación cíclica predecible, dependiendo de la época del año.

Este, es el principal problema del turismo rural, ya que durante el año existen grandes periodos de inactividad o de menor actividad en este sector.

Para analizar la estacionalidad del sector y poder proponer soluciones para estos periodos de menor actividad hemos analizado el número de viajeros y el número de pernoctaciones en España en alojamientos rurales a lo largo del año 2013.

Fecha	ene-13	feb-13	mar-13	abr-13	may-13	jun-13	jul-13	ago-13	sep-13	oct-13	nov-13	dic-13
Viajeros	71.387	99.693	204.041	127.275	158.278	186.847	216.001	313.224	172.913	182.965	178.491	198.362
Pernoctaciones	155.621	187.970	514.445	259.726	325.174	389.560	645.947	1.189.338	385.335	352.630	355.939	466.570

Tabla 13: Número de viajeros y pernoctaciones en el año 2013. Fuente: Elaboración propia



Gráfico 20: Número de viajeros en 2013. Fuente: Elaboración propia

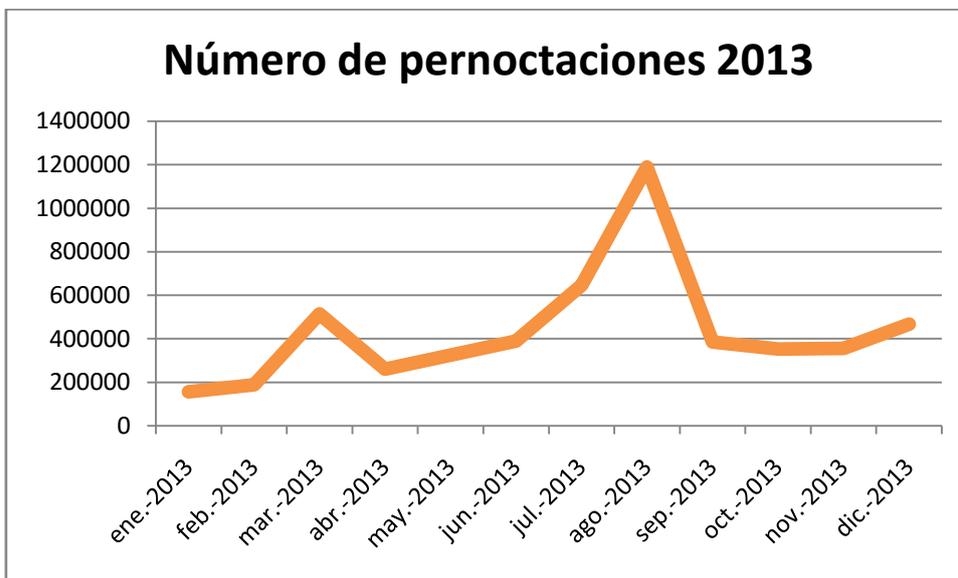


Gráfico 21: Número de pernoctaciones en 2013. Fuente: Elaboración propia

Mediante este análisis, se puede observar que existen dos picos claramente diferenciados, que se producen entre marzo y abril y el segundo entre julio, agosto y septiembre. El primero de los picos coincide con las vacaciones de Semana Santa, y el segundo coincide con las vacaciones de verano. Podemos concluir que hay una elevada concentración de turistas en el periodo estival.

Los meses de menor actividad son enero y octubre y noviembre. La poca actividad del mes de enero puede deberse a la famosa “cuesta de enero” que se produce después de las fiestas navideñas debido al gran desembolso realizado por esas fechas en comida y regalos, por lo que la gente no tiene suficiente dinero para permitirse irse a un alojamiento rural. Por otro lado, los meses de octubre y noviembre son los primeros meses de colegio de los niños por lo que los padres han tenido muchos gastos. Además de estos motivos, todos estos meses donde la actividad es menor coinciden con el tiempo frío.

El objetivo es dotar a la economía ligada a este turismo de una mayor estabilidad y regularidad a lo largo del año.

En la siguiente tabla se muestra el indicador de las pernoctaciones de los viajes de los residentes en España.

Antes de mostrar la tabla es necesario definir en coeficiente de GINI; medida que se utiliza para medir la desigualdad de las distribuciones. El coeficiente es un número entre 0 y 1, en donde 0 se corresponde con la perfecta igualdad (las pernoctaciones se reparten equitativamente a lo largo de los meses) y donde el valor 1 se corresponde con la perfecta desigualdad (un mes tiene todas las pernoctaciones y los demás ninguna)

	Turismo interno			Turismo emisor		
	Cociente de Gini	Concentración verano	Concentración julio y agosto	Cociente de Gini	Concentración verano	Concentración julio y agosto
2012	0,35	56%	38%	0,33	55%	34%
2011	0,33	55%	38%	0,30	52%	34%
2010	0,33	55%	37%	0,33	53%	37%
2009	0,32	54%	37%	0,35	54%	38%
2008	0,31	53%	38%	0,35	55%	38%
2007	0,33	55%	37%	0,38	55%	36%
2006	0,33	53%	37%	0,39	54%	37%
2005	0,29	52%	35%	0,37	55%	37%
2004	0,34	55%	34%	0,38	53%	36%
2003	0,38	57%	34%	0,41	56%	35%
2002	0,35	56%	33%	0,36	52%	32%
2001	0,34	53%	31%	0,39	53%	34%
2000	0,37	52%	31%	0,36	48%	31%

Ilustración 3: Indicador de las pernoctaciones de los viajes de los residentes en España. Fuente: ITE

Como se puede observar, el coeficiente de GINI no es cercano a 0 en ningún momento, lo que nos demuestra de nuevo la estacionalidad existente en el turismo rural.

Para fomentar estos malos meses hay que tener numerosas estrategias contra la estacionalidad. Se trata de ponerse en el papel de los viajeros y pensar como ellos: ¿Qué buscan? ¿Cuándo pueden escaparse? ¿Qué les interesa?

Como ejemplos de ideas para que estos malos meses no hagan que nuestro negocio fracase pueden ser: proponer cosas que los demás negocios no tengan, utilizar eventos del entorno municipal (deportivos, culturales, de música, gastronómicos...), aprovechar cada época del año para ofrecer algo distinto, proponer descuentos...

Además de esto es necesario conocer el tipo de calendario de cada sector de clientes (las parejas se guiarán por el calendario laboral, los docentes y los universitarios por el calendario académico, la tercera edad tendrá un calendario más flexible...) y utilizar estos calendarios para crear una base de datos para después poder crear una campaña de emailing en el momento adecuado para cada cliente.

También deberemos tener en cuenta que no solamente es necesario que los clientes nos encuentren como primera opción cuando busquen, sino que debemos tener una campaña de marketing y publicidad que haga que los clientes nos vean aunque no nos busquen.

3.5. ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER (NIVEL DE RIVALIDAD DEL MERCADO)

En este apartado trataremos de analizar, entre otras cosas, la tasa de crecimiento del sector, el grado de diferenciación de los productos, los costes del cambio de proveedor, las barreras de salida...

La competencia existente en Zarzalejo, los alojamientos rurales que hay, y sus puntos fuertes y débiles serán analizados más en profundidad en el plan de marketing, en el punto análisis de la competencia.

3.5.1. Grado de intensidad de la competencia

Respecto al sector, como ya se ha comentado en otras partes del trabajo, es un sector en crecimiento. Se ve claramente si nos fijamos en los últimos cinco años, donde si analizamos el número de establecimientos existentes en la Comunidad de Madrid, vemos que han pasado de ser 195 en agosto de 2010 a ser 245 en agosto de 2014.

Los servicios que ofrece nuestra empresa estarán bastante diferenciados con los servicios que pudieran parecerse a los nuestros; nos referimos a los hoteles, camping, bungalows, hostales... Este tipo de sitios ofrece únicamente un servicio de alojamiento y en algunos casos de restauración; mientras que los hoteles rurales a parte de ofrecer el servicio de alojamiento y restauración, ofrece también la posibilidad de alejarse de la ciudad, de la masificación y del bullicio, pudiendo tener un contacto más cercano con la naturaleza. Nuestro negocio, en concreto, además de todo esto, ofrece la posibilidad de interactuar con los animales y con todas las actividades relacionadas con su cuidado; además de actividades de huerta, propias de los agricultores. A parte de estas cosas, nuestro negocio se diferenciará del resto porque ofrecerá diversas actividades culturales y deportivas.

No cabe duda de que el número de competidores es muy elevado, ya que este tipo de empresas no para de crecer. Por este motivo, diferenciarse de la competencia es sumamente importante. Nosotros hemos decidido diferenciarnos dando la oportunidad a nuestros clientes, si lo desean, de interactuar al máximo con la naturaleza, pudiendo realizar actividades propias de huerto y granja y aprender todo tipo de cosas relacionadas con ello.

Dado que nuestra empresa es un tipo de negocio que requiere productos frescos para la cocina, además de productos naturales para la tierra y los animales, las compras que realizaremos a nuestros proveedores no serán en cantidades masivas y por lo tanto no tendremos contratos con ellos que nos aten por mucho tiempo. Por este motivo, los costes de cambio de proveedor serán mínimos.

Las barreras de salida de este negocio son altas si tenemos en cuenta que la inversión necesaria para montar un hotel rural es muy elevada, por tanto si salimos de este negocio habríamos perdido una gran cantidad de dinero. Si no tenemos en cuenta esto, la empresa podría clausurarse pagando lo correspondiente a sus empleados, siempre y cuando no haya recibido ninguna subvención que le obligue a estar abierto por un tiempo determinado.

3.5.2. Barreras de entrada

En este apartado se tratará de analizar las barreras de entrada existentes para nuevos competidores.

La principal barrera de entrada es el capital a invertir, que como ya hemos dicho en otras ocasiones es bastante elevado; pero si se dispone de este dinero se podría montar el negocio.

Otro tema importante será captar a los clientes, que posiblemente ya estén acostumbrados a otro negocio y tengan algún tipo de lealtad con ellos. En este tipo de hoteles se tarda mucho en captar a los clientes y por tanto esos clientes tardan mucho en llevar a cabo el llamado “boca a boca”. Para entrar en el sector hay que darse a conocer rápidamente y competir con lo ya existente.

Otra barrera de entrada sería que las empresas que ya están en el sector ya tienen cierta experiencia y conocen de primera mano lo que buscan los clientes y lo que quieren, y lo que están dispuestos a pagar por ello. Para una empresa que entra nueva en el mercado tendrá que suponer ciertos gustos de los clientes y puede acertar y ser un éxito o equivocarse y llegar al fracaso.

Por último, otra barrera de entrada sería que los beneficios no son muy altos, por lo que si se entra en este negocio debe ser porque se sienta una gran atracción hacia este sector del turismo rural.

Como se puede observar las barreras de entrada son pocas, y más si se tiene el dinero necesario para invertir, por lo que será difícil frenar la competencia. Por este motivo, lo que nuestro negocio debe hacer es conseguir fidelizar a los clientes de modo que se acomoden con nosotros y no tengan la necesidad de ir a otros hoteles rurales puesto que el nuestro les ofrece todo lo que buscan.

3.5.3. Productos sustitutivos

Como producto sustitutivo se puede nombrar al ya mencionado turismo tradicional, o turismo de sol y playa, donde nuestra mayor competencia serían los hoteles, las pensiones, los hostales, los balnearios, los campings, los spa, o el alquiler de apartamentos.

Sin embargo, hay una gran diferencia entre este tipo de turismo y el turismo rural, puesto que cuando una persona se dirige al turismo tradicional, normalmente está buscando alojamiento en la playa, mientras que cuando una persona se dirige al turismo rural lo que busca es paz y tranquilidad en la naturaleza, alejados de las grandes ciudades y las masificaciones.

Como nuestra empresa contará con una granja y un huerto, podemos tener también como producto sustitutivo las granjas escuelas donde los niños pueden ir y aprender sobre los animales. Nos diferenciaremos de ellos básicamente porque nosotros ofrecemos alojamiento y ellos no.

3.5.4. Poder de negociación de los clientes

A simple vista podríamos pensar que los clientes no tienen poder de negociación puesto que la empresa pone los precios y los clientes lo pagan, en cambio, si el cliente no obtiene la calidad y los servicios deseados, no volverán a nuestro alojamiento y tampoco se lo recomendarán a otras personas.

Por tanto, como lo que queremos es fidelizar clientes, será imprescindible tener en cuenta la opinión de los clientes.

Los clientes tendrán poder de negociación puesto que existe un alto grado de concentración en el sector, es decir, existen numerosas empresas donde recibirán un servicio parecido al nuestro, puesto que el grado de diferenciación de los productos es mínimo.

En nuestro caso, ese grado de diferenciación será ligeramente mayor puesto que ofrecemos la posibilidad de aprender del mundo rural y participar en él.

Además de esto, cada cliente tiene a su disposición todos los precios de cada una de las empresas que quiera visitar, por lo que si encuentra algo que le gusta y a un precio más barato que el que ofrecemos nosotros se irá al otro lado.

3.5.5. Poder de negociación de los proveedores

A diferencia de los clientes, los proveedores no tienen un alto poder de negociación, principalmente porque el cambio de proveedor tiene unos costes bajos o inexistentes.

Los proveedores podrían tener cierto poder por el hecho de que los clientes a los que atienden son numerosos y poco organizados como colectividad; además de que venden sus productos a sectores distintos. Sin embargo, el número de proveedores es muy grande, por lo que no supondría un gran problema el cambio de proveedor.

Por estos motivos, consideramos que los proveedores no tienen gran poder de negociación y no pueden hacernos influir en nuestras decisiones.





CAPÍTULO 4: ESTRATEGIA

4. ESTRATEGIA

Nuestro alojamiento quiere posicionarse en la mente del consumidor como un espacio de descanso, relax y confort, con un contacto pleno con la naturaleza y el ambiente rural.

Estará dirigido a un tipo de clientes que deseen huir de la masificación y la contaminación de las ciudades. Serán personas saciadas de moverse en un entorno artificial, rodeados de asfalto y faltos de contacto con la fauna y la vegetación, que encontrarán en nuestro alojamiento la posibilidad de interactuar al máximo con la naturaleza y los animales. Además de ello, estará dirigido a familias que quieran dar a sus hijos un mayor conocimiento sobre el alojamiento rural.

Se trata de ser una alternativa a las típicas casas rurales, ofreciendo alquiler por habitaciones y servicio de restauración, además de actividades deportivas, una granja y un huerto, a un precio razonable y una alta calidad.

Vamos a identificar cuáles son nuestros propósitos para los próximos años, identificando la posición en el mercado en la que deseáramos posicionarnos, y la cual nos marcaremos como objetivo, y cuáles son las previsiones que en realidad suponemos para los años venideros.

Las principales estrategias que seguiremos serán:

- Calidad de nuestro servicio, cuidando cada detalle y buscando la satisfacción total del cliente, dándole un trato personalizado y exquisito. Para ello se tratará de mantener las instalaciones en perfectas condiciones equipando la zona con materiales de calidad resistentes a la humedad y el calor.
- Precio menor que la competencia. Se intentará mantener, al menos en los primeros años, un precio inferior al de los principales competidores de la zona.

4.1. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Los objetivos de la empresa que vamos a definir son una declaración expresa, formal y realista de cuáles son los logros que la empresa desea, y espera conseguir en los próximos años tras el análisis realizado con anterioridad.

Dentro de estos objetivos, podemos identificar los principales a tener en cuenta: Objetivos de posicionamiento, Objetivos de venta y Objetivos de rentabilidad.

- Objetivos de posicionamiento

El objetivo de posicionamiento representa la forma en la que los clientes actuales y potenciales percibirán y recordarán a la empresa, y por tanto es de aquí a partir de lo que derivará nuestra imagen.



El posicionamiento es lo que permite a una empresa, un producto o servicio, diferenciarse de sus competidores en la mente del público objetivo, y darle así una razón para que opte por nuestra empresa.

Es nuestra empresa, lo que pensamos que más atraerá a nuestros futuros clientes será el contacto que ofreceremos con el mundo rural.

Nos diferenciaremos de la competencia principalmente por la presencia de un huerto y una granja que estará disponible de acceso para todos los hospedados. No sólo su presencia llamará la atención de las personas sino también la posibilidad de participar en las tareas propias y aprender de ellas cosas nuevas.

El problema de este tipo de diferenciación es que es fácilmente imitable, al menos en cuanto a la idea, pero no tanto en cuanto al presupuesto que ello conlleva.





CAPÍTULO 5: OPORTUNIDAD DE NEGOCIO



5. OPORTUNIDAD DE NEGOCIO

5.1. ANÁLISIS DE OPORTUNIDAD

Nuestra empresa será un hotel rural que cuenta con una granja y un huerto. Si buscamos en Internet el número de establecimientos rurales, veremos que es muy elevado y que es un sector que ha tenido un gran crecimiento en los últimos años.

Según la Secretaría de Turismo de España, el turismo basado en la naturaleza ha experimentado una subida de aproximadamente el 20%, frente al débil incremento del turismo convencional.

Aún así, dado el gran número de establecimientos rurales en todo el territorio nacional, estableceremos un elemento básico diferenciador que resulte atractivo para nuestros clientes, que será que los hospedados puedan interactuar con la vida rural lo máximo posible, pudiendo participar en las tareas propias de la granja o la huerta.

Una empresa de este tipo podría ser rentable por lo ya comentado, por el gran crecimiento de este tipo de negocios, pero también por la posibilidad que ofrecemos de aprender sobre el mundo rural, tanto a niños como a mayores.

Este negocio será rentable porque ofrece un hecho diferencial no muy desarrollado en el mercado, que es la posibilidad de vida rural, comida suministrada por la propia huerta y por los animales de la granja y la oferta deportiva y cultural.

Esta oportunidad que hemos detectado en el mercado, la desarrollaremos vendiendo nuestro negocio como un lugar único donde se podrá vivir una experiencia completamente diferente a la ofrecida por otros establecimientos rurales.

Ofreceremos a nuestros clientes un contacto 100% con la naturaleza, pudiendo separarse por unos días de la contaminación y el agobio de las ciudades.

Vemos una oportunidad en el desconocimiento de los niños sobre este mundo, por lo que a muchos padres les gustará la idea de pasar unos días con sus hijos en un ambiente saludable donde no solo puedan tener un alojamiento, sino también la posibilidad de aprender y enseñar a sus hijos.

Además de esto, debido a la cercanía con la capital y con el Monasterio de El Escorial, nuestro establecimiento ofrecerá numerosas visitas culturales.

5.2. LA EMPRESA

Nuestra empresa será un establecimiento rural, como ya se ha indicado anteriormente, que contará con cuatro habitaciones dobles y seis habitaciones para cuatro personas. Además contará con una granja completa con animales y un huerto que dará ciertos productos a nuestra cocina.



El aspecto clave del negocio será la posibilidad que ofrecemos no solo de pasar unos días en la naturaleza, sino también de interactuar al máximo con ella y poder realizar actividades propias de la granja y la huerta y poder aprender el cuidado de los animales y el trabajo de la tierra.

El servicio ofrecido será tanto el alojamiento como las actividades de huerta y granja, además de visitas culturales y actividades deportivas.

La empresa estará dirigida por el director, que a su vez será el propietario del negocio y será el encargado de controlar el resto de puestos de la empresa.

Se contará con seis empleados: un camarero de sala, un camarero de barra, un cocinero, dos personas encargadas de la limpieza, y un encargado del cuidado de la huerta y la granja. Además de esto, se contará con un monitor que será contratado por horas para organizar y dirigir las actividades que ofrezca el hotel.

5.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

La misión de una empresa define cuál es nuestra labor o actividad en el mercado, y hace referencia al público al que va dirigido.

La misión de nuestra empresa es crear un lugar donde nuestros clientes encuentren paz y tranquilidad y donde puedan interactuar al máximo con la naturaleza y el mundo rural, siempre que sea de su agrado. Nuestro público objetivo serán huéspedes que quieran pasar unos días alejados del bullicio de las ciudades y que quieran vivir una experiencia diferente; además de familias con niños que quieran enseñar a sus hijos el mundo rural.

Nos diferenciamos de los competidores en que ofrecemos al cliente no sólo una experiencia confortable y relajante, sino un contacto máximo con la naturaleza, además de poder realizar actividades deportivas y culturales.

La visión define cuáles son las metas que pretendemos conseguir en el futuro.

Nuestras metas para dentro de cinco años son:

- Haber creado una marca
- Tener clientela fija, que repita estancia y actividades con nosotros
- Estar consolidada como empresa y estar por encima de la competencia
- Haber creado un icono en cuanto a este tipo de actividades y experiencias
- Ser modelo en cuanto al trato con el cliente y la calidad de nuestro servicio

Los valores son los principios éticos sobre los que se asienta la cultura de nuestra empresa, que nos permiten crear nuestras pautas de comportamiento.

Nuestros valores serán:

- Medio ambiente: Nos comprometemos a su cuidado, conservación y menor daño posible
- Orientación al cliente: Centramos nuestro esfuerzo en la satisfacción al cliente, aportando experiencias de calidad
- Orientación a resultados: Dirigimos nuestras acciones hacia la consecución de objetivos y hacia la rentabilidad de la empresa
- Trabajo en equipo: Fomentamos la participación de todos para lograr un objetivo común

5.4. ANÁLISIS DAFO

La matriz DAFO es un instrumento de planificación estratégica utilizado para identificar los puntos débiles y fuertes de la empresa, así como las amenazas y oportunidades del entorno, lo cual posibilitará la elección de las estrategias más óptimas para la puesta en marcha y fortalecimiento de la empresa.

Se realiza un análisis interno que ayuda a identificar la posición competitiva en la que se encuentra la empresa. Para ello analizamos las debilidades y las fortalezas.

Se entiende por debilidades, aquellos factores internos que limitan o reducen la capacidad de desarrollo de la empresa; y por fortalezas, los factores internos que favorecen o impulsan el crecimiento de la empresa.

Para realizar el análisis externo se estudiarán las amenazas y las oportunidades.

Se entiende por amenazas aquellos factores externos que pueden impedir o dificultar el desarrollo de la empresa, mientras que las oportunidades son los factores externos que pueden suponer una ventaja competitiva para la empresa o que pueden mejorar la rentabilidad y los ingresos.

5.4.1. Debilidades

- Alta inversión inicial
- Inexistencias de imagen de marca, tenemos que darnos a conocer
- Escasa experiencia en el sector
- Estacionalidad del sector, la temporada alta tiene muy poca duración
- Elevada competencia
- Número de plazas ofrecidas menor que en los hoteles
- Posible dificultad para encontrar personal cualificado para las actividades de la granja y la huerta



5.4.2. Fortalezas

- Fácil acceso a los recursos naturales necesarios para la realización de las actividades.
- Buena situación geográfica, cerca de la Comunidad de Madrid y de El Escorial
- Situado en una zona cercana a otros pueblos para poder hacer visitas culturales
- Variedad y riqueza cultural, histórica y gastronómica del lugar
- Diferenciación con la competencia
- Presencia en Internet
- Servicios adicionales al alojamiento como actividades culturales, granja, huerta...
- Disponible servicio de restauración
- Desayuno incluido en el precio de la habitación
- Buena relación calidad-precio
- Estructura de personal flexible debido a la estacionalidad del sector

5.4.3. Amenazas

- El modelo de vacaciones predominante es el de “sol y playa”
- Turismo rural menos conocido fuera de España
- Competimos con grandes hoteles y con todo tipo de establecimientos que al tener mayor capacidad pueden ofrecer precios mucho más competitivos
- Número creciente de casas rurales
- Despoblación de los pueblos que da como consecuencia una menor inmersión en el ambiente rural
- Industrialización del entorno que estropea el paisaje
- Cada Comunidad Autónoma tiene su legislación propia relativa a este tipo de turismo

5.4.4. Oportunidades

- Alta aceptación de este tipo de negocio
- Disminución del nivel de ocupación hotelera
- Posibilidad de fidelizar a los clientes a través del servicio
- Incremento del sector turístico rural en los últimos años



- Aumento del interés por los hábitos de vida saludables, por las actividades que respeten el medio ambiente...
- Trato personalizado con el cliente
- Turismo sostenible
- Ayudas económicas para el emprendedor
- Ayudas para el fomento de empleo
- Riqueza en recursos naturales de nuestro país
- Vacaciones cada vez más cortas y mayor número de viajes en fines de semana y puentes.



CAPÍTULO 6: PLAN COMERCIAL Y DE MARKETING

6. PLAN COMERCIAL Y DE MARKETING

El objetivo de este análisis es elaborar un plan comercial y de marketing para el lanzamiento de un hotel rural en Zarzalejo, municipio perteneciente a la Comunidad de Madrid.

Este plan será llevado a cabo para un ámbito nacional, ya que se considera que la mayor parte de los clientes procederán de España. No se descarta que en un futuro se puedan ampliar estas fronteras, de cara a poder atraer clientes del extranjero, pero de momento se cree que los clientes procedentes de otros países buscan el llamado turismo de "sol y playa".

Dado que se trata de una empresa de nueva creación, que no es conocida por nadie, ni tiene creada una marca; el plan de marketing se hará para un ámbito temporal de varios años. Esto quiere decir que no solo se abordará el tema de cómo darse a conocer en un primer momento sino también el tema de cómo mantenerse a lo largo de los años en la mente de los consumidores.

Los objetivos de este plan de marketing estarán relacionados con la introducción de la empresa en el mercado, puesto que es un negocio de nueva creación.

6.1. MARKETING ESTRATÉGICO

Este apartado tiene como objetivo realizar un análisis sistemático y permanente de las necesidades del mercado y el desarrollo de conceptos de productos rentables destinados a unos grupos de compradores específicos y que presentan cualidades distintivas que les diferencien de los competidores inmediatos, asegurando así al servicio una ventaja competitiva, duradera y defendible.

6.1.1. Previsión de los porcentajes de ocupación

En este apartado se realizará una previsión de las ventas, que en nuestro caso, se trata de estimar el grado de ocupación del hotel. Esta previsión, se realizará mes a mes, y no sólo para el primer año, sino para los tres años siguientes.

Hay que tener en cuenta que para este tipo de negocio, influye mucho la estacionalidad, algo que ya se ha explicado anteriormente; por lo que habrá que prestar especial cuidado a los periodos vacacionales y a los fines de semana. Para poder hacer la estimación de las ventas, contaremos con que los periodos vacacionales de Semana Santa y Navidad caerán en las mismas fechas que en el año actual. Conocemos que esto no es completamente cierto, sin embargo nos servirá para hacernos una idea global de las ventas, que se podrá ajustar una vez pasado el primer año.

Las estimaciones las realizaremos en dos escenarios diferentes: pesimista y normal.

Para poder realizar las previsiones de ventas de una empresa de creación nueva, como es nuestro caso, nos vamos a basar en los objetivos que esperamos alcanzar, para el caso

optimista; en el grado de ocupación medio de los hoteles rurales en la Comunidad de Madrid, para el caso normal; y en valores más bajos para el caso pesimista.

Antes de comenzar con las previsiones, es importante recalcar varios puntos:

- Nuestro alojamiento contará con cuatro habitaciones dobles y seis habitaciones para cuatro personas; por lo que tendrá una capacidad total de 32 personas.
- Teniendo en cuenta el estudio realizado sobre la estacionalidad del sector, se puede observar, que es en las vacaciones de verano donde las pernoctaciones se producen, seguidas de las vacaciones de Semana Santa y Navidad.
- Todos los valores que aparecen a continuación sobre los grados de ocupación son valores medios.
- Como en los precios hay diferencia entre temporada alta y temporada baja, recordemos que consideramos temporada alta la época de verano (junio, julio, agosto y septiembre), Navidades (21 diciembre-11 enero) y Semana Santa (30 Marzo- 6 Abril); y temporada baja el resto del año. También debemos recordar que solo se diferenciará, en cuanto a precios, entre fines de semana y días de diario, en la época de verano. Los precios para Navidades y Semana Santa serán los del temporada alta entre diario.

Con todos estos datos, comenzamos a exponer los objetivos respecto a los grados de ocupación del hotel para los diferentes escenarios.

- Caso normal

Primer año

- Entre un 3% y un 15% de ocupación en día laborables y entre semana dependiendo del mes.
- Entre un 10% y un 35% de ocupación en fines de semana dependiendo del mes.
- 30% de ocupación en verano entre semana, y 40% de ocupación en fines de semana.
- Entre un 6% y un 25% de ocupación en Semana Santa y Navidades dependiendo del mes.

Segundo año

- 18% de ocupación en día laborables y entre semana.
- 30% de ocupación en fines de semana
- 43% de ocupación en verano
- 30% de ocupación en Semana Santa y Navidades

Tercer año

- 25% de ocupación en día laborables y entre semana.
- 35% de ocupación en fines de semana
- 48% de ocupación en verano
- 35% de ocupación en Semana Santa y Navidades



Cuarto año

- 28% de ocupación en día laborables y entre semana.
 - 38% de ocupación en fines de semana
 - 50% de ocupación en verano
 - 38% de ocupación en Semana Santa y Navidades
- Caso pesimista

Primer año

- Entre un 1% y un 8% de ocupación en día laborables y entre semana dependiendo del mes.
- Entre un 5% y un 20% de ocupación en fines de semana dependiendo del mes.
- 20% de ocupación en verano entre semana y 30% de ocupación en verano los fines de semana.
- Entre un 3% y un 25% de ocupación en Semana Santa y Navidades dependiendo del mes.

Segundo año

- 14% de ocupación en día laborables y entre semana.
- 25% de ocupación en fines de semana
- 35% de ocupación en verano
- 23% de ocupación en Semana Santa y Navidades

Tercer año

- 18% de ocupación en día laborables y entre semana.
- 30% de ocupación en fines de semana
- 40% de ocupación en verano
- 28% de ocupación en Semana Santa y Navidades

Cuarto año

- 20% de ocupación en día laborables y entre semana.
- 33% de ocupación en fines de semana
- 42% de ocupación en verano
- 30% de ocupación en Semana Santa y Navidades

Var.=Porcentaje variable

PORCENTAJES DE OCUPACIÓN DEL HOTEL

	Laborables/ Entre semana				Fines de semana				Verano				Semana Santa/ Navidad			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Normal	Var.	18%	25%	28%	Var.	30%	35%	38%	Var.	43%	48%	50%	Var.	30%	35%	38%
Pesimista	Var.	14%	18%	20%	Var.	25%	30%	33%	Var.	35%	40%	42%	Var.	23%	28%	30%

Tabla 14: Porcentajes de ocupación del alojamiento. Fuente: Elaboración propia



Por otro lado, necesitamos los porcentajes de las personas que demandarán nuestras actividades. Como casi para cada mes hay un porcentaje diferente, los recogemos en la siguiente tabla a modo de resumen para que se vea de una forma más clara.

Para poder averiguar los porcentajes, consultamos datos sobre algunas granjas y sobre actividades similares a las nuestras, siendo siempre muy cautos ya que hay muy pocos establecimientos que ofrezcan lo mismo que nosotros y por lo tanto desconocemos cómo reaccionará el público.

Como se desconoce el número de niños y el número de adultos que vendrán a nuestro establecimiento y que realizarán cada actividad, haremos los cálculos con el precio medio.

Los porcentajes tanto del restaurante, que se explicarán a continuación, como de las actividades son en base a la gente que haya en el hotel, es decir, se calcula el porcentaje sobre la ocupación del hotel. Por esta razón, aunque parezcan elevados los porcentajes, la gente que se estima que hará las actividades y que acudirá al restaurante a comer o cenar, no es demasiada en el primer año.

PORCENTAJES DE OCUPACIÓN DE LAS ACTIVIDADES

	Enero, Febrero y Marzo				Abril				Mayo				Junio				Julio, Agosto y Septiembre				Octubre y Noviembre				Diciembre							
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4				
Normal																																
Ruta a caballo	20%	25%	28%	30%	30%	35%	38%	40%	30%	35%	38%	40%	40%	45%	50%	52%	40%	45%	50%	52%	20%	25%	28%	30%	20%	25%	28%	30%	20%	25%	28%	30%
Visita cultural	20%	25%	28%	30%	20%	25%	28%	30%	20%	25%	28%	30%	20%	45%	50%	52%	40%	45%	50%	52%	20%	25%	28%	30%	20%	25%	28%	30%	20%	25%	28%	30%
Un día en la granja	24%	30%	35%	37%	24%	30%	35%	37%	40%	45%	50%	52%	40%	45%	50%	52%	40%	45%	50%	52%	24%	30%	35%	37%	28%	34%	40%	42%	28%	34%	40%	42%
Un día en el huerto	24%	30%	35%	37%	24%	30%	35%	37%	40%	45%	50%	52%	40%	45%	50%	52%	40%	45%	50%	52%	24%	30%	35%	37%	28%	34%	40%	42%	28%	34%	40%	42%
Pesimista																																
Ruta a caballo	15%	18%	24%	26%	25%	30%	35%	37%	25%	30%	35%	37%	30%	35%	40%	42%	35%	40%	45%	47%	15%	18%	24%	26%	15%	18%	24%	26%	15%	18%	24%	26%
Visita cultural	18%	24%	28%	30%	18%	24%	28%	30%	18%	24%	28%	30%	30%	35%	40%	42%	30%	35%	40%	42%	18%	24%	28%	30%	18%	24%	28%	30%	18%	24%	28%	30%
Un día en la granja	18%	24%	28%	30%	18%	24%	28%	30%	35%	40%	45%	47%	35%	40%	45%	47%	35%	40%	45%	47%	18%	24%	28%	30%	25%	30%	35%	37%	25%	30%	35%	37%
Un día en el huerto	18%	24%	28%	30%	18%	24%	28%	30%	35%	40%	45%	47%	35%	40%	45%	47%	35%	40%	45%	47%	18%	24%	28%	30%	25%	30%	35%	37%	25%	30%	35%	37%

Tabla 15: Porcentajes de ocupación de las actividades. Fuente: Elaboración propia

Por último, también se deben estimar las ventas del restaurante. Para estimarlas, las personas que demandarán el menú, se ha consultado con ciertas casas rurales que disponen de este servicio y su respuesta ha sido que más de la mitad de los alojados comen y cenan en el restaurante, debido a la facilidad y cercanía, así como a la poca competencia de la zona.

No se tendrán en cuenta los clientes que demanden platos de la carta, puesto que, se considera de la mayoría de las personas pedirán el menú. Por otro lado, nos resultaría imposible cuantas personas pedirán cada uno de los diferentes platos.

Los porcentajes se reflejan en la siguiente tabla:

PORCENTAJES DE OCUPACIÓN DEL RESTAURANTE

	Temporada baja				Verano (junio, julio, agosto y septiembre)			
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4
Normal	40%	43%	45%	48%	55%	60%	63%	65%
Pesimista	25%	28%	33%	35%	30%	35%	38%	40%

Tabla 16: Porcentajes de ocupación del restaurante. Fuente: Elaboración propia

Se han elegido estos porcentajes puesto que suponemos que nuestra empresa comenzará desde lo más bajo posible, casi desde cero. Se entiende que una empresa de nueva creación no podrá tener grandes beneficios en los primeros meses, ya que se trata de una empresa que no es conocida, que tendrá que competir con negocios que ya son conocidos para los futuros clientes.

Creemos que nuestra empresa irá subiendo poco a poco y que tendrá subidas y bajadas debido a la estacionalidad del sector, pero se piensa fijándose en los porcentajes existentes en los otros establecimientos, que se encontrará una estabilidad que permita la subsistencia del negocio.

6.1.2. Análisis de la competencia

Para realizar el análisis de la competencia, primero debemos concretar qué alojamientos consideramos como competencia. En nuestro caso, teniendo en cuenta nuestro público objetivo, que son personas que quieran tener un contacto con la naturaleza y conocer ambientes rurales, así como gente que haga viajes con niños para que estos conozcan a los animales y realicen actividades en la granja y en la huerta, podemos considerar como competencia otros alojamientos rurales similares, hoteles rurales, casas rurales, albergues y campings.

Otros alojamientos rurales de similares características serán tanto las que se encuentren situadas en la misma localidad como las que están en zonas cercanas o tienen las mismas características, como podrían ser las granja escuela, los apartamentos o los cortijos.

Los albergues suelen tener una oferta amplia y ofrecen unos servicios básicos además de otros de diversa índole a un precio muy competitivo, aunque suelen estar indicados para grupos.

Los campings son otra forma de disfrutar del entorno rural de una manera menos cómoda pero más barata. Este tipo de alojamiento turístico ofrece diversas variantes como son tiendas de campaña, parcelas, caravanas, bungalows... El inconveniente es que se pierde el ambiente rural y turístico.

Para analizar la competencia que tendremos, se debería analizar todos los establecimientos existentes en toda la Comunidad de Madrid, aunque lo verdaderamente peligroso son las empresas que ofrezcan productos similares.

En la actualidad, el grado de rivalidad existente en este sector es muy alto, existiendo una lucha continua para que los alojamientos estén ocupados, mediante promociones, descuentos, actividades complementarias. Hay que explotar los puntos fuertes para conseguir la diferenciación de la competencia, y obtener un grado de satisfacción del cliente muy elevado.

Vamos a analizar el número de plazas de los alojamientos de turismo rural existentes en todo el territorio nacional:

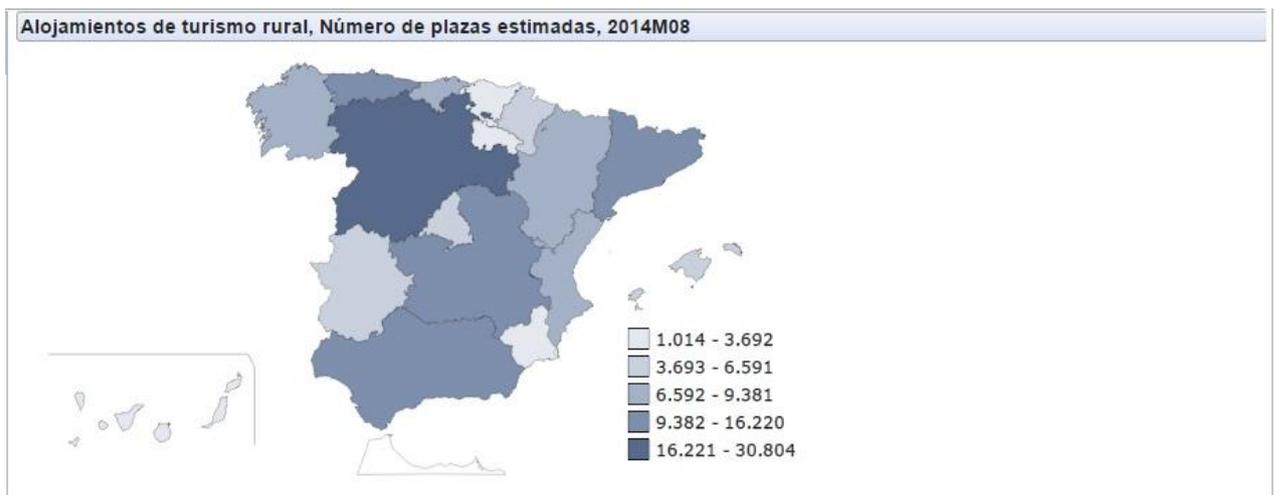


Ilustración 4: Número de alojamientos de turismo rural. Fuente: elmundo.es

Como podemos observar, en la Comunidad de Madrid, el número de plazas estimadas en la Comunidad de Madrid es de 3.808, y a nivel nacional la cifra es de 150.947 plazas.

Como nuestro establecimiento estará situado en la Comunidad de Madrid, y no es de las zonas con mayor número de plazas, podemos tener esto en cuenta como un punto a favor, ya que no es de las zonas más sobrepobladas como Castilla y León.

Otro dato para poder analizar la competencia, es el precio de las habitaciones. En la siguiente tabla mostramos el precio medio de los alojamientos rurales por Comunidad Autónoma del año 2013 y del 2014, siendo el color verde el año 2014.

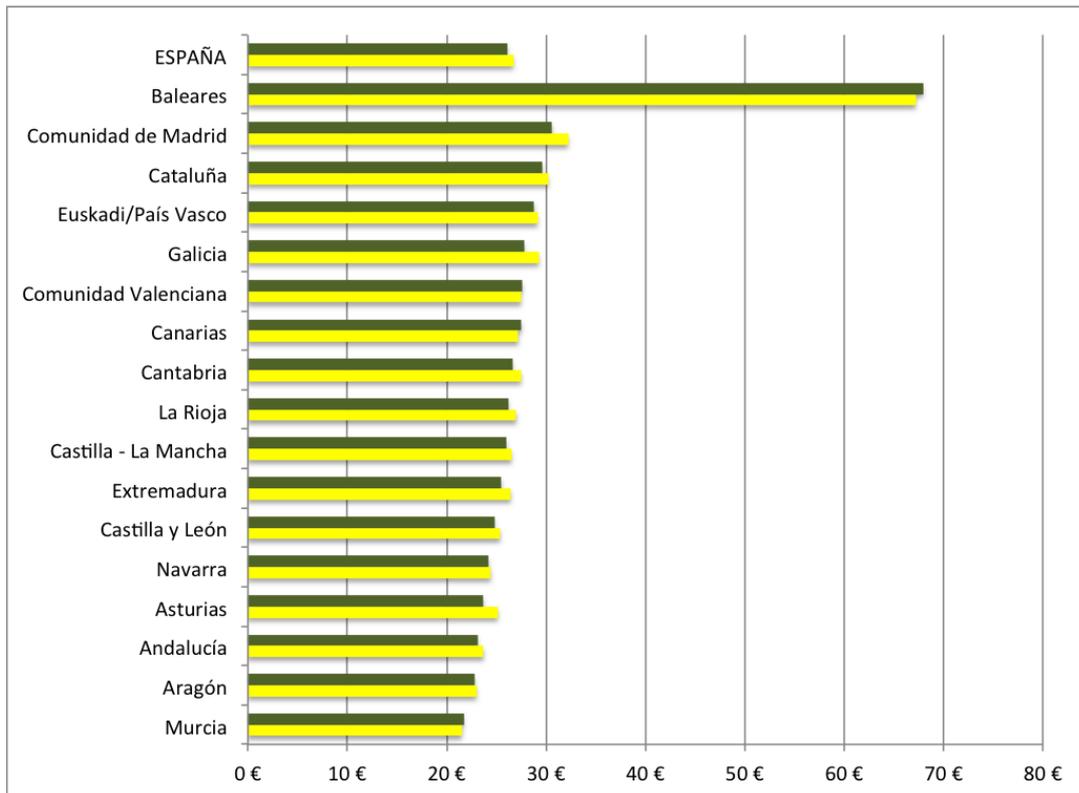


Ilustración 5: Precios de los alojamientos rurales. Fuente: toprural

El precio más alto con una diferencia abismal, se encuentra en las Baleares, mientras que el precio más bajo lo tiene Murcia.

Entre las cinco regiones con precio más alto se encuentra la Comunidad de Madrid, con un precio medio de 30,6€.

Según la competencia nacional los hoteles rurales son el tipo de establecimiento más caro, alcanzando los 36,3 € por persona y noche en temporada alta, le siguen las casas rurales de alquiler por habitaciones con un precio medio de 30,6€, y por último el tipo de alojamiento más barato son las casas rurales de alquiler íntegro, cuyo precio medio por noche y persona alcanza los 24 €.

A continuación se analizará la competencia existente en un radio de 15Km de Zarzalejo:

TIPO	LOCALIDAD	NOMBRE	PLAZAS	PRECIO	PUNTOS FUERTES Y DÉBILES
Casa rural	Zarzalejo	CASA ZARZAL	6-12 plazas	<p>Fin de semana completo: 800-940€ en función del número de personas.</p> <p>Lunes a jueves: 280-420€€ por noche en función del número de personas</p>	<p>Puntos fuertes Página web muy completa Casa equipada con la mayor tecnología Hora de salida 22:00 Pequeño huerto</p> <p>Puntos débiles No cuenta con TV en las habitaciones Animales no permitidos El alojamiento no ofrece ninguna actividad directamente</p>
Casa rural	Zarzalejo	CASA RURAL CREART	5-6 personas	<p>Alquiler de la casa completa</p> <p>Fines de semana, puentes y festivos: 162€ por noche</p> <p>Días laborables: 130€ por noche</p>	<p>Puntos fuertes Posibilidad de alquilar una sola habitación Desayuno incluido en el precio</p> <p>Puntos débiles No dispone de TV en las habitaciones Entrada a las 14:00 Página web incompleta</p>
Casa rural	Zarzalejo	LAS CASAS DE LA ROCA	Dos casas, una para 8 personas y otra para 14 personas	<p>Casa I: 25€ por noche</p> <p>Casa II: 25€ por noche</p>	<p>Puntos fuertes Precio reducido</p> <p>Puntos débiles No cuenta con web propia</p>
Hotel	Zarzalejo	HOTEL DUQUE	x	x	<p>Puntos fuertes Servicio de restauración</p> <p>Puntos débiles Poca información disponible</p>

TIPO	LOCALIDAD	NOMBRE	PLAZAS	PRECIO	PUNTOS FUERTES Y DÉBILES
Casas rurales independientes	Santa María de la Alameda	LOS CERROS DE SANTA MARÍA	Casa I: "La Pinta": 8 personas Casa II: "La Niña": 6 personas	Fin de semana en "La Pinta": 470€ Fin de semana en "La Niña": 400€	<u>Puntos fuertes</u> Admite animales Accesible en transporte público <u>Puntos débiles</u> Casas de alquiler íntegro No dispone de TV en las habitaciones
Casa rural	Peguerinos	LA CASA DEL MANZANO	12 personas	Temporada baja: Fin de semana: 350€ Temporada alta: Fin de semana: 400€	<u>Puntos fuertes</u> Admite animales Habitación adaptada para discapacitados Barbacoa <u>Puntos débiles</u> No cuenta con web propia
Albergue	Peguerinos	ALBERGUE ECOTONO	12 personas	Temporada alta: 192€ por noche Temporada baja: 180€ por noche	<u>Puntos fuertes</u> Admite animales Actividades para niños Servicio de restauración <u>Puntos débiles</u> No cuenta con web propia
Casa rural de alquiler por habitaciones	Colmenar del Arroyo	LA GARROCHA	2 habitaciones: 4- 6 personas 2 habitaciones: 2- 4 personas	Habitación para 2 personas: 60€ por noche entre semana y 80€ por noche en fin de semana Habitación para 4 personas: 100€ por noche entre semana y 120€ por noche en fin de semana	<u>Puntos fuertes</u> Acceso a internet Salón bodega disponible para alquiler íntegro de la casa Barbacoa, piscina y huerto <u>Puntos débiles</u> Tarifas no disponibles en página web

TIPO	LOCALIDAD	NOMBRE	PLAZAS	PRECIO	PUNTOS FUERTES Y DÉBILES
Casa rural	Colmenar del Arroyo	LAS TRES LUNAS	Casas de 9, 6 y 5 personas	<p>“Luna llena”: 9 personas: 150€ por noche</p> <p>“Luna cuarto creciente”: 6 personas: 100€ por noche</p> <p>“Luna nueva”: 5 personas: 120€ por noche</p>	<p>Puntos fuertes Casas de alquiler íntegro independiente</p> <p>Puntos débiles No cuenta con web propia Falta de información</p>
Hotel rural	Colmenar del Arroyo	ALBUS ALBI	<p>8 habitaciones dobles</p> <p>3 apartamentos de 4 personas</p>	<p>50€ por noche en las habitaciones</p> <p>280€ por dos noches en los apartamentos</p>	<p>Puntos fuertes Oportunidad de alquiler por habitaciones o alquiler de apartamentos para mayor intimidad Barbacoa</p>
Casa rural	Robledondo (Santa María de la Alameda)	EL QUEMAO DEL ROBLE	2-6 personas	<p>150€ por noche si son de 2 a 4 personas</p> <p>225€ por noche si son de 4 a 6 personas</p>	<p>Puntos fuertes Admite mascotas Habitación adaptada para discapacitados Barbacoa</p> <p>Puntos débiles Alquiler íntegro de la casa</p>
Casa rural	Fresnedillas de la Oliva	EL NIDO DE LAS MARIPOSAS	16-25 personas	700€ por noche	<p>Puntos fuertes Admite animales Servicio de restauración Posibilidad de aumentar la capacidad de la casa hasta 30 personas</p> <p>Puntos débiles No cuenta con web propia</p>

TIPO	LOCALIDAD	NOMBRE	PLAZAS	PRECIO	PUNTOS FUERTES Y DÉBILES
Alojamiento rural	Fresnedillas de la Oliva	ALOJAMIENTOS RURALES FRESNEDILLAS	4 casas para 6 personas cada una	Fin de semana y puentes: 100€ por noche Días sueltos: 80€ por noche	<u>Puntos fuertes</u> Casa de alquiler íntegro <u>Puntos débiles</u> Barbacoa solo para la planta baja
Alojamiento rural	Fresnedillas de la Oliva	FINCA EL OLIVO DE LAS FRSNEDILLAS	Casa alta: 6 personas Casa baja: 6 personas Casa de piedra: 4 personas	Casa alta: 130€ por noche Casa baja: 130€ por noche Casa de piedra: 100€ por noche	<u>Puntos fuertes</u> Conexión a Internet Barbacoa Finca privada <u>Puntos débiles</u> No cuenta con web propia
Apartamento	El Escorial	CASA EN EL ESCORIAL	4 personas	60-75€ por noche en función de la temporada	<u>Puntos fuertes</u> Acceso a Internet Pista para bicicletas Cancha de tenis Piscina exterior <u>Puntos débiles</u> Mascotas no permitidas
Hospedería	Robledo de Chavela	HOSPEDERÍA EL CEDRO	2-32 personas	Habitación individual con alojamiento y desayuno: 55€ por noche Habitación doble: 70€ por noche Habitación doble: Suite con jacuzzi: 85€ por noche	<u>Puntos fuertes</u> Admite mascotas previo pago de un suplemento Acceso a Internet Servicio de restauración Habitaciones con nombres de actores y actrices <u>Puntos débiles</u> Poco rural

TIPO	LOCALIDAD	NOMBRE	PLAZAS	PRECIO	PUNTOS FUERTES Y DÉBILES
Casas rurales independientes	Robledo de Chavela	LA HUERTA DE ARRIBA	Tres casas independientes de 6 personas cada una Dos apartamentos de 4 y 2 personas	Casa jardín lux : 175€ por noche Casa jardín 1: 150€ por noche Casa jardín 2: 150€ por noche Apartamento abuhardillado para 4 personas: 100€ por noche Apartamento abuhardillado para 2 personas: 50€ por noche	<u>Puntos fuertes</u> Habitación para discapacitados Barbacoa Wifi <u>Puntos débiles</u> No cuenta con web propia
Casas rurales independientes	Robledo de Chavela	LAS CASAS DE LA ESTACIÓN	Cuatro casas independientes de 5, 7, 12 y 22 personas	200-1200€ por noche en función de la casa elegida y el número de personas	<u>Puntos fuertes</u> Admite animales previo pago de un suplemento Barbacoa Casas de alquiler íntegro <u>Puntos débiles</u> Salta publicidad en la página web
Casas rurales independientes	Robledo de Chavela	CASAS CAMINO DE NAVAHONDA	Casa Cuadra: 6 personas Casa Pajar: 6 personas Casa Establo: 5 personas Casa Granero: 5 personas	190-300€ por noche en función de la casa elegida y el número de personas	<u>Puntos fuertes</u> Admite animales Rutas a caballo o poni Clases de equitación <u>Puntos débiles</u> Página web mal posicionada en el buscador Finca dedicada parcialmente a la equitación
Apartamentos rurales	Robledo de Chavela	ROQUEO DE CHAVELA	31 personas	45-180-1550 € por noche en función del apartamento elegido y con régimen de solo alojamiento	<u>Puntos fuertes</u> Admite animales Acceso a Internet Servicio de restauración Wifi <u>Puntos débiles</u> No disponible alquiler de solo habitaciones

TIPO	LOCALIDAD	NOMBRE	PLAZAS	PRECIO	PUNTOS FUERTES Y DÉBILES
Casa rural	Robledo de Chavela	DEO GRATIAS	9 personas	Temporada alta: 150€ por noche Fin de semana: 350€ por noche Resto del año: 100€ por noche	<u>Puntos fuertes</u> Admite animales Acceso a Internet Servicio de restauración Rutas en quad y 4x4 <u>Puntos débiles</u> No disponible alquiler de solo habitaciones
Casa rural	Robledo de Chavela	CHALET RÍO COFIO	9 personas	225€ por noche	<u>Puntos fuertes</u> Barbacoa <u>Puntos débiles</u> No disponible alquiler por habitaciones No cuenta con web propia
Casa rural	Pinosol	PIZARRERA	16 personas	1/Jun-31/Ago: 320€ por noche 1/Sep-31/Oct: 280€ por noche 1/Nov-23/Mar: 360€ por noche 24/Mar-31/May: 280€ por noche	<u>Puntos fuertes</u> Admite animales Barbacoa Jacuzzi en habitación Hidromasaje <u>Puntos débiles</u> No cuenta con web propia
Alojamiento rural	Navalagamella	ALOJAMIENTOS RURALES LA ALDABA	3-18 personas en función del número de alojamientos alquilados	Fines de semana y puentes: 120€ por noche Días laborables: 100€ por noche	<u>Puntos fuertes</u> Acceso a Internet Habitación adaptada para discapacitados Ofertas para varias noches <u>Puntos débiles</u> Habitaciones muy sencillas Poco rural

TIPO	LOCALIDAD	NOMBRE	PLAZAS	PRECIO	PUNTOS FUERTES Y DÉBILES
Casa rural	Santa María de la Alameda	CAMINO DE LA LASTRA	12 personas	<p>Casa completa: 495€ por noche</p> <p>Habitación individual: 60 por noche</p> <p>Habitación doble: 80€ por noche</p>	<p><u>Puntos fuertes</u> Admite animales Servicio de restauración Opción de alquiler por habitaciones</p> <p><u>Puntos débiles</u> Página web demasiado simple</p>
Casa rural	Santa María de la Alameda	PEÑA DEL ÁGUILA	2-52 personas	70-110€ por noche en función de la habitación elegida	<p><u>Puntos fuertes</u> Admite animales Habitación adaptada para discapacitados Acceso a Internet Servicio de restauración Barbacoa</p>

Tabla 17: Competencia. Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en el análisis realizado, se ve que la mayoría de alojamientos rurales existentes en la zona considerada son casas rurales de alquiler íntegro y para un gran número de personas, por lo que en la mayoría de los casos los precios son demasiado elevados dado que incluyen todas las estancias de la casa y muchas de ellas incluyen espacios como barbacoas, jacuzzi, piscinas... Este tipo de casas estarían más indicadas para grupos de amigos que para familias, puesto que para una familia de 4 personas tienen precios demasiado elevados y son casas demasiado grandes.

Por otro lado, se puede observar que hay alojamientos rurales que ofrecen actividades similares a las que ofreceremos nosotros, tales como paseos a caballo, senderismo, actividades en la huerta, actividades culturales, sin embargo, en muchos de ellos simplemente ofrecen información a los clientes a cerca de donde pueden realizarlas, en cambio en nuestro caso las realizaremos en la misma finca y no será necesario desplazarse para realizar muchas de ellas.

Por otro lado, respecto a las páginas web, se ha observado que muchas de ellas son bastante complicadas de entender, sobre todo a la hora de ver los precios y en muchas ocasiones no cuentan con web propia.

En principio los alojamientos rurales que hemos estudiado no cuentan con las instalaciones que tendremos nosotros tales como huerta y granja, ni ofrecen la posibilidad de realizar actividades en ellos.

Otro de los factores más importantes a tener en cuenta, es que no solamente en los alojamientos rurales se ofrecen actividades como las nuestras, sino que existen granjas escuela donde sobre todo los niños pueden realizar múltiples actividades con animales e incluso pasar allí todo el verano por precios bastante económicos.

A continuación se describen las principales granjas de la Comunidad de Madrid, y algunas de las actividades más importantes que se realizan en ellas:

Granja Albitana

Se realizan actividades como elaboración de compotas y mermeladas; esquilado de ovejas, procesado de la lana, tintes, estampación, elaboración de pan y dulces, recogida de aceitunas y obtención de aceite, plantar, cuidar y recoger legumbres, hortalizas, verduras, etc. Además de esto, también se realizan actividades con los cerdos, como la matanza y la elaboración de productos cárnicos. También se realiza la recogida, el pisado, y la prensa de las uvas para la realización de vino, mosto y vinagre.

Por otro lado, esta granja cuenta con tirolinas, puente tibetano, tiro con arco, piscina...

Los precios, para grupos mayores de 45 personas, dependen en función de la zona de Madrid de la que procedan. El autocar más la visita más la comida más las actividades y el material ronda los 23,50€ y los 25€ en función de la zona.

Granja El Álamo

Se realizan actividades como realizar queso, conocer animales de granja, hacer embutidos, hacer vino, hacer aceite, hacer pan, hacer lana...

 Centro educativo internacional El Jarama

Granja escuela con posibilidad de realizar las actividades en inglés o en español.

 Granja escuela El Acebo

Se realizan actividades como la vendimia, la recolección y elaboración del membrillo, la matanza... Todas estas actividades se pueden realizar en inglés.

El precio de esta granja varía en función del número de días. Del 1 de Octubre al 29 de Febrero, el precio de la comida más las actividades más el material más el monitor más el transporte es de 23€, siempre y cuando haya mínimo 45 niños por autocar.

 Naturescorial (La Salle)

Se trata de una granja para colegios y para particulares.

Se pueden realizar en ella actividades como paseos en tractor, paseos en burro y visitas a los animales de la granja.

 La Esgaravita

Se trata de un albergue en el campo, que es un centro de Educación Ambiental y de Aventura.

Las actividades que allí se pueden realizar con paseos a caballo, visita a las gallinas, conejos, patos, cerdos..., vista al huerto, etc. Todas estas actividades también pueden realizarse en inglés.

 Granja escuela El Palomar

Se pueden realizar actividades como ordeñas vacas, dar el biberón a los terneros, realizar pan, galletas, magdalenas... También dispone de caballos, ponis, burros, ovejas, cabras, ciervos, gamos y cerdos.

 La granja de los cuentos

En ella se pueden realizar visitas a los corrales, a los gallineros y al huerto ecológico. Dispone de animales como la yegua, la burra, los ponies, los cerdos, las gallinas, los conejos, los patos...

 Granja educativa Nuestra Tierra

Se realizan actividades con el agua y cuidado y conocimiento de los animales. Dispone de un huerto ecológico.

 La huerta de Carlos

Dispone de talleres de cocina, juegos con las plantas y los animales, posibilidad de realizar pan...Da la posibilidad de realizar todas las actividades en inglés.

 Asociación AFAP

Dispone de huerta y animales donde se puede ver la transformación de los alimentos. Además de esto da la posibilidad de realizar talleres de educación ambiental.

 Granja escuela Huerta “La Limpia”

Cuenta con animales como vaca, caballos, ovejas, cerdos, burro...Se pueden realizar actividades relacionadas con la oveja y la lana, la vaca y sus derivados lacteos, la huerta, el vivero, las aves...

Como se puede observar en la mayoría de las granjas cuentan con gran cantidad de animales y multitud de actividades. Además en su mayoría tienen huerto. El principal problema de todas estas granjas es que aunque muchas de ellas también admiten la presencia de los padres y actividades con ellos, la mayoría están destinadas a colegios y grupos muy numerosos, por lo que los padres no pueden disfrutar con sus hijos de un día en la naturaleza. Este será nuestro principal punto fuerte con respecto a la granja, puesto que daremos la posibilidad a los padres de hacer actividades con sus hijos, a un precio accesible y dando la opción a solo hacer alguna de las actividades.

6.1.3. Competidores potenciales

Una vez realizado el estudio de nuestra competencia en un radio de 15km de Zarzalejo, debemos estudiar más en profundidad lo que son nuestros competidores más cercanos. Para ello estudiaremos los alojamientos rurales que haya en el municipio de Zarzalejo.

Conocemos que en ese lugar existen cuatro alojamientos donde pasar la noche, en cambio, sólo estudiaremos tres de ellos, puesto que uno es un hotel y le descartamos porque no creemos que el servicio ofertado por él y por nosotros sea comparable, ya que nosotros somos un hotel rural.

6.1.3.1. Casa rural Creart

Se describen en su página web como una casa única donde podrán encontrar tres tipos de ambientes. Tiene posibilidad de alquiler por habitaciones o alquiler íntegro de la casa. El precio de las habitaciones o de la casa lleva incluido el desayuno.

La entrada a la casa se hace a partir de las 14:00. Cuenta con una colección de juegos, aire acondicionado, equipo de música, lavadora, microondas, calefacción, lavavajillas, comedor, televisión en el salón, cocina, chimenea y sala de convenciones.

También dispone de documentación sobre la zona y venta de productos locales.

Los precios son los siguientes:

-Fines de semana, puentes y festivos:

3 habitaciones (5-6 personas): 162€ por día y 324€ por fin de semana

2 habitaciones (3-4 personas): 135€ por día y 270€ por fin de semana

1 habitación (1-2 personas): Precio a consultar

-Laborables:

3 habitaciones (5-6 personas): 130€ por día

2 habitaciones (3-4 personas): 108€ por día

1 habitación (1-2 personas): Precio a consultar

Como se puede observar, la política de precios seguida por esta empresa es diferenciar en primer lugar entre los días laborables y los días de fines de semana y puentes y festivos. Por otro lado, además de esto, ya que se trata de una casa rural de alquiler íntegro o por habitaciones, se diferencia los precios en función del número de habitaciones que se alquilen y en función del número de personas que vayan a la casa.

Se puede ver que es una política de precios sencilla, sin muchos líos para ser entendida.

Ahora vamos a analizar en profundidad los puntos fuertes y débiles de la casa.

 Puntos fuertes

- Video de un programa de televisión donde sale la casa rural.
- Posibilidad de alquiler íntegro o por habitaciones. No hay que ser muchas personas para poder acudir a la casa rural.

 Puntos débiles

- Hora de entrada demasiado tarde, las 14:00.
- Página web incompleta; habla sobre tres ambientes diferentes pero en ningún momento explica en que consisten esos tres tipos de ambientes.
- Para ver los días disponibles te redirige a otra página web, no se puede consultar a través de la suya.
- Para alquilar una sola habitación tienen que darse unas condiciones determinadas.
- No dispone de televisiones en las habitaciones, por lo que si estás compartiendo la casa con otras personas deberás ponerte de acuerdo a la hora de hacer uso de la del salón.

6.1.3.2. Casa Zarzal

Casa rural que cuenta cuyo principal atractivo es la piscina climatizada y el jacuzzi. Cuenta con cinco habitaciones, cuatro de ellas con cama de matrimonio y una buhardilla para cuatro personas. Las habitaciones tienen nombres de las estaciones del año. Tiene dos frigoríficos, horno, microondas, cocina de inducción, máquina de café de cápsulas, lavadora, secadora, barbacoa y máquinas de ejercicio de remo y cinta. Además de esto, posee un huerto pequeño.

Cuenta con un gran equipamiento en cuanto a equipos electrónicos además de internet y wifi en toda la casa. Tiene un portátil, videoteca, DVD, juegos de mesa y reproductor de música.

Precios Casa Zarzal entre diario:

Temporadas	Número de personas						
	6	7	8	9	10	11	12
Lunes a jueves	280 €	300 €	320 €	360 €	680 €	400 €	420 €
Precio por persona y noche	47 €	43 €	40 €	40 €	38 €	38 €	35 €

Tabla 18: Casa Zarzal entre diario. Fuente: Casa Zarzal

Precios Casa Zarzal en fines de semana:

Temporada	Número de personas						
	6	7	8	9	10	11	12
Fin de semana	800 €	820 €	840 €	880 €	900 €	920 €	940 €
Precio por persona y noche	67 €	59 €	53 €	49 €	45 €	42 €	39 €

Tabla 19: Casa Zarzal en fines de semana. Fuente: Casa Zarzal

Precios Casa Zarzal para temporadas largas de septiembre a julio:

Temporada	Número de personas						
	6	7	8	9	10	11	12
Una semana (5 noches de M a D)	2.100 €						
Precio por persona y noche	70 €	60 €	53 €	47 €	42 €	38 €	35 €
Una quincena (12 noches)	2.700 €						
Precio por persona y noche	38 €	32 €	28 €	25 €	23 €	20 €	18 €
Un mes (30 noches)	4.900 €						
Precio por persona y noche	27 €	23 €	20 €	18 €	16 €	15 €	14 €

Tabla 20: Precios Casa Zarzal para temporadas largas de septiembre a julio. Fuente: Casa Zarzal

Precios Casa Zarzal para temporadas largas de julio y agosto:

Temporada	Número de personas						
	6	7	8	9	10	11	12
Una semana (5 noches de M a D)	1.600 €						
Precio por persona y noche	53 €	46 €	40 €	36 €	32 €	29 €	27 €
Una quincena (12 noches)	2.200 €						
Precio por persona y noche	21 €	26 €	23 €	20 €	18 €	17 €	15 €
Un mes (30 noches)	4.000 €						
Precio por persona y noche	23 €	19 €	17 €	15 €	13 €	12 €	11 €

Tabla 21: Precios Casa Zarzal en temporadas largas de julio y agosto. Fuente: Casa Zarzal

La política de precios seguida por esta empresa es bastante complicada. Utiliza diferentes precios en función de si es un día entre semana o si es un día festivo o de fines de semana o puente, pero a la vez, al ser una casa para hasta doce personas, el precio por persona es diferente en función del número de gente que haya en la casa.

Por otro lado, también se diferencia entre los precios que se aplican cuando son temporadas largas, diferenciando si es en julio y agosto o si es en otra época del año.

Esta política de precios es bastante complicada, y el cliente tendrá mucha complicación a la hora de entender cuánto deberá pagar si va a ese alojamiento, y les sería muy difícil entenderlo por internet, y debería llamar al alojamiento para poder averiguarlo.

 Puntos fuertes

- Página web muy completa, con todas las estancias de la casa muy bien explicadas y con muchos detalles y fotografías bien elegidas.
- Gran equipamiento electrónico
- Páginas con sugerencias sobre dónde comer o dar paseos.
- Ofrece información sobre rutas de senderismo
- La página web cuenta con varios videos y un power point para mostrar cada rincón de la casa
- Hora de salida las 22:00

 Puntos débiles

- No dispone de televisión en las habitaciones
- Casa de alquiler íntegro
- No están permitidos los animales
- El alojamiento no ofrece ninguna actividad directamente

6.1.3.3. Las Casas de la Roca

Son dos casas a pie de montaña, que pueden alquilarse de forma conjunta o independiente. Cuentan con pista de tenis y piscina en verano, compartida para las dos casas.

La casa I es para hasta 14 personas, y cuenta con chimenea, cinco dormitorios, una buhardilla y cuatro baños; mientras que la casa II es para entre 6 y 8 personas y cuenta con tres dormitorios, una sala de juego y un baño.

Precios:

Casa I: 25 € por persona y noche

Casa II: 25€ por persona y noche

La política de precios seguida por este alojamiento es muy sencilla, y tiene un precio fijo para ambas casas. Se aplica el mismo precio tanto si es entre semana como si es fin de semana, y es un precio fijo por persona y noche. Este precio se ha encontrado por internet, sin embargo, se cree que si se llamase a la casa para reservar se haría un precio diferente en función del día que fuera.



- ✚ Puntos fuertes
 - Precio muy reducido
- ✚ Puntos débiles
 - No cuenta con página web propia
 - La casa II solamente tiene un baño
 - La estancia mínima es de dos noches

6.1.3.4. Tabla comparativa entre nuestro alojamiento y la competencia

A continuación, se muestra una tabla comparativa entre nuestro alojamiento y los otros negocios similares que se encuentran en la zona.

ALOJAMIENTO	TIPO DE ALQUILER	PRECIO	PÁGINA WEB	ACTIVIDADES	OTROS PUNTOS FUERTES	OTROS PUNTOS DÉBILES
Casa rural Creart	Alquiler por habitaciones y alquiler íntegro	Oscilan entre 162€ y 108€ en función de si es laborable o fin de semana, puente o festivo, y de las habitaciones contratadas	Sí	Dispone de una colección de juegos	Tuvo una participación hace unos años en un programa de televisión, lo que le da publicidad	Tiene una hora de entrada muy tarde, las 14:00. Casi imposible alquilar una sola habitación. No dispone de televisión en las habitaciones
Casa Zarzal	Alquiler íntegro	Para una media de 6 personas, los precios oscilan entre 47€ y 67€ por persona y noche, en función de si es fin de semana o laborable	Sí	Dispone de máquina de ejercicio y remo, así como piscina climatizada y jacuzzi. También tiene videoteca, portátil y diferentes juegos de mesa	Página web muy concreta Hora de salida 22:00	Los animales no están permitidos No dispone de televisión en las habitaciones
Casas de la Roca	Alquiler íntegro de cada casa	25€ por persona y noche	NO	Dispone de pista de tenis y de piscina compartida para las dos casas		Estancia mínima de dos noches
La Naturaleza en Zarzalejo	Alquiler de habitaciones	La habitación doble oscila entre 100€ y 120€ por habitación dependiendo de día laborable o fin de semana; en temporada alta. La habitación de cuatro personas varía entre 180€ y 200€.	Sí	Actividades propias de granja y huerta, así como actividades culturales Rutas a caballo Senderismo	La reserva de la habitación incluye el desayuno para todos los miembros de la habitación Todas las habitaciones disponen de televisión Posibilidad de tener un contacto total con la naturaleza Posibilidad de aprender sobre el mundo rural y los animales Posibilidad de alojarse una misma familia de cuatro personas en una sola habitación	Negocio nuevo y poco conocido No dispone de piscina Precio en base a habitación, no a personas

Tabla 22: Comparativa de la competencia con nuestro negocio. Fuente: Elaboración propia

Después de analizar cada una de las casas rurales que tenemos más cercanas a nuestro alojamiento, llegamos a la conclusión de que ninguna de ellas ofrece un servicio parecido al nuestro. Recordemos que nosotros ofrecemos un lugar donde conectar con la naturaleza y donde aprender cosas nuevas con los animales de la granja y las plantas del huerto.

La casa rural Zarzal, tiene un equipamiento muy completo y tiene muchas posibilidades electrónicas, en cambio, se cree que nuestros clientes no buscan este tipo de aparatos cuando van al mundo rural, sino que buscan pasar unos días en la naturaleza con tranquilidad y con relax. Por otro lado, este tipo de negocios será atractivo para personas que necesiten de forma permanente estar conectados debido a temas de trabajo. Además de esto, ésta misma casa no permite la entrada de animales, lo cual será un problema para las personas que tengan una mascota y no tengan donde dejarlo.

La casa rural Creart no ofrece demasiadas posibilidades, y aunque proporciona información sobre las posibles actividades que se pueden realizar en la zona, no ofrece la posibilidad de realizar ninguna actividad en el propio establecimiento. Sería una buena opción para las personas que busquen un sitio que puedan alquilar de forma íntegra y que puedan cocinar su propia comida; quizás sea un sitio preferido por padres y madres que tengan bebés y necesiten cocinar la comida para su niño.

Las casas de la Roca parecen a simple vista bastante sencillas, pero tampoco ofrecen la posibilidad de realizar ninguna actividad en el propio alojamiento. Lo peor de estas casas es que no dispone de página web. Quizás sería una buena opción para dos familias diferentes que quieran hacer un viaje juntos pero que necesiten cada uno su intimidad.

Por otro lado, las tres casas rurales están diseñadas para alquiler íntegro, aunque una de ellas permita el alquiler por habitaciones. Sin embargo, nosotros ofrecemos la posibilidad de alquilar solamente una habitación doble o si quieren disfrutar de una estancia en familia pueden escoger la habitación de cuatro personas.

Respecto a las páginas web, lo que sacamos en claro, es que deben ser apropiadas. Deben contener numerosas fotografías, así como datos sobre todas las actividades, las estancias de la casa, las normas del establecimiento...

6.1.4. Estrategias comerciales

Para llevar a cabo este apartado se van a ir respondiendo una serie de preguntas que se consideran esenciales para el plan de marketing.

- ¿Qué es exactamente lo que se pretende vender?
Se pretende tener dos grupos de clientes principalmente: adultos a los que se les ofrecerá un lugar donde puedan encontrar tranquilidad, contacto con la naturaleza y una alimentación natural; y familias con niños a los que se les proporcionará conocimiento, educación, contacto con la naturaleza y contacto con los animales.

- ¿A quién se le venderá?
Como ya se ha dicho en la pregunta anterior, se pretende captar como clientes potenciales a familias con niños y a personas que quieran huir de la ciudad.
- ¿Por qué el cliente preferiría tu producto al de la competencia?
Tras hacer el análisis de la competencia, se puede observar que los alojamientos existentes en Zarzalejo y alrededores ofrecen, en su mayoría, solamente la opción de alquilar una casa y vivir en ella; mientras que nuestra oferta combina el alojamiento con las actividades de granja y huerto y con un servicio de restauración con una dieta natural.
Nuestra propuesta de valor consistirá en contacto 100% con la naturaleza. Dejaremos a un lado el mundo urbano y proporcionaremos al cliente una experiencia confortable a la par que rural.
- ¿Conozco y sé cómo atraer a mis clientes?
Se tratará de atraer a los clientes mediante un negocio diferente que combine la educación con el descanso y que permita a todo el mundo pasar unos días de vacaciones en él.
- ¿Cuáles serán mis canales de venta?
Los canales de venta que se tendrán se explicarán más en profundidad en otros apartados. Los canales principales serán la página web propia del alojamiento, la asistencia a ferias especializadas, la realización de folletos, la compra de material publicitario para repartirlo entre los clientes...

A parte de responder a estas preguntas, en este apartado se debe preparar un plan que será llevado a cabo si las cosas van mal, es decir, hay que tener un plan de acción para el escenario pesimista.

En caso de que se cumplan los porcentajes que se han estimado para el escenario pesimista, las acciones que se deberán tomar con respecto al marketing serán diferentes puesto que se deberá dar más publicidad al alojamiento, pero no se deberá invertir más dinero de forma incoherente.

Se creó que, en este caso, se debería hacer un mayor reparto de toda la publicidad creada, así como hacer que los clientes creen una mayor publicidad, y crear un mayor número de campañas de publicidad como descuentos, ofertas, etc.

6.2. MARKETING OPERATIVO

El marketing operativo gestiona las decisiones u puesta en práctica del programa de marketing-mix, y se concreta en decisiones relativas al producto, precio, distribución y comunicación.



La función principal de este marketing es crear el volumen de negocio y utilizar los medios de ventas más eficaces minimizando los costes.

Llevaremos a cabo una estrategia de marketing mix, consistente en la combinación de acciones de marketing a seguir con cada elemento por separado, de forma que se le permite crear o desarrollar la demanda de sus productos.

Trataremos de ejercer cuatro tipo de acciones para poner el producto en el mercado, lo que se conoce en el lenguaje del marketing como las 4 P:

- Product (Producto)
- Price (Precio)
- Place (Comunicación)
- Promotion (Distribución)

6.2.1. Política de servicio y marca

6.2.1.1. Definición del establecimiento

La empresa que se va a crear, basará su actividad en proporcionar alojamiento rural en Zarzalejo, perteneciente a la Comunidad de Madrid, y en garantizar al cliente el máximo contacto con la naturaleza mediante actividades realizadas al aire libre, en la granja y la huerta. Además de esto, se ofrecerá al cliente la posibilidad de realizar numerosas actividades deportivas y culturales.

El alojamiento tendrá una decoración rural, de forma que transporte a los clientes a las casas antiguas de los pueblos, con colores ocres y con la madera como detalle principal.

Nuestro establecimiento contará con las siguientes estancias y características:

- Cuatro habitaciones dobles con baño individual en cada una de ellas. Dos de las habitaciones tendrán cama de matrimonio y las otras dos tendrán dos camas individuales. En este tipo de habitaciones se le dará al cliente la posibilidad de añadir una cuna, siempre y cuando esté disponible en ese momento
- Seis habitaciones para cuatro personas, destinadas principalmente a familias con niños o grupos de amigos. Cada habitación constará de un baño completo así como de un aseo. Tres de las habitaciones tendrán dos camas individuales y una de matrimonio, mientras que las otras tres habitaciones tendrán cuatro camas individuales. Estas habitaciones estarán distribuidas en una habitación principal y una habitación secundaria donde siempre estarán colocadas las dos camas individuales. De la misma forma que en las habitaciones dobles, cabe la posibilidad de añadir una cuna.



- Salón-cafetería donde los clientes pueden tomar algo o simplemente sentarse a leer o a conectarse a internet. Esta estancia tendrá una chimenea que se encenderá en los días más fríos, pero como único propósito decorativo.
- Cocina solo para uso del personal
- Comedor donde los clientes podrán degustar los platos típicos de la zona
- Granja donde se guardaran los animales como los cerdos, las gallinas, las ovejas... y donde se realizarán parte de las actividades
- Huerto completo, que abastecerá en parte con productos naturales a nuestra cocina.

Algunas características que tendrá el alojamiento serán las siguientes:

- Todas las habitaciones constarán de teléfono, que se cobrará su uso a la salida, y televisión de plasma.
- Todas las habitaciones tendrán la posibilidad de incorporar a sus habitaciones una caja fuerte, previo pago de un pequeño suplemento.
- Toda la casa contará con calefacción y refrigeración.

6.2.1.2. Servicios ofertados

Nuestro servicio estará enfocado, como ya se ha comentado anteriormente, principalmente a familias con niños que quieran pasar unos días alejados de la ciudad y a personas que deseen tener una relación al 100% con la naturaleza.

Nuestro alojamiento rural tendrá varias líneas de negocio:

- Pernoctaciones: Serán nuestra principal fuente de ingresos.
- Desayunos incluidos en el precio de la habitación.
- Información y organización de actividades y rutas: No solo se informará de las posibles excursiones que nuestros clientes pueden hacer por la zona, sino que se organizarán actividades en la granja y la huerta, así como actividades deportivas.

A continuación se describen brevemente las actividades y ofertas de nuestro negocio. Las actividades serán explicadas con mucho más detalle en el capítulo del plan de operaciones:

- Actividades de aventura

Este tipo de actividades irán dirigidas a gente joven y deportista. Serán actividades como rutas a caballo, senderismo, rutas en bicicleta... También se organizarán actividades entre adultos y niños. El establecimiento contará con varias bicicletas de montaña, así como mapas con las principales rutas para paseos en bici o para senderismo.

- Actividades culturales

Serán dirigidas a una clientela más interesada en la cultura y las costumbres rurales de la zona. Se tratará de una jornada encaminada a descubrir y contemplar los monumentos, costumbres, gastronomía e historia de la zona. Además de esto, siempre se dispondrá de revistas y periódicos diarios y de un resumen de las actividades culturales que se realicen en Zarzalejo y en los alrededores.

- Actividades en la granja

Serán actividades principalmente dirigidas al público más pequeño. Tendrán un fin de que los niños aprendan cosas nuevas sobre los animales y puedan interactuar con ellos. También podrán hacerse actividades conjuntas de adultos y niños, de forma que ambos puedan pasar un rato juntos y de forma agradable haciendo algo diferente.

- Actividades en la huerta

Este tipo de actividades también estarán dirigidas principalmente a los niños, para que puedan aprender cómo cuidar las plantas o como nacen los alimentos que luego se comen.

- Alojamiento rural

Los servicios que se prestarán serán el alojamiento y la limpieza diaria de las habitaciones, con cambio de toallas cada dos días. También se realizará en cambio de lencería de cama y de toallas a la entrada de nuevos turistas.

Además de estos servicios se ofrecerá al cliente información referente a los recursos turísticos de la comarca y actividades de turismo activo.

- Servicio de restauración

Se prestará al cliente la posibilidad de comer o cenar en el propio establecimiento, por un precio no muy elevado y pudiendo degustar los mejores platos típicos de la zona. El desayuno irá incluido en el precio de la habitación.

Debemos poseer alguna característica que nos diferencie de lo que oferta nuestra competencia. Si no existe ninguna diferencia apreciable por el consumidor, entre lo que ya existe en el mercado y nuestro producto, éste no va a encontrar ninguna razón para comprarnos a nosotros y no a la competencia.

Tenemos que dotar al servicio que nos proponemos a ofrecer, de unos valores únicos que nos permitan estar en buena situación competitiva con respecto a la competencia. En nuestro caso, los valores que intentaremos dar a nuestros clientes será: Profesionalidad y cualificación del personal, actividades y servicios extras en el alojamiento (restauración, granja, huerta, deporte, cultura...) y elección adecuada para el desarrollo de las actividades.

6.2.1.3. Nombre del establecimiento

El nombre de nuestro alojamiento rural será: La Naturaleza en Zarzalejo. La intención con este nombre es evocar en el cliente sensaciones agradables que le inviten a probar nuestros servicios y a volver a nuestro alojamiento. El nombre debe ser fácil de recordar, de forma que si nuestros usuarios quieren comentarlo con alguien, o recomendárselo puedan hacerlo sin necesidad de buscarlo en algún sitio. Además de esto, con este nombre queremos recalcar el objetivo principal de nuestro negocio, que es acercar a la gente a la naturaleza.

6.2.1.4. Logo del establecimiento

Otro importante aspecto de nuestra empresa será el logotipo; que debe ser sencillo, perdurable en el tiempo, diferente a la competencia, sin demasiados colores, atemporal...

Nuestro logo serán el siguiente:



La Naturaleza en Zarzalejo

Ilustración 6: Logo del alojamiento. Fuente: elaboración propia

Se ha elegido este logo, en primer lugar por la sencillez y la facilidad de recordarlo. Por otro lado, concuerda perfectamente con la idea principal del negocio, que quiere evocar al cliente una sensación de tranquilidad en la naturaleza rodeados del mundo rural, sin preocupaciones ni masificaciones.

6.2.2. Política de precio

La estrategia de precios en la que basaremos nuestro negocio, será una estrategia competitiva, con precios lo más ajustados posibles para dar a conocer el establecimiento y sus servicios entre el mercado potencial de clientes que existe.

Estableceremos nuestros precios basándonos en los precios de la competencia ya que somos una empresa de nueva creación, y creemos que lo que más atrae a los clientes, en un primer momento es el precio, aunque no debemos olvidar que el precio también depende de una



serie de factores, como los costes de producción, la inversión realizada, los precios de la competencia, el valor añadido que ofrece nuestro servicio, y los objetivos de la empresa.

El precio mínimo vendrá determinado por los costes que se deseen recuperar, hay que vender a un precio que permita cubrir los costes variables. Como precio tope, se tendrá como referencia el precio que ofrecen las empresas similares de nuestra competencia.

Por esta razón, se pondrá un precio ligeramente inferior al precio de nuestros competidores más cercanos. La estrategia de precios a seguir será dejar pasar al menos 6 meses con los primeros precios que pongamos; y pasado ese tiempo ya tendremos una idea de cuál van a ser nuestros gastos, por lo que haremos una revisión de la política de precios y modificaremos lo que sea necesario en función de los resultados obtenidos.

Se intentará tener unos precios de entre el 15 y el 20% de diferencia con respecto a la competencia.

Nuestra política de precios se basará en la sencillez, de forma que sólo diferenciaremos entre temporada alta y temporada baja, por tanto lo primero que debemos hacer es diferenciar entre ambas. Se ha hecho esta diferencia debido a la ya mencionada estacionalidad del sector.

- Temporada alta: Incluirá los meses de junio, julio, agosto y septiembre; así como los periodos vacacionales de Semana Santa y Navidad.
- Temporada baja: Incluirá el resto del año

Por otro lado, en temporada alta se diferenciará entre los días de diario y los días de temporada alta, poniendo un precio inferior en los días laborables para intentar atraer a más huéspedes en estos días.

6.2.2.1. Precios del hotel

Los precios que tendrá este negocio serán los siguientes. En temporada alta los precios cambiarán en función de si la reserva se hace para un día de diario o para un día del fin de semana. Entre diario la habitación doble tendrá un precio de 100€/habitación y la habitación de cuatro personas un precio de 180€/habitación; mientras que en el fin de semana la habitación doble costará 120€/habitación y 200€/habitación la de cuatro personas.

Como se puede observar, la diferencia de precios entre diario y los fines de semana no es muy grande puesto que lo que se quiere conseguir es que los clientes vengan todos los días del año, y de esta forma intentar que no afecte mucho la estacionalidad.

En temporada baja, los precios serán muy parecidos a los de diario en temporada alta y no se diferenciará entre los diferentes días de la semana. Tendrá un precio de 100€/habitación la habitación doble y 160€/habitación la habitación de cuatro personas.

Todos los precios quedan resumidos en la siguiente tabla:

	Temporada alta		Temporada baja
	Diario (Domingo-Jueves)	Fin de semana (Viernes-Sábado)	
Habitación doble	100€/habitación	120€/habitación	100€/habitación
Habitación 4 personas	180€/habitación	200€/habitación	160€/habitación

Tabla 23: Precios de las habitaciones. Fuente: Elaboración propia

El precio es en base a habitación y es por noche, e incluye todos los servicios básicos, como son limpieza de la habitación, servicio de cambio de sábanas y toallas, aire acondicionado y calefacción. Además de esto, en todos estos precios está incluido el desayuno para todos los ocupantes de la habitación.

El precio de una cama supletoria será de 15€/noche, mientras que incluir una cuna será gratuito siempre y cuando haya disponibles.

El precio de la caja fuerte será de 2€/día.

6.2.2.2. Precios de las actividades

Como ya se ha comentado anteriormente, nuestro servicio también incluirá actividades de granja y huerta, así como actividades culturales y deportivas.

Para los precios de las actividades se hará una diferencia entre los niños, hasta los 12 años, y los adultos; siendo para los primeros ligeramente inferior. Con esta diferencia se pretende conseguir que las familias se animan juntas a realizar las actividades y que a los padres no les cueste tanto pagar dicha actividad para toda la familia.

Los precios de estas actividades están reflejadas en la tabla 24, que se encuentra a continuación:

Actividad	Precio		Características
	Adultos	Niños (Hasta 12 años)	
Rutas a caballo	20 €	18 €	Se tratará de una ruta de una hora con un guía por las rutas más interesantes del pueblo
Visita cultural	5 €	5 €	El grupo deberá ser de mínimo 10 personas, para poder contratar un guía especializado
Un día en la granja	30 €	25 €	Permitirá realizar todas las actividades de la granja (ordeñar vacas, recoger huevos, dar de comer a los animales...)
Un día en el huerto	20 €	18 €	Permitirá realizar todas las actividades del huerto (Recoger frutos, regar, desechar...)

Tabla 24: Precios de las actividades. Fuente: Elaboración propia

Todos los precios, tanto de las habitaciones como de las actividades, llevan incluidos el IVA.

6.2.2.3. Precios del restaurante

Por otro lado, también hay que poner el precio del servicio de restauración del restaurante que estará en nuestro alojamiento.

En el restaurante se servirán platos típicos de la zona, elaborados de manera artesanal y de acuerdo a las costumbres de la localidad. Se podrá encontrar un menú diario compuesto de primer y segundo plato y poste, con pan y bebida incluidos; del mismo modo que encontraremos una carta con diferentes platos.

El restaurante también contará con un menú infantil, para los niños hasta los 12 años de edad.

El precio del menú de adulto será de 18€ por persona, IVA incluido.

El precio del menú de niño será de 7€ por persona, IVA incluido.

6.2.2.4. Precios y medidas que se tomarán en el escenario pesimista

Como ya se ha dicho en otras ocasiones, se va a realizar el estudio también una situación pesimista, donde las ventas sean inferiores.

Para este caso, es obvio que no podrán mantenerse los mismos precios puesto que lo que deberemos hacer es atraer a los clientes a nuestro negocio. Se ha pensado que si en los primeros años de estudio se diera esta situación, se bajarían los precios entre un 10 y un 20% en función de lo grave que fuese la situación.

6.2.2.5. Descuentos que se aplicarán

- Descuentos por cantidad: A mayor número de noches que se contraten se realizarán ciertos descuentos.
- Descuentos por pronto pago: Se valorará que los clientes o grupos contraten su estancia con cierta antelación.
- Descuentos aleatorios: Se realizarán ofertas de última hora, planes especiales en función de la demanda...
- Descuentos periódicos: Se diferenciará entre temporada alta y temporada baja, siendo los precios más bajos durante la temporada baja. También habrá una diferencia de precios entre los días entre semana y los días de fin de semana.

6.2.3. Política de comunicación y distribución

Parece poder contactar con los clientes y poder venderles nuestros servicios y productos tendremos varios canales de distribución y varios métodos.

Se intentará que el canal de distribución sea lo más corto posible, de forma que se tenga un contacto directo con los clientes finales. A pesar de esto, se tendrá muy en cuenta la posibilidad de contratar agencias para que también promocionen y vendan nuestro producto.

6.2.3.1. Página Web

En los últimos años, Internet se ha posicionado como un canal preferente para el mercado hotelero en general, y para el de turismo rural en particular, tanto para la búsqueda y acceso a la oferta existente como para concretar transacciones de reserva y contratación.

Se conoce el dato de que el 90% de las personas que visitan este tipo de alojamientos rurales, hacen la búsqueda por Internet y por este motivo, el 80% de las casas rurales ya cuentan con una página web propia. Por esta razón, consideramos de vital importancia tener una página web donde se muestre toda la información de interés.

La web deberá tener un diseño atractivo, con buenas imágenes y fotografías que resalten las bondades de nuestro local, a la vez que muestren todas las zonas comunes y las habitaciones de las que disponemos; así como un calendario de ocupación para que nuestros clientes conozcan cuándo están disponibles las habitaciones. A la vez, debe ser una web sencilla e intuitiva, y debe permanecer actualizada, ofreciendo datos reales y útiles a los clientes.



La Web se encargará a la empresa Profesionales Emprendedores Pymes, que nos cobrará 250€ al año por su creación y su mantenimiento.

Además de esto, es imprescindible que nuestra web se encuentre bien posicionada en el buscador; por lo que deberemos trabajar el posicionamiento en buscadores, para lo que tendremos que definir una estrategia SEO (Search Marketing Optimization) de la que se encargará la empresa que nos programe la web.

Para conseguir un mejor posicionamiento podríamos esperar a la repercusión de las otras acciones de publicidad, y a que el número de visitas a nuestra web aumente, sin embargo este es un proceso demasiado lento, por lo que se ha pensado en utilizar Google Adwords, o anuncios por palabras, que el famoso buscador Google nos muestra cuando hacemos una búsqueda. Se ha elegido esta opción puesto que el 98% de las búsquedas se hacen a través de este buscador.

6.2.3.2. Alta en buscadores y centrales de reserva

Además de tener una web propia, también deberemos incluirnos en los principales portales de turismo rural, así como en guías especializadas. (Las páginas donde nos incluiremos se desarrollan al final de este apartado)

Si analizamos los términos más buscados relacionados con los alojamientos rurales, utilizando la herramienta Google Insights, observamos que son:

- Alojamiento rural
- Casa rural
- Hotel rural

Si introducimos en Google estas búsquedas, y cogemos las cinco primeras páginas que aparecen, tenemos:

- Alojamiento rural

www.escapadarural.com

www.clubrural.com

<https://niumba.com/alojamientos-rurales>

www.toprural.com

www.ecoturismorural.com

- Casa rural

www.escapadarural.com

www.clubrural.com

www.casasruralesmadrid.com

www.rinconesdelmundo.com>CasasRurales

www.casarural.es

- Hotel rural

www.clubrural.com

www.rusticae.es

www.casarurallasnubes.com

www.tripadvisor.es

www.hotelrurallosnogales.com

Si analizamos los resultados obtenidos, vemos que hay dos páginas en común en las tres búsquedas, que son: escapadarural y clubrural. Nos incluiremos en estas dos páginas.

Las tarifas para aparecer en escapadarural son varían en función de los servicios que se contraten. En este caso, se descarta la opción de incluirse en la página de forma gratuita puesto que solamente da la posibilidad de publicar el anuncio y poco tiempo después se vuelve de los últimos.

Se descarta también la tarifa más cara puesto que para ser el primer año es demasiado, y la única ventaja que incluye es estar destacado en los cinco primeros puestos. Por tanto, quedan dos tarifas entre las que elegir, que se resumen a continuación.

	Completa plus	Completa
Posición en lista de resultados	Detrás de Exclusiva	Detrás de Completa plus
Publicación de ofertas	Ilimitadas	Ilimitadas
Destacado en la página principal	SÍ	NO
Videos ilimitados	SÍ	NO
Fotos ilimitadas	SÍ	SÍ
Fotografía y descripción en el listado	SÍ	SÍ
Libre de publicidad	SÍ	SÍ
Enlace en la ficha hacia tu web	SÍ	SÍ
Mapa de localización y ruta de llegada	SÍ	SÍ
Publicidad dentro de las fichas de la promoción gratuita	SÍ	SÍ
Calendario de ocupación y aparecer en la búsqueda por fechas libres	SÍ	SÍ
Leer las pre-reservas directamente en su email directamente, sin esperar 48 horas	SÍ	SÍ
Precios anuales	525 €	175 €

Tabla 25: Tarifas por aparecer en escapadarural. Fuente: Elaboración propia

Las diferencias entre ambas tarifas son pocas, la tarifa completa plus tiene posibilidad de incorporar videos ilimitados, y además es un anuncio destacado en la página principal, mientras que con la tarifa completa los anuncios aparecen detrás de la completa plus.

Dado que la diferencia de precios es muy grande entre ambas tarifas, y las ventajas no son muy importantes, ya que se basan únicamente en la posición del anuncio, se escoge la tarifa completa por 175€/año.

Las tarifas por aparecer en clubrural son de nuevo muy variadas en función de los servicios. Como en el otro portal de internet, se descarta la tarifa gratuita y la tarifa más cara. Las otras dos tarifas se resumen a continuación.

	Destacada	Profesional
Posición en resultados de búsqueda	Tras Premium	Tras Destacada
Página Web profesional gratuita	SÍ	SÍ
Acceso al foro privado de propietarios	SÍ	SÍ
Ficha optimizada para buscadores	SÍ	SÍ
Fotos y videos ilimitados	SÍ	SÍ
Calendario de ocupación	SÍ	SÍ
Mapa y sección de cómo llegar	SÍ	SÍ
Ficha con teléfono y enlace a tu web	SÍ	SÍ
Foto en resultados de búsqueda	SÍ	SÍ
Publicidad dentro de las fichas gratuitas	SÍ	SÍ
Reservas por mail	SÍ	SÍ
Publicación gratuita de ofertas	SÍ	SÍ
Soporte y asistencia telefónica	SÍ	SÍ
Alertas de reservas por sms	SÍ	SÍ
Promoción de ofertas destacadas en boletines	SÍ	NO
Publicidad en avisos por mail	SÍ	NO
Primeros puestos en resultados de búsqueda	NO	NO
Traducción a tres idiomas	NO	NO
Publicidad en redes sociales	NO	NO
Anual	361 €	169 €

Tabla 26: Tarifas por aparecer en clubrural. Fuente: Elaboración propia

La diferencia entre estas dos tarifas se basa en que la Profesional proporciona publicidad en avisos por mail y promoción de ofertas destacadas en boletines. Además de esto, la principal diferencia es la posición del anuncio en la página.

Lo único que llama la atención de la tarifa más cara es que hace publicidad en redes sociales, pero esto se puede solventar creando nuestro propio perfil en redes sociales.

Por estas razones, se elige la tarifa Profesional para nuestro negocio por 169€/año.

Por el momento, se considera suficiente inscribirse en estas dos páginas web, al menos en un primero momento. No se descarta volver a analizar estas mismas páginas web y otras diferentes en función de las necesidades del alojamiento.

6.2.3.3. Otras formas de publicidad

Sin salir del ámbito electrónico, tendremos una base de datos de todos los clientes, distribuida por tipo de clientes, de forma que podamos aplicar el llamado mailing postal, que es un método por el cual se le enviará un correo a cada usuario con las posibles ofertas y datos que puedan interesarle. También es un método muy eficiente para contactar con las posibles asociaciones culturales, universidades, empresas...que estén interesados en nuestro alojamiento.

También se contratará una línea de teléfono y dos teléfonos móviles, con la finalidad de estar abiertos ante cualquier oportunidad que surja y ante cualquier problema que pueda tener cualquiera de nuestros clientes que se encuentre en nuestro alojamiento.

Se realizarán folletos informativos, para distribuir en las oficinas de turismo, en el Ayuntamiento de Zarzalejo y en el propio establecimiento, así como otro tipo de material publicitario, como marcadores de lectura, llaveros, calendarios, bolígrafos, lapiceros, porta-bolígrafos...para tener en recepción a disposición de nuestros clientes y para poder repartirlos en las ferias de turismo a las que asistamos.

Dada la importancia actual de las redes sociales, se creará un perfil en las más conocidas, para poder ir formando un grupo de amigos, de forma que puedan conocer todas nuestras novedades. De esta forma, nos acercaremos mucho más al público más joven.

Por último, en cada habitación se dejará una encuesta voluntaria para conocer el grado de satisfacción de nuestros clientes. Se evaluarán aspectos como la limpieza, el equipamiento, la comodidad de la cama, los productos del baño, la amabilidad del servicio, la información ofrecida de la zona y sus actividades, las actividades de la granja, las actividades del huerto, la calidad del desayuno, la relación calidad-precio, la decoración exterior e interior, etc., sin olvidar un espacio en blanco para posibles sugerencias que consideren oportunas los clientes y que hagan mejorar los servicios ofrecidos en el alojamiento.

A largo plazo podríamos considerar la opción de incluirnos en revistas especializadas, ya sea en formato electrónico o en formato papel, pero de momento es una opción que se descarta puesto que la inversión a realizar sería demasiado grande y no consideramos que el beneficio proporcionado por aparecer en ellas vaya a ser suficiente.



Un problema de este tipo de negocios es cómo conseguir que los clientes vengan a nuestro alojamiento por primera vez. Para ellos, se ha pensado en invitar a una estancia de fin de semana a algunos clientes para que conozcan de primera mano todos los servicios e instalaciones que se ofrecen. Estos clientes se seleccionarán mediante un sorteo entre los clientes que se apunten a través de nuestra página web o de las redes sociales.





CAPÍTULO 7: PLAN DE OPERACIONES

7. PLAN DE OPERACIONES

7.1. RAZONES PARA LA ELECCIÓN DE ZARZALEJO

Se ha elegido este municipio para colocar nuestro alojamiento rural por las múltiples posibilidades que ofrece. Debido a su cercanía con la capital de España, Madrid, se pueden hacer desplazamientos culturales y actividades turísticas que el cliente demande.

Además de lo ya mencionado, Zarzalejo se encuentra a pocos kilómetros del monasterio de El Escorial, donde se pueden realizar visitas culturales y su situación, cercana a la sierra de Guadarrama, ofrecerá a nuestros huéspedes la posibilidad de realizar todo tipo de actividades de montaña.

A continuación se describen las ventajas y los inconvenientes de este emplazamiento.

ZARZALEJO	
VENTAJAS	INCONVENIENTES
Cercanía a la Comunidad de Madrid	El frío en invierno puede ser demasiado, y para alguna personas no soportable
Fácil acceso en transporte público	Las nevadas en la sierra, pueden impedir algunas actividades tales como las rutas a caballo o el senderismo
Sitio tranquilo, con poca densidad de población, ideal para desconectar	
El calor en verano es menos sofocante debido a la cercanía con la sierra de Guadarrama, y tiene temperaturas más agradables, sobre todo por la noche	
Posibilidad de realizar múltiples actividades, tales como culturales, deportivas...	

Tabla 27: Ventajas e inconvenientes del emplazamiento en Zarzalejo. Fuente: Elaboración propia

Como se puede observar en la tabla, las ventajas son múltiples, y encajan perfectamente en lo que pretende este negocio, que es dar al cliente un ambiente tranquilo y relajado donde pueda sentir la naturaleza lo más cercana posible. Por todos estos motivos, se ha elegido este emplazamiento.

7.2. ELECCIÓN DEL RÉGIMEN DE APERTURA DEL ALOJAMIENTO

Este apartado intentará reflejar las ventajas y desventajas que tiene cada uno de los distintos regímenes de apertura que podría tener el alojamiento.

Se analizará la opción de abrir todos los meses del año, tanto entre semana como los fines de semana. Del mismo modo, también se estudiará la posibilidad de abrir todos los meses del año, pero solamente los fines de semana.

Tras hacer el análisis se tomará una decisión de cuál es la mejor opción para este alojamiento en concreto.

7.2.1. Opción 1: Abrir todos los meses del año y todos los días de la semana

Ventajas

- Los clientes siempre pueden venir al negocio
- Se puede aprovechar los períodos vacacionales para compensar los meses de ocupación
- Dar la posibilidad a los clientes de pasar períodos largos
- Será más fácil mantener al personal y hacerlo fijo, de manera que sea más familiar con la empresa

Inconvenientes

- Gastos de luz, agua y gas en días en lo que se prevé que la ocupación sea considerablemente baja.
- Gastos de personal para todo el mes en vez de solamente para los fines de semana.

7.2.2. Opción 2: Abrir todos los meses del año, solamente los fines de semana

Ventajas

- Ahorro de dinero en los meses de menos ocupación, en gastos de luz, gas y agua.
- Ahorro de dinero en personal.

Inconvenientes

- Al estar cerrados entre semana, en los períodos vacacionales se perderán clientes.
- Imposibilidad de los clientes para tener estancias largas en el establecimiento.
- Posibilidad de que los clientes vayan a la competencia si se encuentran con el negocio cerrado

7.2.3. Elección de un régimen de apertura

Tras hacer el análisis de las dos posibles modalidades de apertura del negocio, se ha decidido que la mejor opción es abrir todos los meses del año y todos los días de la semana.

Se ha elegido esto puesto que se considera que las ventajas de abrir solamente los fines de semana son solamente relacionadas con el ahorro de dinero y se cree que no será tan elevado, y que además provocará también pérdidas ya que los clientes se irían a la competencia al encontrar nuestro alojamiento cerrado.

Por otro lado, otro tema que se cree que será mejor será el tema de los empleados, puesto que si se les tiene contratados a tiempo completo podrán vivir de ese sueldo y por tanto será mucho más sencillo mantenerlos fijos y que este personal esté más implicado en el negocio, casi como si fuera suyo.

7.3. DESCRIPCIÓN Y DISTRIBUCIÓN DE LAS INSTALACIONES

Los servicios prestados por este negocio, alojamiento y restauración, se realizará dentro del edificio, por lo que a continuación se describe cómo serán esas instalaciones y cómo estarán distribuidas.

Área de las habitaciones

- Habitaciones de cuatro personas: Incluirán dos pequeñas habitaciones en cada una de ellas, una con cama de matrimonio y otra con dos camas individuales. Además tendrá un baño completo.
- Habitaciones dobles: Incluirán una cama de matrimonio y dos camas individuales y un baño completo.

Este área estará ubicada en la parte de arriba del edificio.

Área de cocina

Incluirá una cocina equipada por completo, que estará ubicada en la zona de abajo del edificio y solamente tendrá acceso a ella el personal del hotel.

Área del comedor

Estará equipada con un comedor con mesas y asientos para dar de comer a los clientes. Esta zona estará ubicada en la parte de abajo del edificio.

Área del salón-bar

Incluirá el área de recepción donde se recibirá y se despedirá a los clientes así como se les ayudará con sus quejas o peticiones. Además de esto, en esa zona habrá un lugar destinado al descanso de los huéspedes, equipada con sofás y unas mesas y una

chimenea. Por último, en esta misma zona habrá una barra de un bar, donde los clientes podrán tomar un aperitivo antes de entrar a comer. También habrá unos baños destinados al uso público. Esta zona estará situada en la zona de abajo del edificio.

🚦 Área de las actividades

Será la zona exterior donde se encuentre la huerta y la granja y donde se realicen todas las actividades.

7.4. PROCESOS DE SERVICIO

Para realizar este apartado, nos basaremos en las actividades primarias de la cadena de valor de Porter.



Ilustración 7 : Cadena de valor de Porter. Fuente: emprende pymes

7.4.1. Logística interna o logística de entrada

La relación de nuestra empresa con el cliente comenzará en el momento que realice la reserva; desde ese momento estará informado sobre las novedades del hotel rural, las actividades de la granja y la huerta, etc. Esto lo haremos enviándole, una vez que realice la reserva, toda la información disponible sobre las actividades que podrá realizar con nosotros, los precios de dichas actividades, los animales que podrá encontrar en la granja, los horarios y todo tipo de detalles para hacer que el día de su llegada todo sea más fácil.

La entrada del cliente será a partir de las 12:00 de la mañana y hasta las 18:00. Si el cliente deseara entrar al hotel y hacer el check-in más tarde de esa hora, deberá comunicarlo con anterioridad; si no se comunica, se dará por hecho que el cliente no quiere la reserva y se anulará.

Los gastos de anulación de una reserva serán gratuitos hasta 24 horas antes de la entrada al hotel. Si se desea realizar la cancelación el día antes de la llegada, se cobrará una noche de hotel.

Una vez llegue el cliente a nuestro hotel, será recibido por una persona de allí, que se encargará del check-in. La entrada será sencilla para el cliente, puesto que ya dispondremos de todos los datos necesarios del cliente, que habrán sido proporcionados al hacer la reserva, como el DNI o la tarjeta de crédito; por lo que a su llegada solamente deberán firmar un papel de entrada.

Una vez hayan firmado dicho papel, se les acompañará a sus respectivas habitaciones, y se les ayudará con su equipaje. Cuando estén acoplados y libres de maletas, se les dará la oportunidad de hacer una visita guiada por el hotel y por la granja y la huerta, de forma que puedan conocer todas nuestras instalaciones y posibilidades.

Por si no desean hacer esta visita, se dejará en cada habitación un papel con información sobre las actividades de la huerta y la granja; sobre las rutas que ofrecemos y sobre las actividades culturales y deportivas, indicando las empresas con las que trabajamos y sus respectivos horarios.

7.4.2. Operaciones de producción

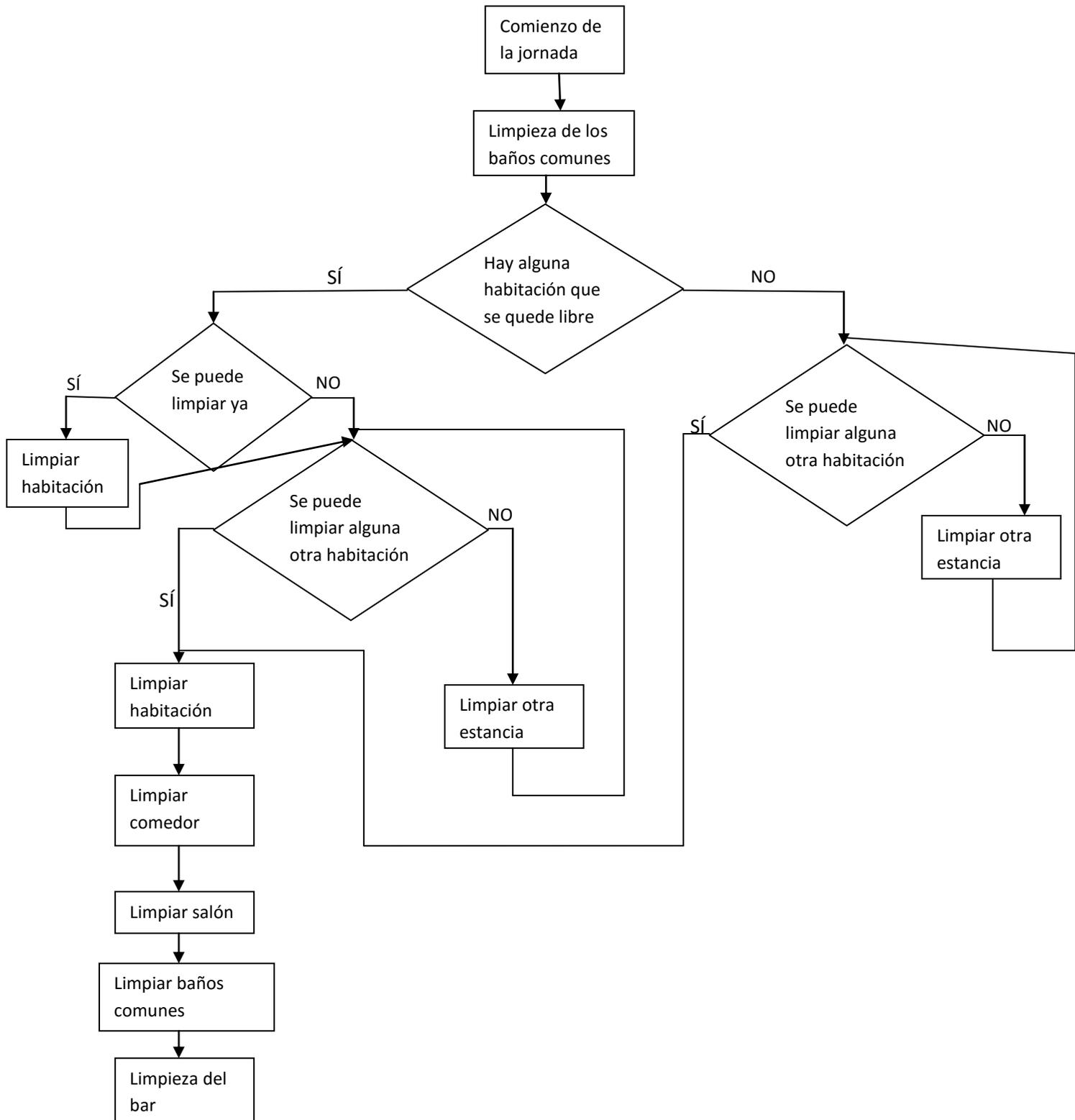
7.4.2.1. Limpieza

La limpieza del hotel será llevada a cabo, durante el primer año, por una sola persona; y para los años siguientes se contratará nuevo personal. El orden en que se debe realizar la limpieza será el siguiente:

- Baños de uso común: Serán los baños situados en la planta de abajo, disponibles para todos los clientes y para el personal del hotel. Serán unos baños que tendrán que ser limpiados dos veces al día, puesto que tendrán mucho uso.
- Habitaciones: La limpieza de las habitaciones deberá realizarse a primera hora de la mañana, siempre y cuando nuestros clientes nos permitan la entrada en ellas. Debe ser lo más precisa posible, puesto que se conoce que los huéspedes de todo tipo de hoteles, es un aspecto que valoran mucho. Cuando un cliente vaya a abandonar el hotel, y esa misma habitación vaya a ser ocupada ese mismo día, deberá ser limpiada a la mayor brevedad posible, en cuanto el cliente abandone el hotel, de cara a que el siguiente huésped pueda entrar cuando llegue.
- Comedor del restaurante: Se deberá limpiar el comedor una vez haya finalizado el servicio de desayunos. El comedor debe estar listo para la hora de las comidas, por lo que si a las 12:30 horas, aún no se han limpiado las estancias mencionadas anteriormente, se deberá empezar con el comedor, y después se acabarán las otras.

- Salón: Será una de las últimas cosas que se limpie puesto que se cree que no será una zona que se manche demasiado, y se consideran otras zonas más importantes.
- Zona del bar: Será la última zona en limpiar, de forma que quede preparada para el día siguiente comenzar.

A continuación se expone un diagrama de flujo que servirá para el personal de limpieza para saber lo que deben hacer en cada momento.





7.4.2.2. Cocina

La cocina del hotel estará llevada por un solo cocinero, y un ayudante de cocina en situaciones concretas durante el primer año.

El cocinero deberá comenzar su jornada de trabajo preparando el menú que haya para ese día, que se dejará elegido la noche anterior. Del mismo modo deberá ver de qué comida del día se dispone e informar a los camareros cuál es el plato que deben ofrecer para ese servicio.

A continuación se indica en un diagrama de flujo como debe actuar el personal de cocina durante su jornada laboral.

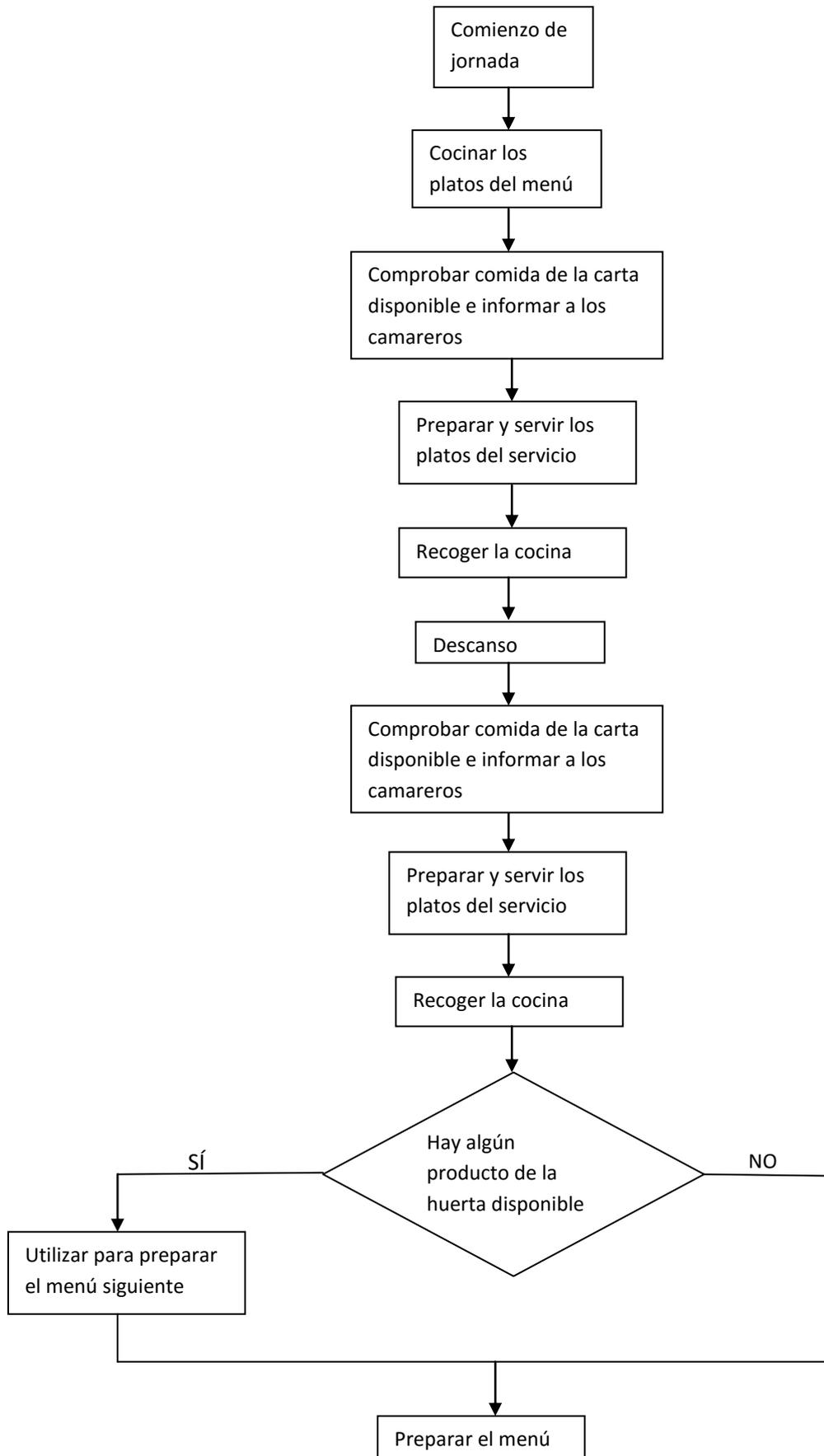
7.4.2.3. Restaurante

El restaurante se abrirá a las 13:00 y estará abierto para la entrada de clientes hasta las 15:00. Los camareros deberán sentar a los clientes en la mesa que les corresponda e informarles del menú del día, así como de la carta que habrá disponible. Del mismo modo deberán indicarles los platos del día, así como los platos que hayan salido de los productos naturales de la huerta.

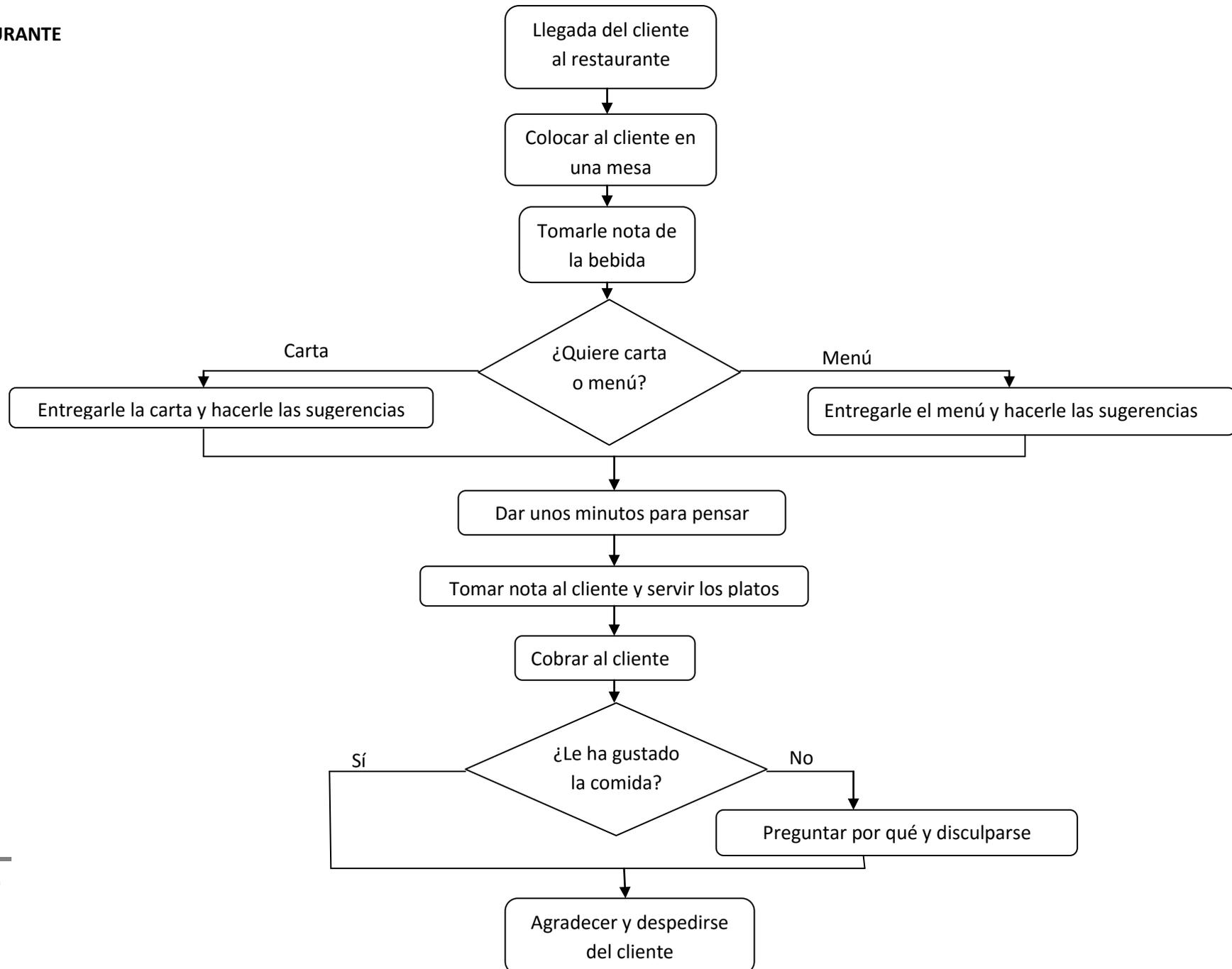
También siempre deberán preguntar, cuando le entreguen la cuenta al cliente, si tienen alguna duda o sugerencia, que pueda ayudar a mejorar el servicio.

El siguiente diagrama de flujo muestra cómo deben actuar los camareros durante el servicio de comidas y de cenas.

COCINA



RESTAURANTE



7.4.2.4. Actividades

Nuestro establecimiento contará con un área dedicada al emplazamiento de una granja, donde se podrán encontrar multitud de animales. Nuestro objetivo al crear este espacio es que nuestros clientes puedan interactuar al máximo con la naturaleza, consiguiendo la máxima unión entre los animales y los huéspedes, pudiendo realizar además numerosas actividades con ellos.

Además de esto, dado que en la actualidad los niños cuentan con muchas ideas equivocadas y muchas lagunas acerca de cómo se cría a los animales, cómo se les cuida, etc., nuestro objetivo es poder ayudar a los más pequeños a conocer más sobre el ambiente rural.

Nuestra granja contará con los siguientes animales: caballos, cerdos, gallinas, un gallo, vacas, conejos, un burro y perros.

La granja solamente tendrá una norma, y es que cualquier persona que desee realizar cualquier actividad de las nombradas en las líneas anteriores, deberá mostrar el mayor respeto hacia todos los animales y seguir en todo momento las indicaciones del monitor. Si alguna persona mostrase un comportamiento inadecuado será invitado a dejar la actividad.

Del mismo modo que con la granja, se tendrá un espacio dedicado a una huerta. El objetivo de este emplazamiento es el mismo que la granja, la interacción máxima con la naturaleza y la educación de los niños.

Además de esto, en este caso, otro objetivo es abastecer de productos naturales nuestra cocina.

Nuestro huerto tendrá plantadas las siguientes hortalizas: tomates, pimientos, pepinos, zanahorias, lechugas y cebollas.

También se contará con árboles frutales, para obtener de ellos fruta completamente natural y sin ningún tipo de aditivos. Tendremos un naranjo, un limonero, un manzano, un peral y un nogal.

Del mismo modo que con las actividades en la granja, en el huerto solo habrá una norma, se deberá mostrar respeto hacia todo lo que allí se encuentre y seguir en todo momento las indicaciones del monitor.

A continuación se describirán cada una de las actividades que se van a realizar en el alojamiento:

Ruta a caballo

La ruta a caballo tendrá una duración de una hora de tiempo, tendrá diferentes horarios. Se podrá realizar esta actividad tanto a las 11:00 como a las 12:00; y a las 19:00 y a las 20:00 en la tarde. Se escogen estas horas debido a que donde se espera más demanda es en los meses de verano, donde las temperaturas son muy elevadas y por tanto se intenta evitar los momentos

de más calor. Los dos horarios disponibles en la tarde, podrían sufrir alguna modificación en los meses de invierno, donde la oscuridad llega antes.

Los grupos para realizar la ruta a caballo serán de mínimo cuatro personas y máximo ocho. Se ha elegido cuatro personas como mínimo puesto que hay que contratar un guía y pagarle un salario; y como máximo ocho personas porque no se quiere que el grupo sea demasiado elevado por si hay algún problema, y además se quiere tener un trato personalizado y un cuidado especial, sobre todo por si hay menores de edad.

Para realizar esta ruta a caballo será necesario tener cumplidos los diez años de edad, o en todo caso, montar acompañado de un padre o tutor.

Antes de comenzar la actividad, el monitor explicará claramente a cada jinete todas las claves del entorno y de la equitación; de forma que se eviten todo tipo de incidentes durante el trayecto.

La ruta que se seguirá con el caballo será normalmente la misma, pudiendo variar en función de las condiciones climatológicas o de la opinión y los consejos del monitor. Por lo general, se realizará la ruta de la Machota Chica, que se describe a continuación.

El primer tramo de esta ruta coincide con "el recorrido de los castaños", que termina en la Fuente de Entrecabezas. Desde esta, se seguirá ascendiendo por un sendero bien marcado y antes de dar vista a San Lorenzo de El Escorial, se tomará un sendero a la derecha entre jaras y enebros de la miera.

Antes de tomar este sendero, si continuamos unos metros, situándonos como si viniésemos de San Lorenzo, se puede ver una inscripción en una roca: "Senda de los Tres Ermitaños".

A lo largo de esta subida se podrán observar aves rapaces como el buitre leonado o el águila calzada, además de muestras de otros animales como los zorros o los jabalíes.

Desde el punto más alto, se podrá ver toda la sierra de Guadarrama, el sur de Madrid y la sierra de Gredos.

La vuelta se realizará por el mismo sendero hasta llegar a la Fuente de Entrecabezas, desde donde se volverá a Zarzalejo Pueblo por el camino de subida.

Un día en la granja

La actividad que se llamará "Un día en la granja " tendrá una duración de cuatro horas de tiempo y solamente se realizará en un horario. Dicho horario será desde las 12:00 hasta las 14:00 y desde las 17:30 hasta las 19:30.

El número mínimo de personas para que se lleve a cabo esta actividad es cuatro y el número máximo ocho. Con estos límites lo que se quiere es dar un trato personalizado a todas las personas que participan, pudiendo explicar todas y cada una de las cosas que se realicen y resolviendo cada duda que surja.

Esta actividad estará dirigida por un monitor, y normalmente seguirá el mismo plan para realizarla, que será el siguiente.

En primer lugar se explicará que animales hay en la granja y cuantos. Después de esta breve explicación se comenzará por alimentar a todos los animales, explicando qué come cada uno de ellos, en qué momentos lo hacen y en qué cantidades. Tras esto, se cogerá a los animales en brazos y se le permitirá a la gente tener un contacto y un tiempo libre con los animales, a la vez, que se explicará de que raza es cada uno de ellos y sus características.

Una vez haya pasado el tiempo libre, se procederá a recoger los huevos que hayan puesto las gallinas y se aprenderá cuándo ponen los huevos las gallinas y como se deben seleccionar.

Lo último que se hará será aprender cómo se debe tratar a las vacas para ordeñarlas y cuando se les debe ordeñar. Después se verá cómo lo hace el monitor a modo de demostración y por último, cada persona tendrá la oportunidad de realizar este proceso, siempre con sumo cuidado y precaución para no lastimar a los animales.

Un día en el huerto

La actividad que se llamará " Un día en el huerto" tendrá una duración de tres horas de tiempo, que se distribuirá de la siguiente forma: desde las 12: hasta las 13:30 y desde las 17:30 hasta las 19:00.

El número mínimo de personas para que se lleve a cabo esta actividad es cuatro y el número máximo ocho. Con estos límites lo que se quiere es dar un trato personalizado a todas las personas que participan, pudiendo explicar todas y cada una de las cosas que se realicen y resolviendo cada duda que surja.

Esta actividad estará dirigida por un monitor, y normalmente seguirá el mismo plan para realizarla, que será el siguiente.

En primer lugar se explicará cada uno de los árboles frutales y cada una de las hortalizas que haya en el huerto, y se explicarán las características de todos ellos. Después se pasará a regar todos los árboles y los frutos, y se aprenderá cuando se debe regar y en qué cantidades de agua. Tras esto, se recogerán las frutas caídas de los árboles, que hay que desechar, y se explicará por qué se han caído.

Por último, se recolectarán las frutas y las hortalizas, explicando cuándo se deben recoger y de qué manera. Primero se observará como lo hace el monitor y después se permitirá que lo realice cada persona.

Visita cultural

La visita cultural tendrá una duración aproximada de dos horas, en las que se verá el pueblo de Zarzalejo.

Esta actividad no tendrá un horario concreto, ni un día concreto, ya que se supone que ésta será la actividad menos demandada, por lo que se irá programando a demanda. El número mínimo de personas necesario para hacer esta actividad será diez y no habrá un máximo; de esta forma, se podrá contratar un guía especializado.



Normalmente, se intentará realizar sobre las 10:00 para evitar el calor y el frío extremo. La ruta que se seguirá será normalmente la misma, con el objetivo de que el monitor explique a todos los participantes los principales puntos de Zarzalejo. Habrá dos posibilidades en función de lo pedido por los clientes, y de la destreza de estos a la hora de realizar la ruta.

La rutas más sencilla se hará siguiendo la Avenida de la Cruz Verde. Se partirá del monumento al cantero, que es un homenaje a su figura y a su trabajo; en el mismo lugar, se encuentra el Caño Viejo y ligeramente más adelante el Caño Nuevo, que está construido en granito y que tiene una placa de roca caliza con la siguiente inscripción "Las obras públicas son el mejor testimonio de la acción protectora de las autoridades bajo cuyos auspicios se han ejecutado, año 1850".

Tras esto, se cogerá la calle de la Fuente del Rey, donde se podrán ver castaños centenarios como el castaño de la Fuente del Rey. Siguiendo el camino, se llegará a la Plaza de la Constitución, donde se podrán ver las agujas mediante las cuales y con troncos de madera, que se encastraban a las talanqueras, se cerraba la plaza para los festejos taurinos.

Más adelante se llegará al Mirador del Guijo, que fue construido en el siglo XX, desde donde se tratará de ver Las Machotas y las lagunas de Castrejón. Además de esto, también se verá desde allí la Cerca o Pared Real, que fue construida por Felipe II para rodear los dominios del Monasterio de San Lorenzo de El Escorial.

Por último con esta ruta se verá un fragmento del acueducto de Segovia, que se tiene como recuerdo de la pertenencia de Zarzalejo a Segovia.

La ruta más complicada será la conocida como Ruta pequeña circular, que es una ruta de ocho kilómetros y dificultad media-alta. Se describe a continuación.

Esta ruta comienza en la Plaza del Llano del Soldado en Zarzalejo Estación, sube por la calle España hasta dar a mano izquierda con la Colada de la Cruz Verde, más conocido por los lugareños como "Camino del Quemadillo", por el cual subiremos y tras pasar por un depósito de agua encontraremos un sendero ascendente a nuestra derecha.

En este punto debemos cruzar una alambrada para continuar la ascensión hacia el Collado de Entrecabezas (1.273m), donde se encuentra la fuente que adopta su mismo nombre, esta goza de una magnífica agua que nos servirá de refresco y aliento para continuar subiendo hasta llegar a una gran pared de piedra, "La Cerca" o "Pared del Bosque", mandada construir por Felipe II para cerrar el cazadero real que cuenta en esta zona del collado con uno de sus famosos "saltaderos", que permitían a las presas de caza la entrada al coto, pero no su salida, con lo cual el cazadero estaba siempre bien provisto.

Para continuar la subida cruzaremos una pared con alambres desde donde veremos el sendero que asciende en fuerte pendiente hasta la cumbre de la Machota Grande (1.464m), continuaremos camino al lado izquierdo de "La Cerca" para llegar a la Peña del Fraile, peculiar macizo berroqueño compuesto por piedras encabalgadas que recuerdan la figura de una fraile en actitud orante, a los pies de éste hay un buzón donde podemos firmar y dejar constancia de nuestro paso por este lugar tan especial.

Iniciamos el descenso no sin antes contemplar con detenimiento las espectaculares vistas de la Sierra de Guadarrama, San Lorenzo de El Escorial, el monte Abantos, etc. Bajaremos al lado de “La Cerca” hasta que ésta se desvía hacia la derecha, para descender por un sendero hasta el inicio del pinar de Zarzalejo. Para ello, debemos saltar una pequeña pared de piedra y pasar una alambrada donde poco después tomaremos el camino que sale a nuestra izquierda. Es el Camino de las Vueltas o de las Majadillas. En tiempos pasados era muy utilizado para ir a San Lorenzo de El Escorial.

Bajaremos por él tras pasar entre un hermoso robledal y el pinar y cuando veamos la M-533 tomaremos una pista forestal a la izquierda que entronca con el Camino del Cotanillo, por el cual descenderemos al núcleo urbano de Zarzalejo Pueblo, donde es obligatoria la visita a su antigua Iglesia de San Pedro, que según cuenta una tradición fue construida en 1492, de aquí nos encaminamos al Mirador del Guijo, excelente lugar para llevarse un recuerdo fotográfico de las magníficas vistas que ofrece.

En la parte baja del mirador se hallan unas escaleras que nos llevan a un camino que tomamos a mano izquierda, poco más adelante se llega a una curva donde tomaremos de frente un camino más estrecho, se trata del Camino del Cañillo. Es muy utilizado como conexión entre los dos núcleos urbanos de Zarzalejo, en el primer tramo se halla la fuente que da nombre a este camino, datada en 1897, después continuaremos nuestro camino hacia Zarzalejo Estación entre fresnos, robles y olivos, entre otras muchas especies donde se dan cobijo pequeñas aves y mamíferos.

Horarios de las actividades

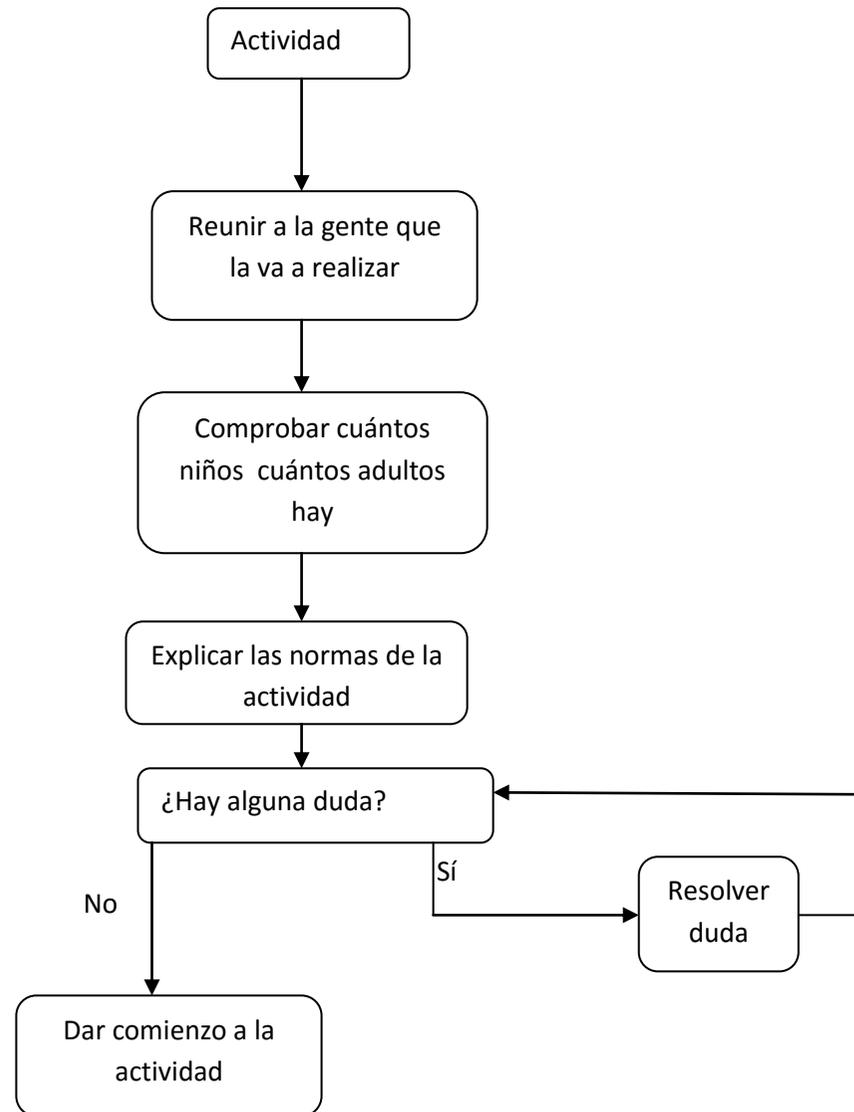
Se deberá realizar la reserva de dichas actividades al menos con un día de antelación, para que de este modo, de tiempo a organizar todo y a poder avisar al monitor.

Los horarios de las actividades descritas anteriormente se resumen a continuación:

HORARIOS DE LAS ACTIVIDADES	
Visita cultural	10:00 a 12:00
Un día en la granja	12:00 a 14: 00 y de 17:30 a 19:30
Un día en el huerto	12:00 a 13:30 y de 17:30 a 19:00
Rutas a caballo	11:00, 12:00, 19:00 y 20:00

Tabla 28. Horario de las actividades. Fuente: Elaboración propia

El diagrama de flujo que muestra cómo se debe atender a los clientes durante la realización de las actividades se muestra en la siguiente página

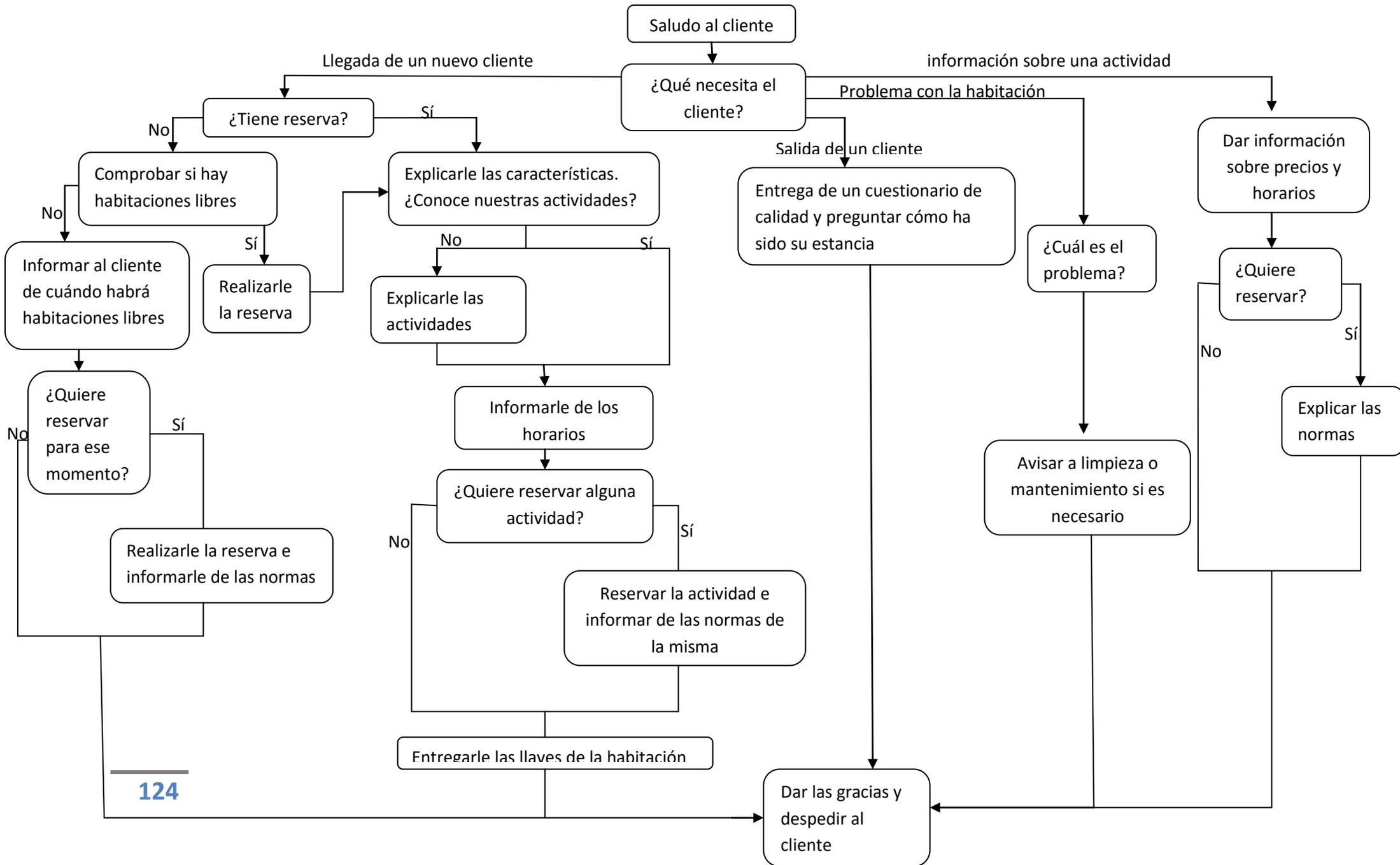




7.4.2.5. Atención al cliente

La atención al cliente será un tema de principal importancia en nuestro negocio, ya que queremos diferenciarnos por la calidad y por el trato exquisito y personalizado que se le dé a nuestros hospedados.

Por este motivo, se ha diseñado un diagrama de flujo donde se indica exactamente qué se debe hacer cuando un cliente se acerque hasta la zona de recepción con cualquier duda o problema, o cuando llegue de nuevas o a su salida.



7.4.3. Logística de salida

Cuando el cliente haya pasado los días contratado con nosotros, llegará el momento de la salida. La hora de abandonar la habitación será las 12:00. Si no se sale antes de esa hora implicará que se desea prolongar un día más la estancia, y se cobrará un día más. Existe la posibilidad de salir más tarde de esa hora, hasta las 15:00, siempre y cuando se acuerde con el encargado y la habitación no esté reservada para el día siguiente.

A la hora de salir, se procederá al cobro. Se podrá realizar mediante tarjeta de crédito o en efectivo. Las actividades se deberán abonar en el momento de la reserva.

Tanto si el cliente ha realizado alguna de las actividades de la huerta o la granja como si no, será obsequiado con algún producto que esté disponible en ese momento, tales como frutos de los árboles, leche de vaca, queso...

Como ya hemos indicado anteriormente, una vez quede libre la habitación, se procederá a su limpieza lo más rápido posible para que el siguiente cliente la pueda ocupar.

7.4.4. Ventas y marketing

Nuestro plan comercial y de marketing estará explicado de forma más amplia en los siguientes apartados. Aquí mostraremos un breve resumen de lo que será.

Para poner nuestro producto en el mercado, trataremos de ejercer cuatro tipos de acciones, lo que se conoce como las 4 P: Producto, precio, comunicación y distribución.

Respecto al producto, trataremos de dar al cliente un servicio distinto a la competencia. Como ya se ha comentado, nuestro servicio va dirigido a familias con niños que quieran pasar unos días alejados de la ciudad y aprender cosas sobre el mundo rural; y a personas que quieran tener una relación 100% con la naturaleza.

Se dotará a nuestros servicios de unos valores clave para nosotros, como serán la profesionalidad, la cualificación del personal, las actividades y servicios extras en el alojamiento y la elección adecuada para el desarrollo de las actividades.

En cuanto a la política de precio, se tratará de ajustar lo máximo posible los precios de forma que los clientes sientan curiosidad por nuestros servicios y puedan permitírselo. Por esta razón, se intentará poner un precio ligeramente inferior a nuestros competidores más cercanos.

Además de esto, se realizarán una serie de descuentos: por cantidad, por pronto pago, ofertas de última hora...

Se diferenciará entre los precios en temporada baja o en temporada alta; además de diferenciar también entre fines de semana y días de diario en temporada alta.

La política de comunicación y distribución tendrá varios puntos fuertes.

Uno de ellos, sin duda, será la página web, que tendrá un diseño atractivo, con fotografías que resalten las bondades de nuestro negocio. A través de ella se ofrecerá el calendario de ocupación, los precios, las habitaciones disponibles, las actividades que se podrán realizar...

Además de tener una web propia, deberemos incluirnos en los principales buscadores de alojamientos rurales. A través de los datos proporcionados por Google Insights, decidimos incluirnos en tres páginas web: escapadarural, clubrural y toprural.

Además de todo esto, se realizarán folletos para distribuir en las oficinas de turismo y en el Ayuntamiento, así como en el propio establecimiento. También se dejará una encuesta en cada habitación de forma que los clientes puedan expresar su opinión, y se creará un perfil en las principales redes sociales para que las personas puedan conocer todas nuestras novedades.

7.5. SERVICIO DE POSTVENTA

El servicio postventa, al ser un negocio de servicios, no tendrá devoluciones ni será necesario hacer ninguna reparación. Aún así será un punto bastante importante.

Nuestros clientes, una vez que pasen por nuestro hotel, serán incluidos en una base de datos, donde serán clasificados por tipos de clientes. Mediante esta base de datos nos mantendremos en contacto con ellos, ya que no queremos que vengan una sola vez, sino que queremos que repitan estancia con nosotros. Se realizará una campaña de emailing, a través de la cual se tendrá informados a nuestros clientes de todas las novedades que sucedan en nuestro establecimiento, como el nacimiento de algún animal de la granja, o algún momento importante, o la época de recogida de setas... Además también se les mantendrá informados de todas las ofertas que se hagan en el hotel.

Por otro lado, también mediante email, recibirán una encuesta de satisfacción varios días después de su salida del hotel. De esta forma podremos comprobar si los clientes han quedado satisfechos con nuestros servicios prestados. Además de esta encuesta por correo, también tendrán otra encuesta en las habitaciones.

7.6. IMPLEMENTACIÓN DEL LEAN MANUFACTURING

El lean manufacturing es un modelo de gestión enfocado a la creación de flujo para poder entregar el máximo valor a los clientes, utilizando para ello los mínimos recursos necesarios, es decir, ajustados.

Las principales claves del lean son las siguientes:

- Calidad perfecta a la primera, cero defectos.
- Minimización del despilfarro: eliminar actividades que no añaden valor al servicio final, y que no aportan nada al cliente.
- Mejora continua.

- Procesos pull: Los procesos son solicitados por el cliente.
- Flexibilidad
- Construcción y mantenimiento de una relación a largo plazo con los proveedores.

A partir de estas claves, se construirán una serie de criterios a seguir en esta empresa de servicios, de forma que se implante el lean manufacturing de la manera más rápida y útil posible.

La implantación del lean requiere una organización correcta y flexible, una decisión firme de implantarlo, una gran apertura mental y una cultura de hacer las cosas bien en la línea de calidad total. Esta filosofía coincide con la estrategia principal que tendrá este hotel, que será la búsqueda de la calidad total.

A continuación se exponen una serie de ideas que se deben seguir para implementar el lean, y lo que se hará en concreto en este negocio para seguirlas.

El producto, sea material o sean personas, debe avanzar unidad a unidad, sin detenerse, eludiendo todo tipo de actividades que no colaboren a que sea así.

- En recepción las personas pasarán de una en una, siempre intentando atenderlas con la mayor rapidez y a la vez calidad para que no se formen colas. Si se formasen, uno de los empleados, un camarero, estará cualificado y sabrá cómo debe atender a los clientes en esa situación, de forma que si la cola es demasiado larga él también atenderá a los clientes.

El objetivo del proceso debe ser lo que el cliente valore y en el momento que lo precise.

- Se intentará que en las actividades cada persona siga su propio circuito, es decir, que ninguna persona deba esperar a que la anterior acabe para hacer ella lo mismo. Por ejemplo, a cada participante se le asignará un árbol frutal para que recoja las frutas, de forma que no todos se acumulen en el mismo lugar.
- En las rutas a caballo cada persona tendrá su propio caballo, y tendrá una cierta libertad para realizar la actividad.
- En la actividad llamada un día en la granja, debido a la existencia de varios animales de cada especie, se tratará de que cada participante pueda estar realizando la actividad sin tener que esperar a que ese puesto quede libre o a que otro de los participantes termine.

Si la operativa exige cierto buffers, puntos donde es difícil mantenerse sin interrupciones, se hará como lo hace la actividad industrial con gestión lean.

- En la zona de recepción, donde pueden formarse colas demasiado largas, se pondrá una serie de sofás donde los clientes puedan estar tranquilos esperando su turno. Del mismo modo, en esta zona se pondrá una chimenea para hacer el ambiente más

cálido. La zona de recepción estará colocada en un lugar donde se puedan admirar las vistas y así los clientes estén entretenidos

Por otro lado, en este lugar, se dispondrá de diferentes folletos con información sobre el hotel y sobre las actividades que se pueden realizar en él, para que los futuros huéspedes puedan ir informándose.

Los puestos de trabajo, en una empresa de servicios, deben estar balanceados, pues en caso contrario se generan esperas y desperdicios.

- Los camareros y los cocineros del restaurante tendrán sus cargas equilibradas, para que puedan servir a los clientes con rapidez y eficiencia. Para ello se ha estimado el personal que será necesario en función de las tareas que deben llevar a cabo, como son tomar nota, servir mesas o preparar la comida. Del mismo modo, se ha establecido cuáles de esas tareas debe llevar a cabo cada uno. También para estimar el número de personal necesario se ha tenido en cuenta la capacidad de la persona y la capacidad del restaurante.

Se debe lograr que el flujo discorra de forma regular e ininterrumpida y por tanto que las personas avancen de forma estable. Esto supone que todo debe funcionar correctamente y con normalidad, sin sorpresas de última hora.

- El equipo informático debe estar siempre revisado y actualizado, de forma que si algún cliente pidiera factura se le pudiera dar a la mayor rapidez posible y sin ningún problema.
- La chimenea siempre debe estar en perfecto estado y con leña para poder ser encendida. No se puede prometer al cliente que dispondrá de ella si luego no puede usarla.
- Se establecerá con los proveedores de comida y bebida una serie de plazos en los que deben servirnos, y se les informará antes de venir que es lo que deben traernos. De esta forma se evita que el hotel se quede sin algo en medio de un servicio.

La mejora continua de la capacidad y resultados, debe ser el objetivo permanente de la organización.

- Se tratará de seguir el círculo de Deming cuando implantemos alguna mejora, para comprobar si es algo que gusta a los clientes o si debemos cambiar alguna cosa.

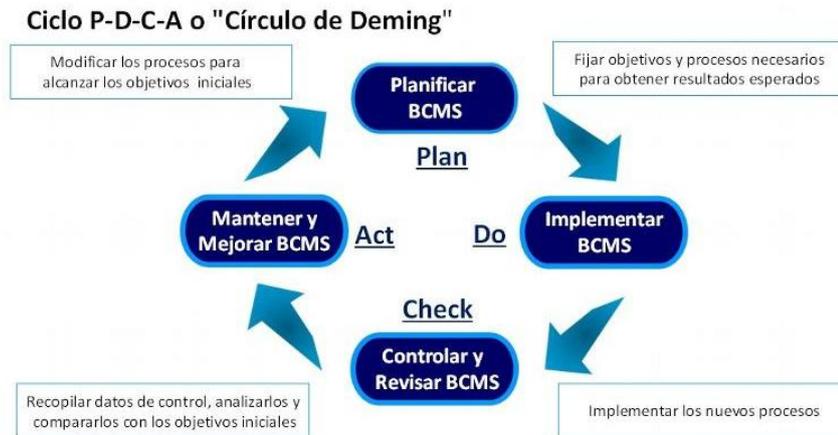


Ilustración 8: Círculo de Deming. Fuente: Wikipedia

Se intentará hacer es exactamente lo que refleja la imagen. Primero se fijarán unos objetivos que se deseen cumplir, y se marcarán los procesos que se creen necesarios para conseguirlos. Después de esto, se organizan, dirigen y asignan los recursos, mientras que se recopilan datos para verificarlos y evaluarlos en los siguientes pasos. Una vez que ha pasado un tiempo previsto anteriormente, se recopilan los datos de control, en nuestro caso los cuestionarios, y se comprueba si se han cumplido los requisitos especificados anteriormente o si se ha producido alguna mejora. El último paso es actuar. Una vez que tenemos las conclusiones del paso anterior, podemos hacer varias cosas: si se detecta que al cliente no le convence o no le gusta la mejora en algún aspecto, volveremos a realizar este mismo ciclo con algunos cambios en la mejora; por el contrario si al cliente le gustan las nuevas ideas introducidas se seguirán aplicando; y por último si a la mayoría de los clientes les desagrada la nueva mejora, no se seguirá aplicando.

La principal característica del lean es eliminar el desperdicio, que es todo aquello que no aporta valor y no tiene importancia para el cliente. En este caso, para eliminarlo se tomarán una serie de medidas que se enumeran a continuación.

- No se realizará publicidad en exceso, que luego nadie quiera y que quedé por allí sin ninguna utilidad. Para comenzar con la empresa, se realizarán una cantidad pequeña de folletos y material de publicidad como bolígrafos o llaveros. Siempre se realizarán encargos en pequeñas cantidades. Cuando el huerto esté puesto en marcha y a pleno rendimiento, como detalle de despedida se le dará a los clientes un producto natural. Esto será más apreciado por los clientes y hará tener un recuerdo de este hotel más concreta y mejor, y así también se ahorrará dinero.
- No se tendrá un proceso administrativo completo, ya que las únicas gestiones que se deberán realizar serán la entrada de los clientes en el hotel y la asignación de las

habitaciones. Solamente se tomarán los datos de uno de los clientes, aunque vengan en grupo, y se le pedirá el nombre completo con los apellidos, y el correo electrónico, así como los datos bancarios en caso de querer pagar con tarjeta.

- No debe haber tiempos de espera. Por ejemplo si algún cliente necesita algo del personal del hotel, se le deberá atender de inmediato si no se está haciendo nada. Si en ese momento está ocupado, se atenderá al cliente en cuanto se quede libre o se le indicará que pregunte a otra persona que esté libre.
- Sólo se dispondrá de dos camareros, uno de barra y uno de sala, ya que se estima una baja demanda para el principio, por lo que se contratará lo mínimo, de forma que no haya tiempos en los que estén parados.
- Al igual que con los camareros, debido a la baja demanda esperada en un principio y debido a la capacidad del hotel, se contratará solamente un cocinero.
- Para las reservas de las habitaciones se podrán realizar a través de la página web y a través de un número de teléfono móvil. De esta forma, se evita tener a una persona en recepción únicamente para este fin.

7.7. PROVEEDORES

Nuestro alojamiento ofrecerá la posibilidad de realizar actividades deportivas y culturales, por lo que para algunas de ellas necesitaremos un guía. A continuación se explican las actividades y los proveedores que tendremos de esas actividades.

***Actividades culturales**

- Visita al Monasterio de El Escorial: Dicho lugar tiene sus propios guías que explican todos los detalles, por lo que no será necesario contratar a nadie.
- Visita guiada por Zarzalejo: Para este fin, se considerará la posibilidad de contratar a una persona del pueblo, que actualmente esté en paro o jubilada, y conozca bien todo el pueblo y pueda explicarle y mostrarle a la gente todos los rincones.

***Actividades deportivas**

- Club Deportivo El Náutico de Los Arroyos
- Real club de Golf La Herrería
- Valdeaventura
- Visita a la sierra de Guadarrama: No contemplamos la posibilidad de contratar un guía para esta visita, puesto que cada familia o cada persona deseará realizar la visita a su manera; no obstante, tendremos mapas de la zona para ayudarles.

Además de esto nuestro alojamiento ofrecerá servicio de restauración, por lo que deberemos tener proveedores de comida. Dado que queremos servir producto fresco a nuestros clientes, deberemos hacer compra semanales o incluso varias veces a la semana si se trata de carne o pescado. Por este motivo, no tendremos unos proveedores fijos.

Para todo lo relacionado con envases, como podrían ser latas de comida o bebidas, tendremos como proveedor Medina; mientras que para el producto fresco como serán la carne, el pescado, la fruta y la verdura, se acudirá a Mercamadrid para comprarlo allí.

No debemos olvidar que nosotros mismos también seremos nuestros proveedores, ya que tendremos ciertos productos frescos de nuestra granja y nuestro huerto.

7.8. MÉTODOS DE CONTROL, CALIDAD Y MEJORA CONTINUA

7.8.1. Opinión de los clientes

En este hotel, conocer la opinión de nuestros clientes y su grado de satisfacción va a ser una tarea primordial. Queremos conocer el grado de cumplimiento de los objetivos que nos hemos propuesto.

Tenemos la intención de que nuestro establecimiento no se estanque en una forma de realizar las cosas, sino que queremos que nuestros clientes nos aporten todas las sugerencias que tengan y de esta forma poder mejorar y aumentar el grado de satisfacción del cliente.

No obstante, al ser una empresa de servicios, la forma de controlar la satisfacción del cliente se hará mediante un cuestionario que estará disponible en las habitaciones y que también será enviado a los clientes por correo electrónico, para que lo rellenen de la forma que les sea más sencilla.

Con este cuestionario se quiere medir aspectos como la limpieza de las habitaciones, la calidad de los alimentos que servimos, la opinión de los hospedados sobre las actividades en la huerta y la granja, la decoración de las habitaciones y de las zonas comunes, etc.

El cuestionario tendrá varias factores que podrán puntuarse del 1 al 10, siendo 1 lo mínimo y 10 lo máximo; además contendrá algunas preguntas y un cuadro donde los clientes puedan poner sus opiniones, quejas, felicitaciones o sugerencias que se les ocurran. Se ha optado porque este cuestionario sea anónimo, puesto que se cree que es más sencillo dar la opinión desde el anonimato.

El cuestionario será el siguiente:

<u>NIVEL DE SATISFACCIÓN</u>										
INSTALACIONES GENERALES										
- Ambiente y decoración:										
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	

- Comodidad y confort:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Hospitalidad y trato:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Limpieza de las instalaciones:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

RECEPCIÓN

- Información adecuada:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Trato del personal:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

RESTAURANTE

- Variedad de la oferta:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Desayunos:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Trato del personal:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Calidad de los alimentos

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Servicio y eficiencia:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Bar/Cafetería:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

HABITACIONES

- Ambiente y decoración:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Comodidad:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Limpieza de la habitación:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Calefacción/Aire acondicionado:

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

GRANJA Y HUERTO

- Actividades de la granja

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Actividades del huerto

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

- Trato del personal

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

CÓMO CONOCIÓ EL HOTEL

- Portal de Internet
- Página Web del hotel
- A través de un amigo
- Agencia de viajes
- Otros

OTRAS PREGUNTAS

- ¿Había estado anteriormente en este hotel?
- ¿Cómo calificaría el hotel en su conjunto?
- ¿Recomendaría este hotel a otras personas?
- ¿Volvería usted a visitarnos?
- ¿Qué le parece la relación calidad-precio de este hotel?

SUGERENCIAS

7.8.2. Seguimiento del nivel de calidad

La principal estrategia de nuestro negocio, como ya se ha explicado en capítulos anteriores, es mantener una alta calidad cuidando de cada detalle y buscando la satisfacción total del cliente, dándole un trato personalizado y exquisito.

Para poder conseguir esto, debemos tener unos niveles con los que podamos medir si se ha cumplido o no, con lo que queremos dar a los clientes. Para marcar los parámetros, utilizaremos los KPI's, Key Performance Indicators, conocidos como indicadores clave de desempeño o indicadores clave de desempeño, que se utilizarán como una medida del nivel de desempeño de un proceso.

INDICADOR	UMBRAL DE CUMPLIMIENTO	CARACTERÍSTICAS
Nivel de calidad en la limpieza		
Limpieza de las habitaciones	>90% al mes	Se quiere que al menos nueve de cada diez clientes estén satisfechos con la limpieza de la habitación
Limpieza de las instalaciones interiores	>90% al mes	Se quiere que al menos nueve de cada diez clientes estén satisfechos con la limpieza de las instalaciones
Limpieza de la granja y el huerto	>80% al mes	Se quiere que al menos ocho de cada diez clientes estén satisfechos con la limpieza de la granja y el huerto
Nivel de calidad en el mantenimiento		
Problema de algún aparato de las habitaciones	<24 horas	Se quiere que en menos de 24 horas los clientes tengan resuelto cualquier problema relacionado con el mantenimiento de las habitaciones
Nivel de calidad de las actividades		
Tiempo de espera para reservar una actividad	<24 horas	Se quiere que en menos de 24 horas los clientes tengan disponible alguna actividad para realizar
Satisfacción con la actividad	>85% al mes	Se quiere que la menos 8,5 de cada diez clientes estén satisfechos con las actividades
Nivel de calidad del restaurante		
Tiempo de espera para ser atendido	<10 minutos	Se quiere que los clientes sean atendidos en menos de diez minutos cuando vayan al restaurante
Satisfacción con la comida	>80% al mes	Se quiere que al menos ocho de cada diez clientes estén satisfechos con la comida servida en el restaurante
Nivel de calidad en la atención al cliente		
Tiempo de espera para ser atendido en recepción	<10 minutos	Se quiere que los clientes sean atendidos en menos de diez minutos cuando necesiten algo de recepción

Tabla 29: Niveles de calidad exigidos. Fuente: elaboración propia

7.9. CLASIFICACIÓN DEL ALOJAMIENTO

No existe una normativa específica que regule este tipo de negocios a nivel estatal, por lo que es competencia de las Comunidades Autónomas su regulación.

Los establecimientos de turismo rural se rigen por su correspondiente legislación autonómica, que regula la documentación necesaria para solicitar la autorización y aspectos como la definición, clasificación, modalidades, características técnicas y estéticas, obligaciones del titular, accesibilidad, suministros y seguridad.

El Decreto de autorización y clasificación de alojamientos de turismo rural en la Comunidad de Madrid, es el Decreto 117/2005, de 20 de octubre, de autorización y clasificación de alojamientos de turismo rural en la Comunidad de Madrid.

Dicho Decreto viene a regular los alojamientos rurales, que están adquiriendo singular importancia en la Comunidad de Madrid, si bien la reducida extensión geográfica, así como el necesario respeto al medio ambiente requieren un compromiso con los principios de sostenibilidad y de protección del medio natural que eviten el deterioro del ámbito rural.

Se trata, en definitiva, de establecer una normativa que dé respuesta a la demanda de establecimientos de alojamiento en el medio rural, cuidando de que sus estructuras sean acordes con el entorno en el que se ubican, y fomentar una oferta de calidad enfocada al bienestar de los visitantes de la naturaleza de nuestra región; en este sentido la Consejería de Economía e innovación Tecnológica, a través de la Dirección General de Turismo , está impulsando programas de mejora de la calidad turística de los establecimientos de alojamiento en el medio rural y promoverá acciones de comercialización específicas para los mismos.

El presente Decreto tiene por objeto la ordenación de los establecimientos de alojamiento rural.

Establece que los alojamientos de turismo rural se ubicarán en el medio rural y en los cascos urbanos de municipios de menos de 15.000 habitantes.

Los establecimientos de alojamiento de turismo rural se ofertarán bajo las siguientes modalidades:

- Hotel rural
- Casa rural
- Apartamento de turismo rural

Todos los establecimientos de alojamiento de turismo rural deberán cumplir los siguientes requisitos mínimos:

- Deberán reunir las siguientes características arquitectónicas:
 - o Estar emplazados en edificios de arquitectura tradicional del medio rural correspondiente a la zona en que se ubican.
 - o En caso de nuevas construcciones, responderán a las características arquitectónicas de las edificaciones rurales de la zona en que se ubiquen.



- Las buhardillas o mansardas deberán tener una altura como mínimo de 2,50m en el 60% de la superficie de las habitaciones.
- El tiempo de alojamiento por usuario no podrá ser superior a un mes de forma continuada
- El período de apertura y pleno funcionamiento será, al menos, de 7 meses al año, debiendo comunicarse a la Dirección General de Turismo los períodos de funcionamiento.
- El mobiliario y la decoración deberán mantenerse en perfecto estado de uso y conservación.

Teniendo en cuenta las tres posibles clasificaciones de nuestro alojamiento, le incluimos en la opción de hotel rural.

En el Decreto 117/2005, se denomina hotel rural aquellos establecimientos comerciales abiertos al público que, de forma habitual y profesional, se dedican a prestar alojamiento turístico de carácter temporal, mediante precio, con o sin otros servicios de carácter complementario, y de acuerdo con las especificaciones contenidas en esta sección.

Los hoteles rurales ocuparán la totalidad de un edificio, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo con accesos y salidas de uso exclusivo.

Los hoteles rurales contarán con un mínimo de dos habitaciones o cuatro plazas, y un máximo de 50 habitaciones o 100 plazas.

Con independencia de su categoría, los hoteles rurales deben cumplir los siguientes requisitos técnicos mínimos:

1. Instalaciones
 - Calefacción
 - Agua caliente
 - Teléfono de uso general, a disposición de clientes
2. Habitaciones
 - Ventilación directa al exterior
 - Cuarto de baño completo
 - La altura del suelo al techo será de 2,5m
3. Cuarto de baño
 - Inodoro, lavabo y bañera o ducha
 - Ventilación directa o inducida
 - Superficie de 3m²
4. Mobiliario
 - Habitación doble
 - Cama de 1,35x1,90m ó dos camas individuales de 0,90x1,90m
 - Dos butacas o sillas

- Dos mesitas de noche
 - Un armario
 - Una mesa
 - Habitación individual
 - Cama de 1,90x0,90m
 - Una mesita de noche
 - Una butaca o silla
 - Un armario
 - Una mesa
5. Servicios
- Desayunos
 - Limpieza diaria
 - Lavandería y planchado
 - Información turística del entorno
6. Todos los hoteles rurales contarán con un bar y con un salón, que podrá tener uso exclusivo de salón o compartido con el de comedor.

Los hoteles rurales se clasificarán en una, dos o tres hojas, en función de los servicios que presten y la calidad de los mismos. Nuestro hotel va a solicitar la clasificación como hotel rural de dos hojas (categoría media); por lo que debemos cumplir las siguientes medidas:

- Vestíbulo con recepción
- Aire acondicionado
- Servicios sanitarios independientes para señoras y caballeros, de uso general.
- La superficie de las habitaciones dobles será de 13m² y la de las individuales será de 7m²
- Caja fuerte general

7.10. AUTORIZACIONES Y DISPENSAS. REQUISITOS LEGALES

De conformidad con lo dispuesto en el artículo 25 de la Ley 1/1999, de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid, estarán sujetos a la obtención de autorización turística todos los establecimientos que prestan el servicio de alojamiento turístico en el medio rural.

La autorización se emitirá por la Dirección General de Turismo sin perjuicio de las autorizaciones y licencias de los Organismos competentes en la materia y se entenderá vigente mientras no se alteren las circunstancias que dieron lugar a su emisión.

Se debe realizar una inscripción en el Registro General de Empresas y Entidades Turísticas. La inscripción en el Registro tendrá carácter obligatorio para las empresas de alojamiento y se efectuará de forma automática por la Dirección General de Turismo, una vez otorgada la correspondiente autorización y clasificación turística.

Los titulares de establecimientos de alojamiento de turismo solicitarán la autorización y clasificación, junto con la petición motivada de las dispensas que, en su caso, se estimen convenientes ante la Dirección General de Turismo, aportando la siguiente documentación:

- Documento acreditativo de la personalidad física o, en su caso, jurídica del titular de la explotación.
- Copia de la escritura de propiedad del inmueble o, en su caso, copia del contrato de arrendamiento, con autorización expresa para dedicarlo a la actividad de hospedaje, o cualquier otro título que acredite su disponibilidad como alojamiento turístico.
- Planos firmados por facultativo:
 - De situación, a escala 1:500.
 - De edificación, alzado y sección.
 - De distribución interior de plantas a escala 1:100, en los que se indicará detalladamente el destino y superficie de cada dependencia.
 - De los diferentes tipos de habitaciones a escala 1:50, incluidos los cuartos de baño, instalaciones y mobiliario.
- Relación de habitaciones o apartamentos, con indicación del número que las identifica, superficie, capacidad en plazas y servicios de que están dotadas.
- Designación del director o responsable del establecimiento.
- Denominación del establecimiento.
- Cualesquiera otros documentos que apoyen la propuesta de clasificación del establecimiento en el grupo, modalidad y categoría pretendidos.

7.11. INICIO DE LA ACTIVIDAD DE HOTELES, PENSIONES Y TURISMO RURAL

Se trata de una declaración responsable para el inicio de la actividad de los establecimientos turísticos de alojamiento en sus modalidades de Hotel, Hostal, Casa de Huéspedes, Hostal, Hotel Rural, Casa Rural y Apartamento Rural, así como sus posteriores modificaciones.

Los requisitos que debe cumplir son:

- Que es Establecimiento cumpla con los requisitos establecidos en las normas aplicables.
- Que comunicará los ceses de actividad, cambios de denominación o cualquier otra modificación de los datos contenidos en la Declaración inicial a la Dirección General de Turismo de la Comunidad de Madrid.
- Que cuente con los preceptivos permisos y licencias exigibles por otras Administraciones y Organismos Públicos.



7.12. FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD

La fecha inicialmente elegida para comenzar con el negocio es a principios del año 2016. Se ha establecido esta fecha puesto que el año 2015 parece estar siendo, según los expertos, el año en el que se comienza a salir de la crisis mundial económica, y se empieza a genera empleo y nuevos negocios.

Al ser una empresa nueva, es una buena opción crearla cuando se está saliendo de la crisis, puesto que al encontrarse el mercado muy parado, se podrá aprovechar el repunte del consumo.

7.13. FORMA JURÍDICA DE LA EMPRESA

Para la elección de la forma jurídica de nuestra empresa, primero vamos a explicar en qué consiste cada una de las existentes.

Dado que nuestro negocio tendrá un solo socio, descartamos directamente las formas jurídicas que necesiten más de un socio.

TIPO DE EMPRESA	NÚMERO MÍNIMO DE SOCIOS	RESPONSABILIDAD	CAPITAL MÍNIMO	RÉGIMEN DE SEGURIDAD SOCIAL DE LOS TRABAJADORES	FISCALIDAD	NÚMERO DE TRABAJADORES	LEGISLACIÓN BÁSICA
Autónomo	1	Ilimitada, con todos sus bienes presentes y futuros	No hay	Régimen especial de Trabajadores Autónomos	IRPF	No hay límite	Código de Comercio
Sociedad limitada	1	Limitada a la aportación de capital social	3006€ Totalmente suscrito y desembolsado desde el inicio	Régimen General o Autónomos	Impuesto de Sociedades	No hay límite	Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. Reglamento del Registro Mercantil (Art175 yss)
Sociedad limitada Nueva empresa	Entre 1 y 5	Limitada a la aportación de capital social	3012€-102.202€ mediante aportaciones dinerarias	Régimen General o Autónomos	Impuesto de Sociedades	No hay límite	Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio
Sociedad anónima	1	Limitada a la aportación de capital social	3000€ (SLL) totalmente suscrito y desembolsado desde el inicio 60.000€ (SAL)	Régimen General o Autónomos	Impuesto de Sociedades	No hay límite	Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio

Tabla 30: Tipos de formas jurídica. Fuente: Elaboración propia

Elegimos como la opción más adecuada para nuestra empresa la forma jurídica de sociedad limitada. Se selecciona esta opción puesto que limita la responsabilidad al capital aportado y el socio evita responder con su patrimonio ante las deudas de su negocio. Además de esto, el número de socios necesario para formarla es solo uno, y el capital necesario a aportar es solamente de 3.006€. Por último, el número de trabajadores que se podrá tener es ilimitado.

Resumiendo, las características de la sociedad limitada son las siguientes:

- Responsabilidad frente a acreedores limitada al capital social y a los bienes a nombre de la sociedad
- Relativa sencillez en cuanto a trámites burocráticos, con una gestión más sencilla que la de una sociedad anónima
- Capital social exigido relativamente bajo, 3000€
- Los costes de constitución son asequibles, del orden de 600€, sin contar la aportación de capital social
- Debe elaborarse escritura ante Notario e inscribirse en el Registro Mercantil
- A partir de cierto nivel de beneficios o rendimientos, del orden de 40.000€, los impuestos son menores que los del autónomo, ya que el impuesto de sociedades es fijo (25%)

7.14. TRÁMITES SOCIEDAD LIMITADA

7.14.1. Trámites de constitución de la sociedad

*Certificado negativo del Nombre

Es una certificación acreditativa de que el nombre elegido para la sociedad no coincide con el nombre de otra ya existente. Hay que presentar en el Registro Mercantil la instancia oficial con los nombres elegidos.

El precio de este proceso es de 25,88€.

*Apertura de cuenta bancaria a nombre de la sociedad

Una vez tengamos el certificado de denominación, debe acudir a una entidad bancaria para abrir una cuenta a nombre de la Sociedad en constitución, ingresando el capital mínimo inicial de la sociedad. El banco entregará un certificado que habrá que presentar al Notario.

*Elaboración de los Estatutos y Escritura de Constitución

Los estatutos son las normas que van a regir la sociedad. En nuestro caso, los redactará un abogado y a continuación pasaremos por el notario para firmar la escritura de constitución de la sociedad.

El precio de este proceso, incluye la redacción de los estatutos y la firma notarial, y es de 210,45€.

***Liquidación del Impuesto de Trámites Patrimoniales**

Es un impuesto que grava la constitución. Hay que pagar un 1% del capital inicial. Se debe presentar en la Conserjería de Hacienda, en un plazo de 30 días hábiles a partir del otorgamiento de la escritura; el impreso 600, primera copia y copia simple de escritura de constitución y fotocopia del CIF provisional.

El precio por la liquidación del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales e Impuestos de Actos Jurídicos es de 30,06€.

***Inscripción en el Registro Mercantil**

La Sociedad Limitada debe presentarse a inscripción en el plazo de dos meses desde el otorgamiento de la escritura de constitución por el notario. Habrá que presentar el certificado de denominación del Registro Mercantil Central, primera copia de la escritura y ejemplares del modelo 600.

Una vez inscrita, la sociedad adquiere personalidad jurídica.

El precio por la inscripción en el registro mercantil es de 123,78€.

La legalización y sellado de libros en el registro mercantil incluye, instancia en el registro mercantil por 0,30€; el libro de actas y socios por 30,10€ y la legalización de los libros en el registro mercantil por 19,52€.

7.14.2. Trámites en Hacienda

***Solicitud del Código de Identificación Fiscal (CIF)**

Sirve para identificar la sociedad a efectos fiscales. Hay que presentar en la Administración o Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria correspondiente al domicilio fiscal de la Sociedad, el impreso modelo 036, original y copia simple de la escritura de constitución y fotocopia del DNI solicitante.

***Alta en el Impuesto de Actividades Económicas**

Es un tributo de carácter local que grava el ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas, se ejerzan o no en el local. Es obligatorio para toda sociedad, empresa o profesional.

Están exentos de pago las personas físicas, sociedades civiles y mercantiles, que tengan un importe neto de la cifra de negocios inferior a 1.000.000€.

Si está exento de pago, se presentará el modelo 036 de Declaración Censal, en la Administración o Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria, en el plazo de un mes desde el inicio.

***Declaración Censal (IVA)**

Es la declaración de comienzo que han de presentar a efectos fiscales las empresas, los profesionales y otros obligados tributos.

Se debe presentar en la Administración de Hacienda o Delegación el modelo oficial 036, el NIF y el Alta en el IAE, antes del inicio de la actividad.

7.14.3. Trámites en el Ministerio de Trabajo

***Afiliación y Alta en el Régimen de Autónomos**

Es un régimen especial de la Seguridad Social obligatorio para los trabajadores por cuenta propia y para los socios y trabajadores de sociedades civiles y mercantiles.

Se debe presentar en la Tesorería General de la Seguridad Social el Documento de afiliación, parte de alta de asistencia sanitaria, parte de alta de cotización por cuadruplicado, fotocopia de alta en el IAE, fotocopia del DNI y del contrato, y el CIF; en los 30 días naturales siguientes al inicio de la actividad.

***Solicitud del número de patronal**

Sólo debe hacerse cuando se va a contratar algún trabajador. Se debe presentar el impreso de inscripción de empresas por triplicado, NIF del titular o copia de la escritura de constitución, contrato de asociaciones o Mutua de accidentes de trabajo, impresos de alta del trabajador contratado y alta en el IAE.,

Hay que presentarlo antes de que el trabajador comience su actividad en la Tesorería General de la Seguridad Social.

***Comunicación de Apertura del Centro de Trabajo**

Deben realizarla aquellas empresas que proceden a la apertura de un nuevo centro de trabajo.

Se deben presentar en la Dirección Provincial de Trabajo, Seguridad Social y Asuntos Sociales, el modelo oficial por cuadruplicado con los datos de la empresa, datos del centro de trabajo, datos de la plantilla y datos de la actividad que se desarrolla en los 30 días siguientes al inicio de la actividad.

***Solicitud del Libro de Visitas**

Debe diligenciarse en la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social antes de empezar la actividad.

En la actualidad puede sustituirse por el alta en el Libro de Visitas electrónico.

7.14.4. Trámites en el Ayuntamiento

*Licencia de actividades e instalaciones (Apertura)

Es una licencia municipal que acredita la adecuación de las instalaciones proyectadas a la normativa urbanística vigente y a la reglamentación técnica que puede serle aplicable.

Se debe presentar, antes de abrir el local, la siguiente documentación: impreso normalizado, alta en el IAE, contrato de arrendamiento o escritura de propiedad, NIF del solicitante o escritura de la sociedad y CIF, memoria descriptiva de la actividad y del local, planos de planta y sección del local, plano o croquis de la situación del local y presupuesto de las instalaciones.

Deberá presentarse en la Junta Municipal de Distrito o Gerencia Municipal de Urbanismo.

7.15. PROTECCIÓN JURÍDICA

La protección jurídica de una empresa es una forma de mantener el control de las gestiones legales sin el perjuicio de perder el tiempo y dinero para alcanzar la resolución.

Se han pedido varios presupuestos a diferentes compañías aseguradoras, contratando finalmente el seguro de responsabilidad civil y penal de Mapfre. Se adjunta en un anexo la información dada por la compañía.

7.16. PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

La Ley del Estatuto de trabajo autónomo establece una serie de derechos y obligaciones en materia de prevención de riesgos laborales.

En el Boletín Oficial del Estado (BOE) se define como riesgo laboral la posibilidad de que un trabajador, en el desempeño de su jornada de trabajo habitual, sufra un determinado daño. Los riesgos laborales pueden provocar: accidentes laborales, enfermedades profesionales, fatiga física y mental e insatisfacción.

Las instalaciones y edificios contarán con las medidas de seguridad e higiene contempladas en el proyecto, referidas principalmente a: sistemas contra incendios, aparatos a presión como calderas, aparatos a gas, instalaciones eléctricas, evacuación del edificio, calefacción y aire acondicionado y equipos mecánicos.

España se legisló en el terreno de la salud y de la seguridad en el trabajo y creó la Ley 31/1995 de prevención de riesgos laborales.

En el Boletín Oficial del Estado (BOE) se releja la entrada en vigor de la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES supone que a partir de ese momento, entre otros aspectos, las actuaciones que debían y deben efectuarse para mantener una protección eficaz de las personas empleadas en cuanto a su seguridad y salud en el lugar de trabajo, se acometan desde una perspectiva más remarcadamente preventiva y más centrada en la propia empresa. En este sentido, la Ley establece que la dimensión preventiva ha de

asumirse en todo el orden jerárquico de la organización de la empresa y en todos los ámbitos del proceso productivo o de prestación de servicios, siendo pilar fundamental la participación de los trabajadores/as, incluyendo su cooperación para el logro de las mejores cotas en materia de prevención de los riesgos laborales.

Por otro lado, está en Real Decreto 17/1997, Reglamento de los Servicios de Prevención.

La entrada en vigor del Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, de SERVICIOS DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES. Reglamento, supone que se han completado los criterios legales en materia de prevención de riesgos laborales, entre otros temas, en la evaluación de riesgos, aspecto importante de la acción preventiva.

7.17. POSIBLES RIESGOS Y MEDIDAS DE PREVENCIÓN A ADOPTAR

- Caídas

Los suelos sucios o resbaladizos, la existencia de obstáculos o la falta de iluminación pueden provocar daños. Para prevenirlos se debe caminar despacio y sin correr, tener una buena iluminación, liberar de obstáculos las zonas de paso y las salidas de emergencia, limpiar todo correctamente y señalar con carteles indicativos de “suelo mojado”.

- Caídas a distinto nivel

Las caídas en las escaleras, en los accesos a niveles elevados o en los altillos pueden evitarse manteniendo limpias las escaleras, colocando barandillas, usando escaleras homologadas y no trabajando cerca de los desniveles.

- Cortes y amputaciones

En la cocina de un negocio de hostelería hay numerosos aparatos que pueden causar daño como las picadoras, las máquinas de alimentación manual, contadoras, cuchillos, latas, vidrios...

Para evitar esto, sólo deben utilizar esta maquinaria las personas designadas y formadas para ello, además se comprará maquinaria que podrá el marcado CE, y cuchillos con mango antideslizante.

- Quemaduras

El contacto directo con superficies, objetos, líquidos o gases calientes puede causar quemaduras.

Las medidas preventivas serán: orientar los mangos de tal forma que no entorpezcan la zona de trabajo, efectuar el cambio de aceite en frío, utilizar encendedores específicos y apropiados, limpiar de grasas las inmediaciones de las freidoras, no llenar



los recipientes hasta arriba, comprobar los termostatos antes de introducir los alimentos y utilizar equipos de protección individual.

- Contactos eléctricos

Las instalaciones eléctricas defectuosas, maquinaria o herramientas dañadas, los cables dañados, los dispositivos de conexión, los sistemas de alumbrado eléctrico, la utilización de equipos eléctricos y manipulación de instalaciones eléctricas con las manos o los pies mojados son factores de riesgo.

Para prevenir esto, hay que alejar los cables y conexiones de las zonas de trabajo, no usar los aparatos con las manos mojadas, no conectar directamente cables sin clavijas, no se debe tirar del cable de utilización para desenchufar los aparatos, evitar el uso de ladrones, desconectar los aparatos en las pausas de trabajo y no verter líquidos cerca de las tomas de corriente.

- Incendios

Los incendios pueden ser provocados por presencia de materiales inflamables, líquidos y gases.

No se deben almacenar productos combustibles e inflamables aislados y alejados de las zonas de trabajo, dotar el lugar de trabajo con sistemas de extinción y detección de incendios y mantener libres las salidas de emergencia y bien señalizadas.

Además de todo esto, se debe tener en cuenta el Real Decreto 2177/1996 de condiciones de protección contra incendios de los edificios.



CAPÍTULO 8 : PLAN DE RECURSOS HUMANOS

8. PLAN DE RECURSOS HUMANOS

8.1. INTRODUCCIÓN

Para una empresa de nueva creación, el capital humano es el activo más importante, sobre todo porque se pretende dar un trato personalizado y de gran calidad a nuestros clientes.

Se trata de una cuestión de vital importancia puesto que el trabajador está en constante contacto directo con el consumidor final. La calidad del servicio y la imagen de la marca que queremos crear en la mente de los clientes, depende en gran medida del trato que éstos recovan por parte de los trabajadores.

Además, la gestión de recursos humanos, actúa como nexo entre la estrategia de la empresa y las personas que la integran. Por eso, en esta empresa, seremos exhaustivos tanto en la organización interna, como en la clara definición del perfil correspondiente a cada puesto, así como en la posterior formación continua de nuestra plantilla.

Queremos formar un grupo sólido, que represente la mejor publicidad para nuestra empresa.

En este apartado, se desarrollarán los siguientes temas:

- Necesidades de personal: Se analizarán los puestos de trabajo que serán necesarios para la puesta en marcha de la empresa, tanto a corto plazo como a largo plazo.
- Descripción de los puestos de trabajo: Una vez definidos los puestos a cubrir, será necesario aclarar cuáles serán las tareas que cada uno de ellos implica, de forma que no haya ninguna duda cuando se contrate al personal.
- Perfil buscado: Se marcará un perfil para cada puesto de trabajo, de forma que se puedan descartar los que no cumplan las exigencias definidas.
- Políticas de contratación: Se definirá la forma en la que los candidatos serán contratados y cómo serán las fases para acceder al puesto.
- Salarios: Se explicará cada uno de los salarios que recibirá cada uno de los trabajadores.
- Organigrama: Se realizará con el fin de plasmar gráficamente las distintas áreas y funciones de la empresa.

8.2. NECESIDADES DE PERSONAL

En un negocio no demasiado grande, como es un alojamiento rural, el encargado asume la mayoría de las funciones, tanto las visibles, como las invisibles, para el cliente.

Lo normal en estos casos, es que el emprendedor sea el propietario del alojamiento rural, por lo que se hace imprescindible que al emprendedor del negocio le guste desarrollar su trabajo y disfrute con ello.

Las funciones y tareas básicas que se deberán cubrir con los puestos de trabajo serán:

- Recepción e información a los clientes
- Limpieza, lavandería y cualquier tarea relacionada con la correcta preparación e higiene de las habitaciones y los servicios comunes del hotel.
- Servicio de restauración
- Labor comercial para la captación de los clientes
- Organización de excursiones, cursos y actividades
- Tareas de la granja y la huerta

Dado que ya conocemos las necesidades básicas que habrá que cubrir, podemos marcar los puestos necesarios:

- Director del alojamiento
- Cocinero
- Ayudante de cocina
- Camareros
- Personal de limpieza
- Lavandería
- Limpieza y cuidado de los animales de la granja y de la huerta
- Monitores de las actividades

Las necesidades de puestos a cubrir para el buen funcionamiento de nuestra empresa son las siguientes:

PUESTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Director	1	1	1	1
Cocinero	1	1	1	1
Ayudante de cocina	0	1	1	1
Camarero	2	2	2	2
Limpieza	1	2	2	2
Cuidado de huerto y granja	1	1	1	1
Monitores de actividades de huerto y granja y actividades ecuestres	1	1	1	1

Tabla 31: Número de puestos necesarios. Fuente: Elaboración propia

Los puestos de trabajo se estudiarán de nuevo más adelante por si se van aumentando en función de las necesidades y del paso del tiempo, puesto que suponemos que nuestro negocio irá cogiendo fuerza e irá aumentando.

El ayudante de cocina se contratará en momentos puntuales, así como camareros extraordinarios durante el primer año.

Como se puede observar en la tabla 11, para el segundo año, se contará con una persona más para la limpieza, así como con un ayudante de cocina.

Para los siguientes años, no se ha contado, en principio con hacer nuevas contrataciones, pero este es un tema que será necesario tratar de nuevo en numerosas ocasiones a lo largo del tiempo, puesto que las necesidades de personal deben adecuarse al número de clientes existentes en el negocio, de forma que se les pueda dar el trato merecido y ofrecido.

Los servicios de lavandería, tanto del alojamiento como del restaurante, serán subcontratados a través de una empresa del entorno, que venga a recoger cada dos varios día, en función de la necesidad, la ropa del alojamiento y del restaurante. Se ha optado por subcontratar este servicio, puesto que consideramos que la limpieza que se puede hacer en este tipo de empresas es superior a la que se haría en una lavadora normal, ya que ellos también realizan la desinfección de la ropa.

En temporada alta, se contratará una recogida de ropa cada tres días, de forma que no haya ningún momento en el que el alojamiento no esté cubierto en este tipo de necesidades. Por otro lado, en temporada baja, tan solo se tendrá una recogida de ropa por semana, puesto que se supone que la clientela disminuirá considerablemente durante este período. El día de recogida durante esta temporada será el jueves o el viernes, de forma que para el fin de semana siempre esté todo limpio y disponible, ya que este será el momento en el que el alojamiento tenga más huéspedes.

La empresa también contará con un asesor externo, que llevará todo el tema laboral (contrataciones, seguros sociales, nóminas...), fiscal (declaraciones trimestrales y resúmenes anuales del IVA e IRPF), contabilidad y tramitación de ayudas y subvenciones varias para la empresa (por constitución, contratación e innovación)

8.3. DESCRIPCIÓN DE LOS PUESTOS DE TRABAJO

Director del alojamiento

○ Funciones

- Coordinar el resto de puestos de trabajo
- Selección del personal adecuado para cada puesto
- Dirigir, controlar y supervisar el funcionamiento general del alojamiento
- Gestionar los activos de la empresa
- Definir y aplicar estrategias de marketing
- Revisar la previsión de ventas y beneficios realizada por una gestoría

- Supervisar el aprovisionamiento para los clientes, la granja, el huerto...
 - Gestionar las reservas
 - Recibir y atender a los clientes
 - Solucionar los problemas que puedan surgirle a algún usuario
- Medios de trabajo
 - Teléfono móvil
 - Teléfono fijo
 - Ordenador y sus componentes
 - Lugar de trabajo
 - Despacho situado en el alojamiento
 - Recepción

 **Cocinero**

- Funciones
 - Confeccionar del menú diario y la carta
 - Elaborar de los platos del menú y la carta
 - Mantener la limpieza y el orden de su puesto de trabajo
 - Coordinar con el director las compras necesarias
- Medios de trabajo
 - Menaje de cocina
 - Electrodomésticos
 - Alimentos de primera calidad
 - Alimentos de la granja y los árboles frutales
- Lugar de trabajo
 - Cocina

 **Ayudante de cocina**

- Funciones
 - Ayudar al jefe de cocina a elaborar los platos del menú y la carta
 - Mantener la limpieza y el orden del puesto de trabajo
- Medios de trabajo
 - Menaje de cocina
 - Electrodomésticos
 - Alimentos de primera calidad
 - Alimentos de la granja y los árboles frutales
- Lugar de trabajo
 - Cocina

 **Camarero de barra**

- Funciones
 - Servir las bebidas a los clientes

- Mantener el puesto de trabajo limpio y ordenado
- Mantener limpio el menaje
- Ayudar a vestir las mesas del salón-comedor
- Medios de trabajo
 - Bebidas
 - Menaje
- Lugar de trabajo
 - Barra
 - Salón-comedor

 Camarero de sala

- Funciones
 - Servir las comidas a los clientes
 - Mantener limpio y ordenado su puesto de trabajo
 - Vestir las mesas
 - Dejar el comedor preparado para el siguiente turno de comidas
 - Cubrir al camarero de barra en momentos puntuales
- Medios de trabajo
 - Platos de comida
 - Bandeja
 - Libreta y bolígrafo para las comandas
- Lugar de trabajo
 - Salón-comedor
 - Barra

 Limpieza

- Funciones
 - Limpieza del alojamiento
 - Limpieza de las habitaciones
 - Cambio de lencería de las habitaciones
 - Coordinar con el director las compras necesarias
- Medios de trabajo
 - Material de limpieza
- Lugar de trabajo
 - Habitaciones
 - Zonas comunes del alojamiento

 Cuidado del huerto y la granja

- Funciones
 - Cuidado de los animales
 - Cuidado del huerto y los árboles frutales
 - Alimentar a los animales
 - Regar el huerto y los árboles
 - Coordinar con el director las necesidades de alimento de los animales y las compras necesarias
 - Mantener al día todas las vacunas de los animales

- Medios de trabajo
 - Utensilios para el jardín y el huerto
 - Medicinas para los animales
 - Alimentos para los animales
 - Fertilizantes
 - Lugar de trabajo
 - Granja
 - Huerto
 - Cuadra
- ✚ Monitores
- Funciones
 - Coordinar las actividades
 - Mantener el orden y la limpieza
 - Medios de trabajo
 - Animales
 - Huerto
 - Árboles
 - Lugar de trabajo
 - Huerta
 - Granja

8.4. PERFIL BUSCADO PARA CADA PUESTO

Es necesario describir cuál es el perfil del candidato que la empresa busca para cubrir cada uno de los puestos concretos.

- Director del alojamiento
 - Capacidad de comunicación y organización
 - Capacidad de mando
 - Persona joven con carrera universitaria capaz de llevar una empresa
 - Persona emprendedora que le guste el medio rural
 - Compromiso con la empresa
 - Dominio del inglés
- Cocinero
 - Estudios relacionados con la cocina (Escuela de Cocina)
 - Experiencia previa demostrable
 - Capacidad de trabajar bajo presión
 - Capacidad de esfuerzo en el primer año para conseguir el despegue de la empresa
 - Capacidad de trabajar en equipo
- Ayudante de cocina
 - Persona recién salida de la Escuela de Cocina
 - No necesaria experiencia previa



- Ganas de aprender
- Capacidad de trabajar en equipo
- Posibilidad de trabajar únicamente de forma esporádica durante el primer año

- Camareros
 - Experiencia previa de varios años demostrable
 - Trato amable y educado con los clientes
 - Buena presencia
 - Capacidad de trabajar bajo presión
 - Capacidad de esfuerzo durante el primer año para conseguir el despegue de la empresa
 - Capacidad de trabajar en equipo

- Limpieza
 - Persona amable y educada
 - Conocimiento de los productos de limpieza
 - Manejo de herramientas de limpieza
 - Capacidad de coordinación

- Cuidado del huerto y la granja
 - Facilidad en el trato con los animales
 - Experiencia previa en este sector
 - Persona del pueblo, en paro o jubilada
 - Conocimientos básicos de agricultura y ganadería

- Monitores
 - Facilidad en el trato con los animales
 - Amable y educado
 - Facilidad en el trato con los niños
 - Se valorará positivamente conocimientos de educación infantil
 - Carácter abierto, comunicativo y alegre
 - Dotes pedagógicas
 - Capacidad de animación y entretenimiento
 - Ganas de aprendizaje sobre ganadería y agricultura

También se tendrá en cuenta perfiles de personas del pueblo jubiladas o en paro, que tengan conocimientos sobre la huerta o la granja y puedan hacerse cargo de ella y de las actividades que se realicen. Además también se buscará a personas del pueblo que puedan hacerse cargo de la cocina, realizando platos tradicionales.

8.5. POLÍTICAS DE PERSONAL

Nos basaremos en las políticas de selección, formación y motivación

8.5.1. Políticas de selección

- Reclutamiento

Los métodos que utilizaremos para reclutar a nuestra mano de obra serán mediante fuentes internas y externas. Como fuentes internas tendremos a los trabajadores de la propia empresa, que podrían ascender, o familiares o personas recomendadas por los trabajadores. Como fuentes externas, tendremos las bolsas de trabajo de las escuelas, universidades o asociaciones; las empresas de trabajo temporal como Adecco o Ranstad, las oficinas de colocación y los portales de internet especialistas en encontrar personas con experiencia en el sector como infojobs. También tendremos como fuente externa a las personas del pueblo que estén en paro o jubiladas, o sean amas de casa. El periodo necesario para esta fase y la selección de cara al inicio de la actividad comenzará 6 meses antes.

El candidato deberá entregar su currículum actualizado, además de su certificado de estudios, en caso de que fuera necesario para ese puesto. Además de esto, deberá rellenar la hoja de solicitud, donde proporcionará cierta información de cara a ser considerado en el proceso selectivo. En esta solicitud de empleo deberá completar:

- Datos personales: Nombre completo, edad, sexo, nacionalidad, domicilio, estado civil y fecha de nacimiento
- Escolaridad: Escuelas por las que ha pasado y la dirección, la fecha y los documentos recibidos durante la estancia en la misma.
- Conocimientos generales: idiomas, funciones de oficina que maneja, programas informáticos...
- Empleo actual y anteriores
- Otros datos de interés
- Firma del solicitante

Se recibirán en torno a 20 o 30 solicitudes de empleo para cada uno de los puestos de trabajo.

Además de esto, queremos destacar que nuestro proceso de reclutamientos será un programa permanentemente abierto, y que dará su fruto cuando la organización necesite iniciar una selección y cubrir un puesto de trabajo. De esta forma, cuando sea necesario cubrir una vacante, el proceso de atracción de candidatos no retrasará en exceso la iniciación de la etapa específica de selección.

- Recepción

Se hará una preselección previa a través de la cual se descartarán los candidatos que no cumplan con el perfil buscado. Se seleccionarán entre 6 y 7 candidatos.

El resto de currículos que contengan algo que nos pueda interesar en un futuro, se guardarán a modo de bolsa de trabajo

- **Selección**
Se realizarán entrevistas personales a los candidatos seleccionados, y de esta forma, conoceremos de un modo directo y personal a la persona. Se trata de conocer su manera de actuar y expresarse. Será una entrevista profunda, que contienen un conjunto de preguntas las cuales cubren distintas áreas de la vida del candidato y que están relacionadas con la vacante que desea ocupar. Estas preguntas estarán estructuradas de tan forma que el aspirante diga todo lo que desee al contestarlas. También cabe la posibilidad de realizarles unas pruebas prácticas al puesto a desarrollar
- **Negociación**
Si el candidato pasa todas las fases previas, se comprobará vía telefónica las referencias que nos haya dado.
Si todo sigue siendo favorable, se le informará debidamente de las cláusulas de su contrato, y el día de la firma tendrá la oportunidad de leerlo entero.
- **Socialización**
Será muy importante para que el equipo pueda adaptarse a los cambios, manteniendo una relación positiva y de colaboración.
Para favorecer esto, el director del alojamiento asesorará al recién incorporado, explicándole cuáles serán sus responsabilidades para poder conseguir la integración total en el menor tiempo posible.

8.5.2. Políticas de formación

El aprendizaje y la formación continua son relevantes tanto para la satisfacción del empleado como para la mejora de la calidad del servicio. En las primeras contrataciones, se optará por perfiles cualificados para evitar un desembolso inicial demasiado alto en formación.

8.5.3. Políticas de motivación

Se tendrá relación entre los miembros de la plantilla, tanto de forma ascendente como de forma descendente.

Se tendrá una política de comunicación que fomente el compañerismo, la eficiencia y la motivación. Se tendrán tanto comunicaciones por escrito, como audiovisuales y electrónicas, además de reuniones, cartas al personal, etc.

Las herramientas de motivación que se usarán serán el buen trato laboral, un clima laboral favorable, comunicativo y que potencie las relaciones humanas; la posibilidad de mejorar y ascender en su puesto de trabajo; y tener en cuenta el esfuerzo de los empleados y recompensarlos por ello.

El jefe siempre tendrá una actitud activa en el proceso de motivación de los empleados.

8.6. ORGANIGRAMA

El organigrama es la plasmación gráfica de las distintas áreas de la empresa, funciones y departamentos en los que se divide la organización, en nuestro caso concreto, una empresa de turismo rural.

De la confección del organigrama, dependerán las jerarquías y dependencias, por autoridad o funcionales, de cada uno de los puestos que integran la actividad empresarial, así como las responsabilidades de cada uno de esos puestos.

Queremos tener profesionales con capacidad de autonomía para realizar su trabajo, siendo supervisados por el director general. El director general es el puesto del que dependen todos los demás, siendo el encargado de controlar todos los aspectos más importantes de la empresa.

El organigrama de nuestra empresa será:

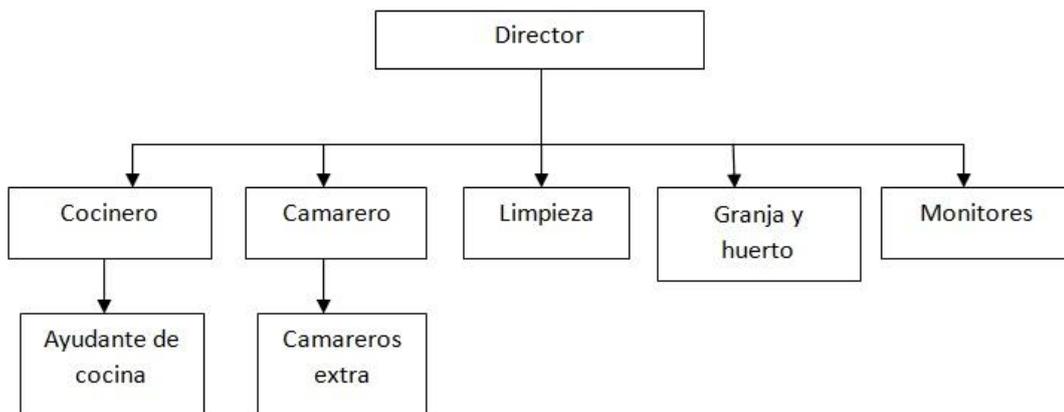


Ilustración 9: Organigrama de la empresa. Fuente: Elaboración propia

Como se puede ver, el director es el puesto principal, como ya se ha comentado anteriormente.

El cocinero será el responsable del ayudante de cocina, siendo el principal encargado de supervisar su tarea, así como de enseñarle cuando entre en la empresa y favorecer su completa integración.

Del mismo modo, los camareros serán los responsables de los extras que se contraten para temporada alta o fines de semana. Como serán personas que se contraten solo para unos días, los camareros tendrán que favorecer su integración y ayudarles a adaptarse lo más rápido posible al funcionamiento de la empresa para que su tarea sea beneficiosa para ésta.

Los demás puestos de trabajo no tendrán a nadie a su cargo.

El inconveniente que podría tener este tipo de modelo de organización es que si en algún momento falta el director, y surge algún problema, los empleados tendrán que hacerse cargo en solitario de ello y no podrán consultarle.

Sin embargo, encontramos un mayor número de ventajas, como podrían ser:

- Todos los empleados, excepto el ayudante de cocina y el camarero extra, están al mismo nivel en la empresa, por lo que evitamos la competitividad negativa entre ellos.
- El ayudante de cocina, al ser enseñado por el cocinero, podrá sustituirle cuando éste falte
- El camarero extra tendrá la capacidad de sustituir al camarero, en caso de que haga falta, puesto que ha sido enseñado por él y conocerá todos los procedimientos.

8.7. BENEFICIOS SOCIALES

- Se dará a los empleados noches gratis en el hotel para que las pasen con su familia en temporada baja
- Se proporcionará a los empleados grandes descuentos para el hotel en temporada alta
- Las comidas de todos los empleados durante su jornada de trabajo se realizarán en el hotel
- Se entregará a cada empleado una cesta de navidad
- Se proporcionará a cada empleado la posibilidad de realizar cursos de formación que les permitan mejorar y ascender en su puesto de trabajo
- Se celebrará el día de las familias en el hotel, donde cada empleado podrá enseñar a sus familiares más cercanos el funcionamiento del hotel y su puesto de trabajo

8.8. POLÍTICAS DE EMPRESA

- Se permitirán dos días de falta por enfermedad. El procedimiento será avisar a la empresa y traer un justificante medico el día de la reincorporación. Para más días de falta, será necesaria la baja médica.
- Cada empleado contará con tres días de asuntos por motivos personales. Para poder solicitar estos días será necesario hacerlo con 15 días de antelación.
- Se concederán dos meses de baja por maternidad
- Se concederán dos días de permiso por enfermedad de un familiar directo
- Se concederán dos días de permiso por fallecimiento de un familiar directo
- El día de pago será entre el 1 y el 5 de cada mes
- La empresa será la encargada de buscar un sustituto para los días libres y las vacaciones de los empleados

- Igualdad de oportunidad de empleo: no se debe discriminar a los trabajadores en ninguna circunstancia. Si algún trabajador se sintiese discriminado por algún compañero o cliente, deberá acudir de forma inmediata al director del hotel y comunicarle la situación.
- Política anti-acoso: no se consentirá ningún tipo de acoso sexual, racial, personal, de edad... Cualquier persona que esté recibiendo cualquier tipo de acoso deberá remitir un escrito formal al director del hotel, que se pondrá de forma inmediata con el tema y tratará de buscar una solución lo más rápida posible.
- Política de ascensos: Para ascender en un puesto de trabajo, será necesario haber estado en el puesto anterior al menos un año. Una vez pasado ese tiempo, si quedase libre el puesto inmediatamente superior, podría aspirar a él y sería tenido en cuenta antes que los demás aspirantes.
- Queda terminantemente prohibido el consumo de alcohol o drogas durante la jornada de trabajo. Cualquier empleado que incumpla esta norma será castigado con el despido inmediato por falta grave.
- Queda terminantemente prohibido fumar durante la jornada de trabajo. Cualquier empleado que incumpla esta norma será castigado con el despido inmediato por falta grave.

8.9. NORMAS Y PROCEDIMIENTOS PARA LOS EMPLEADOS

- Todos los empleados deberán llevar el uniforme en las condiciones adecuadas. Para ellos se suministrará a cada empleado dos uniformes, uno para verano y otro para invierno. Cada trabajador deberá encargarse de la limpieza de su ropa de trabajo para su jornada laboral.
- Todos los cocineros y ayudantes de cocinero deberán llevar el gorro siempre puesto, cuando se encuentren en la cocina. Se suministrará a cada empleado de la cocina varios gorros.
- Las habitaciones de los clientes deben estar limpias antes de las doce de la mañana. Para ello, se suministrará un carro al personal de limpieza para que puedan desplazarse con el material necesario. Además de esto, al final de cada turno se deberá dejar preparado y colocado todos los materiales y utensilios de limpieza. También se dará al personal de limpieza una tabla con los horarios para limpiar cada habitación.
- No se podrá mascar chicle ni comer durante la jornada de trabajo, excepto durante los descansos. Se establecerá una zona donde los empleados puedan comer en las pausas.

8.10. HORARIOS

Antes de comenzar a establecer los horarios, merece la pena hacer un apunte; y es que para el dueño de la empresa, que suele ser a su vez el director general, no existen horarios fijos. Se le puede fijar un horario de oficina para que los clientes realicen sus reservas, aunque hay que atenderles a cualquier hora a través del teléfono móvil.



Según el Convenio Colectivo de Hostelería y Actividades Turísticas de la Comunidad de Madrid, para asignar los horarios a los trabajadores debemos seguir una serie de normas.

La duración máxima de la jornada anual será de 1800 horas, siendo la duración máxima semanal de 40 horas. Se establecerán dos días de descanso a la semana, por lo que la jornada laboral será de 8 horas, pudiendo ampliarse a 9 si se llega a un acuerdo entre la empresa y el trabajador.

Entre la finalización de la jornada y el comienzo de la siguiente, deberán transcurrir al menos 12 horas.

Todos los trabajadores tendrán dos días de descanso, no necesariamente ininterrumpidos, puesto que nuestra empresa no contará con más de 15 trabajadores.

Si la persona que trabaje en la empresa contará con 30 minutos de descanso por jornada, siempre y cuando ésta exceda las 6 horas al día.

Cada trabajador contará con 30 días ininterrumpidos de vacaciones al año, pudiéndose dividir en dos períodos de 15 días cada uno siempre y cuando se llegue a un acuerdo con la empresa.

El calendario de festivos se fijará anualmente y tendrá carácter festivo y no recuperable.

A continuación, pasamos a exponer los horarios que tendrán cada uno de nuestros trabajadores en esta empresa:

Director: Tendrá un turno partido de 9:00-14:00 y de 17:00 a 20:00.

Cocinero: Tendrá un turno partido de 12:00 a 17:00 y de 20:00 a 24:00

Ayudante de cocina: Tendrá un turno partido de 12:00 a 17:00 y de 20:00 a 24:00 (Cuando sea necesario)

Camarero de barra: Tendrá un turno de 12:00 a 21:00

Camarero de sala: Tendrá un turno partido de 12:00 a 17:00 y de 20:00 a 24:00

Limpieza: Tendrá un turno de 8:00 a 15:00

Cuidado de huerto y granja: Tendrá un turno partido de 9:00 a 14:00 y de 17:00 a 20:00

Monitores: Los monitores tendrán un horario de seis horas, pero puede no ser igual de una semana a otra. Se creará en función de las actividades contratadas por los clientes. En principio, su horario será de 10:00 a 14:00 y de 17:30 a 19:30.

Como se puede observar, tanto el cocinero como el ayudante de cocina, así como los dos camareros, tienen un horario de 9 horas al día.

Por otro lado, el personal de limpieza no tendrá un horario de 8 horas al día, sino de 7 horas. Este horario podrá sufrir alguna modificación, en cuanto a pasar de ser horario de mañana a horario de tarde, siempre con previo aviso. En el segundo año, cuando se haga la contratación

de la segunda persona para la limpieza, se establecerá una persona con horario de mañana y otra con horario de tarde. La persona de tarde tendrá un horario de 15:30 a 22:30.

8.11. SALARIOS

En general, se intentará que los salarios sean superiores a los mínimos fijados por la legislación vigente, así como los subcontratados a través de las empresas de trabajo temporal tendrán un salario acordado entre nuestra empresa y la ETT.

El salario mínimo interprofesional fija la cuantía retribuida mínima que percibirá el trabajador referida a la jornada legal de trabajo, sin distinción de sexo u edad de los trabajadores, sean fijos, eventuales o temporeros.

Para el año 2015, el Ministerio de Empleo y Seguridad Social, fijó el salario mínimo interprofesional en los siguientes valores:

- Salario mínimo diario: 21,62€
- Salario mínimo mensual: 648,60€
- Salario mínimo anual: 9080,40€

Teniendo en cuenta esto y el Convenio Colectivo de Hostelería y Actividades Turísticas de la Comunidad de Madrid, podemos establecer los salarios brutos de nuestros trabajadores.

La empresa pagará a la Seguridad Social un dinero que dependerá de factores como el tipo de contrato, el sector del trabajo o el régimen de contratación; que suele equivaler a un 30% del sueldo bruto.

Cada trabajador tendrá dos pagas extraordinarias, que se efectuarán los días 20 de junio y 20 de diciembre.

Los salarios de los trabajadores serán los siguientes:

	Tipo de contrato	Salario bruto mensual
Director	Indefinido	1.500,00 €
Cocinero	Indefinido	1.023,00 €
Ayudante de cocina	Indefinido	890,00 €
Camarero de barra	Indefinido	1.023,00 €
Camarero de sala	Indefinido	1.023,00 €
Camarero extra	Indefinido	900,00 €
Limpieza	Indefinido	800,00 €
Cuidado de huerto y granja	Indefinido	900,00 €
Monitores	Indefinido	600,00€

Tabla 32: Salarios de los trabajadores. Fuente: Elaboración propia

Además de estos empleados, se harán dos subcontrataciones:

- Lavandería Aurora: Tras pedir presupuesto en varias lavanderías, ésta es la que más nos convence. Vendría a recoger la ropa una vez al día en temporada alta y una vez cada dos días en temporada baja.

El precio es de 50,32€ por recogida e incluye la recogida de la ropa, el lavado, el planchado y la entrega en el momento indicado.

El precio al mes, con una recogida a la semana sería de 201,28€ y con una recogida cada tres días sería de 503,2€.

- Asesor fiscal: Se contratará un servicio de asesoramiento fiscal y contable, así como asesoramiento y tramitación laboral con la empresa Infosierra, que tras pedirles presupuesto nos cobrará 250€ al mes por estos servicios.

Una vez conocidos los salarios base, vamos a pasar a establecer los precios de las horas extra y los pluses.

Las horas tendrán consideración de horas extraordinarias cuando se realicen sobre la duración máxima de la jornada ordinaria. Su prestación es voluntaria, salvo pacto individual o colectivo.

El número máximo de horas extras permitido para cada trabajador es de 80 horas al año.

Se abonarán económicamente o se compensarán con descanso por pacto individual o colectivo, en los cuatro meses siguientes.

El sueldo por hora extra en nuestra empresa, será de 8€/hora.

Los pluses que se cobrarán en esta empresa serán los siguientes:

- Plus de transporte: 100€/mes Se pagará a los empleados que tengan que desplazarse una distancia superior a los 50km.
- Plus de nocturnidad: Se pagará la hora como si fuese una hora extra, 8€/hora
- Plus de asistencia y puntualidad: 100€ cada tres meses, si en esos tres meses ha habido menos de tres falta o impuntualidades.

8.12. CUANTIFICACIÓN DE GASTOS SALARIALES

Los salarios que aparecen en la tabla, son los salarios brutos, por lo que de ahí se le descontará a cada trabajador el porcentaje correspondiente del IRPF, el 4,7% que tiene que pagar el trabajador de la Seguridad Social, y el 1,65% por formación y desempleo.

La empresa deberá pagar el 23,60% del salario a la Seguridad Social, por lo que para calcular los gastos salariales deberemos tener en cuenta este pago.

Lo que la empresa debe pagar a la Seguridad Social por cada trabajador será:



- Director: 354€
- Cocinero: 241,428€
- Ayudante de cocina: 210,04€
- Camarero de barra: 241,428€
- Camarero de sala: 241,428€
- Limpieza: 188,8€
- Persona al cuidado de huerta y granja: 212,4€
- Monitor: Suponiendo una media trabajada a la semana de tres días (viernes, sábado y domingo): 141,6€

No tenemos en cuenta al camarero extra, puesto que en un primer momento no se contratará.

Por tanto, los gastos salariales por cada trabajador serían:

- Director: $1.500+354= 1.854€$
- Cocinero: $1.023+241,428= 1.264,428€$
- Camarero de barra: $1.023+241,428= 1.264,428€$ (Verano)
 $600+141,6 = 741,6€$ (Fines de semana de temporada baja)
- Camarero de sala: $1.023+241,428= 1.264,428€$
- Personal de limpieza: $800+188,8= 988,8€$
- Cuidado de huerta y granja: $900+212,4= 1.112,4€$
- Monitor: $600+141,6=741,6€$

Gastos salariales de los trabajadores en temporada alta: $1.854 + 1.264,428 + 1.264,428 + 1.264,428 + 988,8 + 1.112,4 + 741,6 + 741,6 = 9.231,684€/mes$

Gastos salariales de los trabajadores en temporada baja: $1854 + 1264,428 + 741,6 + 1264,428 + 988,8 + 1112,4 + 741,6 + 741,6 = 8.708,856€/mes$

Los gastos salariales totales del mes se calculan sumándole a lo necesario para los trabajadores, calculado en las líneas anteriores, las subcontrataciones.

Lavandería en temporada alta: una recogida cada tres días: 503,2€/mes

Lavandería en temporada baja: una recogida a la semana: 201,28€/mes

Asesoría: 250,00€/mes

Gastos salariales totales en temporada alta: $9.231,684 + 503,2 + 250 = 9.984,884€/mes$

Gastos salariales totales en temporada baja: $8.708,856 + 201,28 + 250 = 9.160,136€/mes$

Además de estos gastos, hay que tener en cuenta que en los meses de junio y diciembre, habrá un gasto extra, correspondiente a la paga extraordinaria de todas las personas que estén contratadas durante todo el año.





CAPÍTULO 9: PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

9. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

9.1. INTRODUCCIÓN

El objetivo de este apartado es realizar una descripción de las necesidades económicas de nuestro negocio y concluir si será viable su creación. Se trata de determinar la estructura económica de la empresa.

Se determinarán las inversiones iniciales necesarias para poner en marcha el proyecto empresarial, así como los criterios de amortización anuales a seguir para cada una de dichas inversiones.

También queremos determinar cuáles serán las fuentes con las que se financiará el hotel rural, realizando así el plan de financiación de la empresa.

Se estudiarán, además, los costes fijos del negocio de forma que identificaremos cuál va a ser la estructura de costes de la nueva empresa.

Todos estos cálculos serán realizados para un horizonte temporal de tres años, cuyo fin será ver la evolución del negocio a medio plazo.

9.2. INVERSIÓN INICIAL

Muebles

- Habitaciones: 25.309,79€
- Baños: 8.772,08€
- Salón: 1.757,83€
- Comedor: 3.434,55€
- Cafetería: 7.067,23€
- Cocina: 6.566€
- Vajilla: 1.542,67€
- Cubertería: 1.375,8€
- Batiría de cocina: 869,91€
- Ordenador e impresora: 385,50€

Granja

- Animales: 8.985€
- Material animales y actividades (sillas para caballos, herraduras...): 814,6€

Otros gastos

- Utensilios de huerto y granja: 3.000€
- Constitución de la Sociedad Limitada: 440,09€
- Licencia de apertura: 300€
- Diseño de página web: 1610,52€

9.3. FINANCIACIÓN

El plan de financiación va a recoger los fondos de los que dispondrá la empresa de cara a comenzar su actividad; así como, se indicará su procedencia, la forma de repartirlos y las condiciones en las que se obtienen.

Los fondos que obtendremos se dividirán en:

- Fondos propios

- Capital social

Es el dinero que debe aportar a la sociedad cada socio a cambio de la obtención de dividendos en el futuro.

Dado que nuestro negocio estará formado por un solo socio y se constituirá como sociedad limitada, el dinero mínimo que ha de aportarse es de 3.000€.

- Recursos ajenos

Se tratarán en este apartado, las aportaciones de carácter financiero realizadas por personas o entidades ajenas a la empresa, que no poseen ninguna vinculación con el negocio.

Este tipo de aportaciones puede ser de dos tipos:

- Comerciales

Son aquellos provenientes normalmente de los proveedores de maquinarias o equipos. En este caso, no contaremos con este tipo de aportaciones puesto que los pagos se harán al contado.

- Bancarios

Se pedirá un crédito bancario a Ibercaja por una cantidad de 110.000€. Se tratará de un crédito ICO Empresas y Emprendedores, correspondiente al año 2015, que tendrá un tipo de interés fijo del 5,395% y un TAE de 5,468%, y se pagará a cinco años sin carencia.

Para destinar el préstamo a financiar inversión, hay que presentar el presupuesto del proyecto de inversión a la Entidad de Crédito. Si así lo quiere la Entidad, deberá ir acompañado de las facturas proforma.

Serán 60 cuotas de 2.125,85€ al mes, lo que hacen un total pagado finalmente de 127.551,07€.

9.4. AMORTIZACIONES

La amortización es un término económico y contable, referido al proceso de distribución en el tiempo de un valor duradero.

Para calcularlo, se han utilizado las tablas de Amortización Oficiales de la Agencia Tributaria, y se ha usado el porcentaje máximo, en lugar de los años máximos.

TIPO	Importe (€)	Periodo de amortización máximo (años)	Coefficiente lineal máximo de amortizaciones (€)	Amortización anual
Maquinas restaurante	11060	8,33	12%	1327,2
Material para animales	814,6	6,66	15%	122,19
Mobiliario	40636,59	10	10%	4063,659
Material informático	385,5	5	20%	77,1
Cristalería	1200,06	2	50%	600,03
Lencería	3799,2	4	25%	949,8
Vacuno/Porcino/Ovino/Caprino	3305	4,54	22%	727,1
Equino	4750	10	10%	475
Otros animales	930	10	10%	93
Hotel	400000	50	2%	8000
Granja y huerto	100000	50	2%	2000
Aplicaciones informáticas	1610,52	3	33%	536,84
TOTAL				18.971,919

Tabla 33: Amortizaciones. Fuente: Elaboración propia

9.5. GASTOS

9.5.1. Gastos fijos

- Personal
 - Director: 1.854€/mes
 - Cocinero: 1.264,428€/mes
 - Camarero de barra: En verano 1.264,428€/mes y en fines de semana 741,6€/mes
 - Camarero de sala: 1.264,428€/mes
 - Personal de limpieza: 988.8€/mes
 - Cuidado de huerto y granja: 1.112,4€/mes
 - Monitores: 1.483,2€/mes

Total personal en temporada alta: 9.231,684€/mes

Total personal en temporada baja: 8.708,856€/mes

En los meses de junio y agosto, además de estos gastos, habrá uno extra correspondiente a la paga extraordinaria.

- Subcontratos
 - Lavandería:
En temporada alta, con una recogida cada tres días: 503,2€/mes
En temporada baja, con una recogida a la semana: 201,28€/mes
 - Asesoría: 250€/mes
- Seguro con Mapfre: 620,98€/año
- Publicidad:
 - Inscripción en Escapada rural: Tarifa completa: 175€/año
 - Inscripción en Club rural: Tarifa profesional: 169€/año
 - Folletos/Marcadores de lectura/Llaveros/Lapiceros/Bolígrafos: 400€/año
 - Mantenimiento de página Web: 250€/año (A partir del segundo año)
- Granja y huerto
 - Alimento caballos: 911€/mes
 - Alimento para gallinas: 780€/6meses
 - Alimento para cerdos: 276€/2meses
 - Alimento para vacas: 150,70€/mes
 - Alimento para conejos: 67,25€/3 meses
 - Alimento para perros: 46,98€/3 meses
 - Huerto: 404,49€/año



- Teléfono/internet: 75€/mes
- Intereses del crédito: 190,88€/mes
- Material de oficina
 - Un paquete de papel con 2500 folios: 10€/3meses
 - Un tóner de tinta para la impresora: 12€/mes

9.5.2. Gastos variables

Se entiende por gastos variables aquellos costes que varían dependiendo del volumen de producción.

En nuestro caso, se englobará dentro de estos costes la comida y la bebida que se sirva en el bar y en el restaurante, ya que depende del número de clientes que tengamos; el mantenimiento y la reparación de las instalaciones, ya que habrá más elementos que se estropeen cuando hay más gente; la luz y el agua y el gas, ya que se consumirá más cuando haya más clientes; y otros.

Los costes variables se miden realizando un porcentaje sobre los ingresos brutos del hotel. En nuestro caso, estimamos que ese porcentaje será de aproximadamente el 10%, pudiendo ajustarse para los años posteriores en función de los resultados del primer año.

De este porcentaje, el 5% será el correspondiente a los gastos de comida y bebida del restaurante y del bar; el 2% corresponderá a los gastos de mantenimiento y reparación, y el 3% restante serán los gastos de luz, agua y gas.

9.6. BALANCE AÑO 0

En este apartado se muestra el balance en la situación inicial, justo antes de la apertura del negocio.

ACTIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE	570.379,13
INMOVILIZADO MATERIAL	568.768,61
Utensilios granja y huerto	1.000,00
Mobiliario	40.636,59
Maquinaria	11.060,00
Cristalería	1.200,60
Lencería	3.799,20
Animales	8.985,00
Material actividades	814,60
Material huerto	147,03
Material informático	385,50
Edificio hotel	400.000,00
Edificio granja	100.000,00
Otro inmovilizado material	740,09
Amortización acumulada	0,00
INMOVILIZADO INMATERIAL	1.610,52
Aplicaciones informáticas	1.610,52
Amortización acumulada	0,00
ACTIVO CORRIENTE	42.627,40
Tesorería	42.627,40
TOTAL ACTIVO	613.006,53

PASIVO	
PATRIMONIO NETO	503.006,00
CAPITAL SOCIAL	503.006,00
Aportaciones socios	3.006,00
Edificio hotel	400.000,00
Edificio granja	100.000,00
RESERVAS	0
RESULTADO CTA RESULTADOS	0,00
PASIVO NO CORRIENTE	110.000,00
Préstamo bancario a largo plazo	110.000,00
PASIVO CORRIENTE	0,00
Préstamo bancario a corto plazo	0,00
Impuesto de sociedades	0,00
TOTAL PASIVO	613.006,00

9.7. SITUACIÓN REALISTA

9.7.1. Año 1. Situación realista

VENTAS HOTEL AÑO 1 SITUACIÓN REALISTA

	Diario (Temporada baja)	Fines de semana (Temporada baja)	Verano (Entre semana) (Temporada alta)	Verano (Fines de semana) (Temporada alta)	Semana Santa Navidad
Número de días al año	151	62	88	34	30
Habitación doble	5.328 €	5.720 €	10.560 €	6.528 €	1.844 €
Habitación de cuatro	12.787,2 €	13.728 €	28.512 €	16.320 €	4.978,8 €
Total ventas hotel	18.115,2 €	19.448 €	39.072 €	22.848 €	6.822,8 €

Tabla 34: Ventas hotel en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán del alojamiento en todo el año serán de 106.306€.

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES) AÑO 1 SITUACIÓN REALISTA

	Rutas a caballo	Visita cultural	Un día en la granja	Un día en el huerto
Número de días al año	365	365	365	365
Número de personas que habrá en el hotel	2.313	2.313	2.313	2.313
Número de personas que demandarán la actividad	743	719	790	790
Total ventas actividades	14.117	3.595	21.725	15.010

Tabla 35: Ventas granja y huerto en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán por la realización de las actividades durante todo el año serán de 54.447€

VENTAS RESTAURANTE AÑO 1 SITUACIÓN REALISTA

	Año 1
Número de días al año	365
Número de personas que hará en el hotel	2.313
Número de personas que demandarán el menú	1.119
Total ventas restaurante	20.142 €

Tabla 36: Ventas restaurante en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia

RESUMEN DE VENTAS TOTAL AÑO 1 SITUACIÓN REALISTA

	Año 1
Ventas hotel	106.306 €
Ventas actividades	54.447 €
Ventas restaurante	20.142 €
Total ventas	180.895€

Tabla 37. Resumen de ventas total en situación realista del año 1. Fuente. Elaboración propia

GASTOS VARIABLES AÑO 1 SITUACIÓN REALISTA

	Año 1
Total ventas	180.895 €
Gastos comida y bebida	9.044,8 €
Gastos mantenimiento	3.617,9 €
Gastos luz, agua y gas	5.426,9 €
Total gastos variables	18.089,5 €

Tabla 38: Gastos variables en situación realista del año 1. Fuente. Elaboración propia

GASTOS FIJOS AÑO 1 SITUACIÓN REALISTA

	Año 1
Personal	117.089,58 €
Lavandería	3.623 €
Asesoría	3.000 €
Intereses del crédito	3.510,24 €
Granja	16.413,32%
Huerto	245,88 €
Material de oficina	184
Seguro (Mapfre)	620,98 €
Escapada rural	175 €
Club rural	169 €
Material de publicidad	400 €
Página web	0 €
Internet + Teléfono	900,00 €
Total gastos fijos	146.331,04 €

Tabla 39: Gastos fijos en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia

TOTAL GASTOS AÑO 1 SITUACIÓN REALISTA

	Año 1
Gastos fijos	146.331,04 €
Gastos variables	18.089,5 €
Total gastos	164.420,54 €

Tabla 40. Total gastos en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 1 EN SITUACIÓN REALISTA

	AÑO 1
Ingresos	180.895,00
Gastos fijos	
Personal	117.089,58
Lavandería	3.623,04
Asesoría	3.000,00
Alimento de animales	16.413,32
Fertilizantes	245,88
Material de oficina	184,00
Seguro Mapfre	620,98
Portal: escapada rural	175,00
Portal: club rural	169,00
Material de publicidad	400,00
Mantenimiento página web	0,00
Internet + Teléfono	900,00
Gastos constitución	740,09
TOTAL GASTOS FIJOS	143.560,89
Gastos variables	
Comida y bebida (Restaurante)	9.044,75
Mantenimiento y reparaciones	3.617,90
Luz, agua y gas	5.426,85
TOTAL GASTOS VARIABLES	18.089,50
BENEFICIO ANTES DE AMORTIZACIONES (EBITDA)	19.244,61
Dotación amortizaciones	18.971,92
BENEFICIO BRUTO (BAIT)	272,69
Gastos financieros (Intereses)	3.510,24
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAT)	-3.237,55
Impuesto de sociedades	0,00
BENEFICIO NETO	-3.237,55

Tabla 41: Cuenta de pérdidas y ganancias del año 1 en situación realista. Fuente: Elaboración propia

El beneficio del primer año es negativo, lo cual quiere decir que la empresa tiene pérdidas. Esto es algo normal puesto que es una empresa de nueva creación y que es el primer año, y requiere una inversión alta para ser creada. Además de esto, los primeros meses no tendrá demasiado público puesto que primero hay que hacerse con clientes y darse a conocer.

En este caso, como el beneficio es negativo, el impuesto de sociedades es cero, puesto que no hay que pagarlo si se tienen pérdidas. Esas pérdidas se van compensando con el beneficio de los años anteriores, siempre y cuando las pérdidas no superen el capital social, y se compensan en un máximo de diez años.

TESORERÍA AÑO 1 EN SITUACIÓN REALISTA

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	0,00	42.627,40	31.866,92	21.748,19	12.090,80	6.505,90	2.851,73	8.773,20	18.810,41	31.314,37	42.205,84	41.806,37	40.991,89
Aportaciones socios	3.006,00												
Prestamos	110.000,00												
Cobros	0,00	3.444,80	2.955,50	3.837,00	7.748,90	10.062,80	27.141,00	27.886,50	28.626,00	27.141,00	13.510,50	13.218,00	15.323,00
Pagos													
Muebles	57.081,36	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Animales	8.985,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frutales y semillas	147,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material actividades	814,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utensilios huerto y granja	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Constitución Sociedad Limitada	440,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Licencia de apertura	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diseño página web	1.610,52	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PAGOS	70.378,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos fijos													
Intereses crédito	0,00	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52
Devolución del crédito	0,00	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33
Personal	0,00	8.708,86	8.708,86	8.708,86	8.708,86	8.708,86	14.477,68	9.231,68	9.231,68	9.231,68	8.708,86	8.708,86	13.954,86
Lavandería	0,00	201,28	201,28	201,28	201,28	201,28	503,20	503,20	503,20	503,20	201,28	201,28	201,28
Asesoría	0,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Alimento animales	0,00	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70
Fertilizantes	0,00	245,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de oficina	0,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00
Seguro Mapfre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	620,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: escapada rural	0,00	0,00	175,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: club rural	0,00	0,00	169,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de publicidad	0,00	0,00	0,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pág. Web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Internet + Teléfono	0,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
TOTAL GASTOS FIJOS	0,00	13.860,80	12.778,69	13.110,69	12.558,92	12.710,69	18.505,43	15.060,64	13.259,43	13.535,43	12.558,92	12.710,69	17.680,69
Gastos variables													
Comida y bebida (Restaurante)	0,00	172,24	147,78	191,85	387,45	503,14	1.357,05	1.394,33	1.431,30	1.357,05	675,53	660,90	766,15
Mantenimiento y reparaciones	0,00	68,90	59,11	76,74	154,98	201,26	542,82	557,73	572,52	542,82	270,21	264,36	306,46
Luz, agua y gas	0,00	103,34	88,67	115,11	232,47	301,88	814,23	836,60	858,78	814,23	405,32	396,54	459,69
TOTAL GASTOS VARIABLES	0,00	344,48	295,55	383,70	774,89	1.006,28	2.714,10	2.788,65	2.862,60	2.714,10	1.351,05	1.321,80	1.532,30
Saldo final	42.627,40	31.866,92	21.748,19	12.090,80	6.505,90	2.851,73	8.773,20	18.810,41	31.314,37	42.205,84	41.806,37	40.991,89	37.101,90

Tabla 42: Tesorería en situación realista del año 1. Fuente: Elaboración propia

9.7.2. Año 2. Situación realista

VENTAS HOTEL AÑO 2 SITUACIÓN REALISTA

	Diario (Temporada baja)	Fines de semana (Temporada baja)	Verano (Entre semana) (Temporada alta)	Verano (Fines de semana) (Temporada alta)	Semana Santa Navidad
Número de días al año	151	62	88	34	30
Porcentaje de ocupación	18%	30%	43%	43%	30%
Habitación doble	10.872,0 €	7.440,0 €	15.136,0 €	7.017,6 €	3.600,0 €
Habitación de cuatro	26.092,8 €	17.856,0 €	40.867,2 €	17.544,0 €	9.720,0 €
Total ventas hotel	36.964,8 €	25.296,0 €	56.003,2 €	24.561,6 €	13.320,0 €

Tabla 43: Ventas hotel en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán del alojamiento en todo el año serán de 156.145,6€.

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES) AÑO 2 SITUACIÓN REALISTA

	Rutas a caballo	Visita cultural	Un día en la granja	Un día en el huerto
Número de días al año	365	365	365	365
Número de personas que habrá en el hotel	3.433	3.433	3.433	3.433
Número de personas que demandarán la actividad	1.238	1.194	1.325	1.325
Total ventas actividades	23.522 €	5.970 €	36.437,5 €	25.175 €

Tabla 44: Ventas granja y huerto en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán por la realización de las actividades durante todo el año serán de 91.104,5€.

VENTAS RESTAURANTE AÑO 2 SITUACIÓN REALISTA

	Año 2
Número de días al año	365
Número de personas que hará en el hotel	3.433
Número de personas que demandarán el menú	1.762
Total ventas restaurante	31.716 €

Tabla 45: Ventas restaurante en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia

TOTAL VENTAS AÑO 2 SITUACIÓN REALISTA

	Año 2
Ventas hotel	156.145,6 €
Ventas actividades	91.104,5 €
Ventas restaurantes	31.716,0 €
Total ventas	278.966,1 €

Tabla 46: Total ventas en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia

TOTAL GASTOS AÑO 2 SITUACIÓN REALISTA

	Año 2
Gastos comida y bebida	13.948,30 €
Gastos mantenimiento	5.579,30 €
Gastos luz, agua y gas	8.369,00 €
Gastos fijos	167.345,84 €
TOTAL GASTOS	195.242,44 €

Tabla 47: Total gasto en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 2 EN SITUACIÓN REALISTA

	AÑO 2
Ingresos	278.966,10
Gastos fijos	
Personal	137.854,38
Lavandería	3.623,04
Asesoría	3.000,00
Alimento de animales	16.413,32
Fertilizantes	245,88
Material de oficina	184,00
Seguro Mapfre	620,98
Portal: escapada rural	175,00
Portal: club rural	169,00
Material de publicidad	400,00
Mantenimiento página web	250,00
Internet + Teléfono	900,00
TOTAL GASTOS FIJOS	163.835,60
Gastos variables	
Comida y bebida (Restaurante)	13.948,31
Mantenimiento y reparaciones	5.579,32
Luz, agua y gas	8.368,98
TOTAL GASTOS VARIABLES	27.896,61
BENEFICIO ANTES DE AMORTIZACIONES (EBITDA)	87.233,89
Dotación amortizaciones	18.971,92
BENEFICIO BRUTO (BAIT)	68.261,97
Gastos financieros (Intereses)	3.510,24
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAT)	64.751,73
Impuesto de sociedades	18.454,25
BENEFICIO NETO	46.297,47

Tabla 48: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia

Dado que en el año dos, sí que se obtiene beneficio, se compensan con éste las pérdidas del año anterior. Por esta razón para calcular el impuesto de sociedades primero se ha descontado del beneficio antes de impuestos los 3.237,55 € de pérdidas del año anterior. El impuesto de sociedades se paga en el mes de julio del año siguiente.

TESORERÍA AÑO 2 EN SITUACIÓN REALISTA

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	37.101,90	37.024,90	34.668,51	33.826,93	33.953,27	34.961,41	48.096,88	66.010,19	85.879,52	104.234,98	103.411,11	102.061,24
Aportaciones socios												
Prestamos												
Cobros	17.238,00	13.503,00	15.555,00	16.017,40	17.165,80	37.357,00	38.560,40	38.732,40	37.357,00	14.961,60	14.545,80	17.972,70
Pagos												
Muebles	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Animales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frutales y semillas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material actividades	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utensilios huerto y granja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Constitución Sociedad Limitada	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Licencia de apertura	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diseño página web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PAGOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos fijos												
Intereses crédito	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52
Devolución del crédito	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33
Personal	10.439,26	10.439,26	10.439,26	10.439,26	10.439,26	16.208,08	10.962,08	10.962,08	10.962,08	10.439,26	10.439,26	15.685,26
Lavandería	201,28	201,28	201,28	201,28	201,28	503,20	503,20	503,20	503,20	201,28	201,28	201,28
Asesoría	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Alimento animales	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70
Fertilizantes	245,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de oficina	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00
Seguro Mapfre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	620,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: escapada rural	0,00	175,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: club rural	0,00	169,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de publicidad	0,00	0,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pag. Web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Internet + Teléfono	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
TOTAL GASTOS FIJOS	15.591,20	14.509,09	14.841,09	14.289,32	14.441,09	20.485,83	16.791,04	14.989,83	15.265,83	14.289,32	14.441,09	19.411,09
Gastos variables												
Comida y bebida (Restaurante)	861,90	675,15	777,75	800,87	858,29	1.867,85	1.928,02	1.936,62	1.867,85	748,08	727,29	898,64
Mantenimiento y reparaciones	344,76	270,06	311,10	320,35	343,32	747,14	771,21	774,65	747,14	299,23	290,92	359,45
Luz, agua y gas	517,14	405,09	466,65	480,52	514,97	1.120,71	1.156,81	1.161,97	1.120,71	448,85	436,37	539,18
TOTAL GASTOS VARIABLES	1.723,80	1.350,30	1.555,50	1.601,74	1.716,58	3.735,70	3.856,04	3.873,24	3.735,70	1.496,16	1.454,58	1.797,27
Saldo final	37.024,90	34.668,51	33.826,93	33.953,27	34.961,41	48.096,88	66.010,19	85.879,52	104.234,98	103.411,11	102.061,24	98.825,58

Tabla 49: Tesorería en situación realista del año 2. Fuente: Elaboración propia

9.7.3. Año 3. Situación realista

VENTAS HOTEL AÑO 3 SITUACIÓN REALISTA

	Diario (Temporada baja)	Fines de semana (Temporada baja)	Verano (Entre semana) (Temporada alta)	Verano (Fines de semana) (Temporada alta)	Semana Santa Navidad
Número de días al año	151	62	88	34	30
Porcentaje de ocupación	25%	35%	48%	48%	35%
Habitación doble	15.100,0 €	8.680,0 €	16.896,0 €	7.833,6 €	4.200,0 €
Habitación de cuatro	36.240,0 €	20.832,0 €	45.619,2 €	19.584,0 €	11.340,0 €
Total ventas hotel	51.340,0 €	29.512,0 €	62.515,2 €	27.417,6 €	15.540,0 €

Tabla 50: Ventas hotel en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán del alojamiento en todo el año serán de 186.324,8€.

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES) AÑO 3 SITUACIÓN REALISTA

	Rutas a caballo	Visita cultural	Un día en la granja	Un día en el huerto
Número de días al año	365	365	365	365
Número de personas que habrá en el hotel	4.112	4.112	4.112	4.112
Número de personas que demandarán la actividad	1.621	1.565	1.779	1.779
Total ventas actividades	30.799 €	7.825 €	48.922,5 €	33.801 €

Tabla 51: Ventas granja y huerto en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán por la realización de las actividades durante todo el año serán de 121.347,5€.

VENTAS RESTAURANTE AÑO 3 SITUACIÓN REALISTA

	Año 3
Número de días al año	365
Número de personas que hará en el hotel	4.112
Número de personas que demandarán el menú	2.188
Total ventas restaurante	39.384 €

Tabla 52: Ventas restaurante en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia

TOTAL VENTAS AÑO 3 SITUACIÓN REALISTA

	Año 3
Ventas hotel	186.324,8 €
Ventas actividades	121.347,5 €
Ventas restaurantes	39.384,0 €
Total ventas	347.056,3 €

Tabla 53: total ventas en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia

TOTAL GASTOS AÑO 3 SITUACIÓN REALISTA

	Año 2
Gastos comida y bebida	17.352,80 €
Gastos mantenimiento	6.941,10 €
Gastos luz, agua y gas	10.411,70 €
Gastos fijos	167.345,84 €
TOTAL GASTOS	202.051,44 €

Tabla 54: Total gastos en situación realista del año 3. Fuente: elaboración propia

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 3 EN SITUACIÓN REALISTA

	AÑO 3
Ingresos	347.056,30
Gastos fijos	
Personal	137.854,38
Lavandería	3.623,04
Asesoría	3.000,00
Alimento de animales	16.413,32
Fertilizantes	245,88
Material de oficina	184,00
Seguro Mapfre	620,98
Portal: escapada rural	175,00
Portal: club rural	169,00
Material de publicidad	400,00
Mantenimiento página web	250,00
Internet + Teléfono	900,00
TOTAL GASTOS FIJOS	163.835,60
Gastos variables	
Comida y bebida (Restaurante)	17.352,82
Mantenimiento y reparaciones	6.941,13
Luz, agua y gas	10.411,69
TOTAL GASTOS VARIABLES	34.705,63
BENEFICIO ANTES DE AMORTIZACIONES (EBITDA)	148.515,07
Dotación amortizaciones	18.971,92
BENEFICIO BRUTO (BAIT)	129.543,15
Gastos financieros (Intereses)	3.510,24
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAT)	126.032,91
Impuesto de sociedades	37.809,87
BENEFICIO NETO	88.223,03

Tabla 55: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia

TESORERÍA AÑO 3 EN SITUACIÓN REALISTA

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	98.825,58	102.290,18	104.353,69	108.327,55	113.161,89	119.494,60	138.235,72	143.462,89	169.118,31	193.079,43	197.146,96	200.501,58
Aportaciones socios												
Prestamos												
Cobros	22.506,50	18.414,00	20.905,50	21.248,50	23.082,00	43.585,50	44.969,40	45.161,40	43.585,50	20.396,50	19.773,00	23.428,50
Pagos												
Muebles	1.200,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Animales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frutales y semillas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material actividades	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utensilios huerto y granja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Constitución Sociedad Limitada	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Licencia de apertura	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diseño página web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impuesto Sociedades	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18.454,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PAGOS	1.200,06	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	18.454,25	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos fijos												
Intereses crédito	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52
Devolución del crédito	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33
Personal	10.439,26	10.439,26	10.439,26	10.439,26	10.439,26	16.208,08	10.962,08	10.962,08	10.962,08	10.439,26	10.439,26	15.685,26
Lavandería	201,28	201,28	201,28	201,28	201,28	503,20	503,20	503,20	503,20	201,28	201,28	201,28
Asesoría	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Alimento animales	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70
Fertilizantes	245,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de oficina	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00
Seguro Mapfre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	620,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: escapada rural	0,00	175,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: club rural	0,00	169,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de publicidad	0,00	0,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pag. Web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Internet + Teléfono	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
TOTAL GASTOS FIJOS	15.591,20	14.509,09	14.841,09	14.289,32	14.441,09	20.485,83	16.791,04	14.989,83	15.265,83	14.289,32	14.441,09	19.411,09
Gastos variables												
Comida y bebida (Restaurante)	1.125,33	920,70	1.045,28	1.062,43	1.154,10	2.179,28	2.248,47	2.258,07	2.179,28	1.019,83	988,65	1.171,43
Mantenimiento y reparaciones	450,13	368,28	418,11	424,97	461,64	871,71	899,39	903,23	871,71	407,93	395,46	468,57
Luz, agua y gas	675,20	552,42	627,17	637,46	692,46	1.307,57	1.349,08	1.354,84	1.307,57	611,90	593,19	702,86
TOTAL GASTOS VARIABLES	2.250,65	1.841,40	2.090,55	2.124,85	2.308,20	4.358,55	4.496,94	4.516,14	4.358,55	2.039,65	1.977,30	2.342,85
Saldo final	102.290,18	104.353,69	108.327,55	113.161,89	119.494,60	138.235,72	143.462,89	169.118,31	193.079,43	197.146,96	200.501,58	202.176,14

Tabla 56: Tesorería en situación realista del año 3. Fuente: Elaboración propia

9.7.4. Año 4. Situación realista

VENTAS HOTEL AÑO 4 SITUACIÓN REALISTA

	Diario (Temporada baja)	Fines de semana (Temporada baja)	Verano (Entre semana) (Temporada alta)	Verano (Fines de semana) (Temporada alta)	Semana Santa Navidad
Número de días al año	151	62	88	34	30
Porcentaje de ocupación	20%	38%	50%	50%	38%
Habitación doble	16.912,0 €	9.424,0 €	17.600,0 €	8.160,0 €	4.560,0 €
Habitación de cuatro	40.588,8 €	22.617,6 €	47.520,0 €	20.400,0 €	12.312,0 €
Total ventas hotel	57.500,8 €	32.041,6 €	65.120,0 €	28.560,0 €	16.872,0 €

Tabla 57: Ventas hotel en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán del alojamiento en todo el año serán de 200.094,4€.

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES) AÑO 4 SITUACIÓN REALISTA

	Rutas a caballo	Visita cultural	Un día en la granja	Un día en el huerto
Número de días al año	365	365	365	365
Número de personas que habrá en el hotel	4.424	4.424	4.424	4.424
Número de personas que demandarán la actividad	1.820	1.758	1.994	1.994
Total ventas actividades	34.580 €	8.790 €	54.835,0 €	37.886 €

Tabla 58: Ventas granja y huerto en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán de la realización de las actividades durante todo el año serán de 136.091€.

VENTAS RESTAURANTE AÑO 4 SITUACIÓN REALISTA

	Año 4
Número de días al año	365
Número de personas que hará en el hotel	4.424
Número de personas que demandarán el menú	2.453
Total ventas restaurante	44.154 €

Tabla 59: Ventas restaurante en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia

TOTAL VENTAS AÑO 4 SITUACIÓN REALISTA

	Año 4
Ventas hotel	200.094,4 €
Ventas actividades	136.091,0 €
Ventas restaurantes	44.154,0 €
Total ventas	380.339,4 €

Tabla 60: Total ventas en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia

TOTAL GASTOS AÑO 4 SITUACIÓN REALISTA

	Año 4
Gastos comida y bebida	19.071,00 €
Gastos mantenimiento	7.606,80 €
Gastos luz, agua y gas	11.410,20 €
Gastos fijos	167.345,84 €
TOTAL GASTOS	205.433,84 €

Tabla 61: Total gastos en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 4 EN SITUACIÓN REALISTA

	AÑO 4
Ingresos	380.339,40
Gastos fijos	
Personal	137.854,38
Lavandería	3.623,04
Asesoría	3.000,00
Alimento de animales	16.413,32
Fertilizantes	245,88
Material de oficina	184,00
Seguro Mapfre	620,98
Portal: escapada rural	175,00
Portal: club rural	169,00
Material de publicidad	400,00
Mantenimiento página web	250,00
Internet + Teléfono	900,00
TOTAL GASTOS FIJOS	163.835,60
Gastos variables	
Comida y bebida (Restaurante)	19.016,97
Mantenimiento y reparaciones	7.606,79
Luz, agua y gas	11.410,18
TOTAL GASTOS VARIABLES	38.033,94
BENEFICIO ANTES DE AMORTIZACIONES (EBITDA)	178.469,86
Dotación amortizaciones	18.435,08
BENEFICIO BRUTO (BAIT)	160.034,78
Gastos financieros (Intereses)	3.510,24
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAT)	156.524,54
Impuesto de sociedades	46.957,36
BENEFICIO NETO	109.567,18

Tabla 62: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia

TESORERÍA AÑO 4 EN SITUACIÓN REALISTA

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	202.176,14	209.422,80	213.688,98	220.215,69	227.592,61	236.690,40	257.821,47	246.173,05	274.315,72	300.666,79	307.242,89	313.027,50
Aportaciones socios												
Prestamos												
Cobros	25.375,40	20.861,40	23.742,00	24.073,60	26.154,30	46.241,00	47.725,00	47.925,00	46.241,00	23.183,80	22.473,00	26.343,90
Pagos												
Muebles	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Animales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frutales y semillas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material actividades	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utensilios huerto y granja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Constitución Sociedad Limitada	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Licencia de apertura	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diseño página web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Impuesto Sociedades	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	37.809,87	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PAGOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	37.809,87	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos fijos												
Intereses crédito	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52
Devolución del crédito	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33
Personal	10.439,26	10.439,26	10.439,26	10.439,26	10.439,26	16.208,08	10.962,08	10.962,08	10.962,08	10.439,26	10.439,26	15.685,26
Lavandería	201,28	201,28	201,28	201,28	201,28	503,20	503,20	503,20	503,20	201,28	201,28	201,28
Asesoría	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Alimento animales	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70
Fertilizantes	245,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de oficina	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00
Seguro Mapfre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	620,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: escapada rural	0,00	175,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: club rural	0,00	169,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de publicidad	0,00	0,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pag. Web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Internet + Teléfono	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
TOTAL GASTOS FIJOS	15.591,20	14.509,09	14.841,09	14.289,32	14.441,09	20.485,83	16.791,04	14.989,83	15.265,83	14.289,32	14.441,09	19.411,09
Gastos variables												
Comida y bebida (Restaurante)	1.268,77	1.043,07	1.187,10	1.203,68	1.307,72	2.312,05	2.386,25	2.396,25	2.312,05	1.159,19	1.123,65	1.317,20
Mantenimiento y reparaciones	507,51	417,23	474,84	481,47	523,09	924,82	954,50	958,50	924,82	463,68	449,46	526,88
Luz, agua y gas	761,26	625,84	712,26	722,21	784,63	1.387,23	1.431,75	1.437,75	1.387,23	695,51	674,19	790,32
TOTAL GASTOS VARIABLES	2.537,54	2.086,14	2.374,20	2.407,36	2.615,43	4.624,10	4.772,50	4.792,50	4.624,10	2.318,38	2.247,30	2.634,39
Saldo final	209.422,80	213.688,98	220.215,69	227.592,61	236.690,40	257.821,47	246.173,05	274.315,72	300.666,79	307.242,89	313.027,50	317.325,92

Tabla 63: Tesorería en situación realista del año 4. Fuente: Elaboración propia

9.8. ANÁLISIS DE LAS VENTAS EN SITUACIÓN REALISTA

En este apartado se va a analizar las ventas a lo largo de un año para poder estudiar la estacionalidad que se supone que tendrá este alojamiento y también se estudiará las ventas de cada uno de los cuatro años, estudiando si aumentarán o se mantendrán.

Las ventas de cada uno de los años se resumen en el siguiente gráfico:



Gráfica 22: Ventas totales de cada año en situación realista. Fuente: Elaboración propia

Se puede observar que las ventas el primer año son muy bajas, puesto que aún es un negocio que no se conoce y hay que darlo a conocer y hacerle publicidad. En los años posteriores se observa un crecimiento de las ventas, viéndose como se empieza a formar una estabilidad en entre el año tres y cuatro. Se supone una estabilidad en las ventas a partir de esos años.

En el siguiente gráfico se muestra las ventas por meses del año tres.



Gráfica 23: Ventas por meses del año 3 en situación realista. Fuente: Elaboración propia

Se realiza este gráfico de cara a poder analizar la estacionalidad que se tendrá en el negocio. Se ha elegido el año tres para realizar el estudio puesto que se presupone que para ese año se tendrá una estabilidad en las ventas y en los ingresos y los gastos.

Se puede observar como hay un gran pico en los meses de verano, que se corresponde con los meses de mayor demanda y que serán en los que mayor beneficio se obtenga. También hay unos picos menos destacados en los meses de navidad y de Semana Santa, que serán también los meses donde se obtenga un mayor beneficio.

9.9. BALANCES DE LA SITUACIÓN REALISTA

9.9.1. Año 1. Balance situación realista

ACTIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE	550.667,12
INMOVILIZADO MATERIAL	549.593,44
Utensilios granja y huerto	1.000,00
Mobiliario	40.636,59
Maquinaria	11.060,00
Cristalería	1.200,60
Lencería	3.799,20
Animales	8.985,00
Material actividades	814,60
Material huerto	147,03
Material informático	385,50
Edificio hotel	400.000,00
Edificio granja	100.000,00
Otro inmovilizado material	0,00
Amortización acumulada	18.435,08
INMOVILIZADO INMATERIAL	1.073,68
Aplicaciones informáticas	1.610,52
Amortización acumulada	536,84
ACTIVO CORRIENTE	37.101,90
Tesorería	37.101,90
TOTAL ACTIVO	587.769,02

PASIVO	
PATRIMONIO NETO	499.768,45
CAPITAL SOCIAL	503.006,00
Aportación socios	3.006,00
Edificio hotel	400.000,00
Edificio granja	100.000,00
RESERVAS	0
RESULTADO CTA RESULTADOS	-3.237,55
PASIVO NO CORRIENTE	66.000,00
Préstamo bancario a largo plazo	66.000,00
PASIVO CORRIENTE	22.000,00
Préstamo bancario a corto plazo	22.000,00
Impuesto de sociedades	0,00
TOTAL PASIVO	587.768,45



9.9.2. Año 2. Balance situación realista

ACTIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE	531.695,20
INMOVILIZADO MATERIAL	531.158,36
Utensilios granja y huerto	1.000,00
Mobiliario	40.636,59
Maquinaria	11.060,00
Cristalería	1.200,60
Lencería	3.799,20
Animales	8.985,00
Material actividades	814,60
Material huerto	147,03
Material informático	385,50
Edificio hotel	400.000,00
Edificio granja	100.000,00
Otro inmovilizado material	0,00
Amortización acumulada	36.870,16
INMOVILIZADO INMATERIAL	536,84
Aplicaciones informáticas	1.610,52
Amortización acumulada	1.073,68
ACTIVO CORRIENTE	98.825,58
Tesorería	98.825,58
TOTAL ACTIVO	630.520,78

PASIVO	
PATRIMONIO NETO	546.065,92
CAPITAL SOCIAL	503.006,00
Aportación socios	3.006,00
Edificio hotel	400.000,00
Edificio granja	100.000,00
RESULTADOS EJERCICIOS ANTERIORES	-3.237,55
RESULTADO CTA RESULTADOS	46.297,47
PASIVO NO CORRIENTE	44.000,00
Préstamo bancario a largo plazo	44.000,00
PASIVO CORRIENTE	40.454,25
Préstamo bancario a corto plazo	22.000,00
Impuesto de sociedades	18.454,25
TOTAL PASIVO	630.520,17

9.9.3. Año 3. Balance situación realista

ACTIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE	513.923,88
INMOVILIZADO MATERIAL	513.923,88
Utensilios granja y huerto	1.000,00
Mobiliario	40.636,59
Maquinaria	11.060,00
Cristalería	2.401,20
Lencería	3.799,20
Animales	8.985,00
Material actividades	814,60
Material huerto	147,03
Material informático	385,50
Edificio hotel	400.000,00
Edificio granja	100.000,00
Otro inmovilizado material	0,00
Amortización acumulada	55.305,24
INMOVILIZADO INMATERIAL	0,00
Aplicaciones informáticas	1.610,52
Amortización acumulada	1.610,52
ACTIVO CORRIENTE	202.176,14
Tesorería	202.176,14
TOTAL ACTIVO	716.100,02

PASIVO	
PATRIMONIO NETO	634.288,95
CAPITAL SOCIAL	503.006,00
Aportación socios	3.006,00
Edificio hotel	400.000,00
Edificio granja	100.000,00
RESERVAS	43.059,92
RESULTADO CTA RESULTADOS	88.223,03
PASIVO NO CORRIENTE	22.000,00
Préstamo bancario a largo plazo	22.000,00
PASIVO CORRIENTE	59.809,87
Préstamo bancario a corto plazo	22.000,00
Impuesto de sociedades	37.809,87
TOTAL PASIVO	716.098,82

9.9.4. Año 4. Balance en situación realista

ACTIVO	
ACTIVO NO CORRIENTE	495.488,80
INMOVILIZADO MATERIAL	495.488,80
Utensilios granja y huerto	1.000,00
Mobiliario	40.636,59
Maquinaria	11.060,00
Cristalería	2.401,20
Lencería	3.799,20
Animales	8.985,00
Material actividades	814,60
Material huerto	147,03
Material informático	385,50
Edificio hotel	400.000,00
Edificio granja	100.000,00
Otro inmovilizado material	0,00
Amortización acumulada	73.740,32
INMOVILIZADO INMATERIAL	0,00
Aplicaciones informáticas	0,00
Amortización acumulada	0,00
ACTIVO CORRIENTE	317.325,92
Tesorería	317.325,92
TOTAL ACTIVO	812.814,73

PASIVO	
PATRIMONIO NETO	743.856,13
CAPITAL SOCIAL	503.006,00
Aportación socios	3.006,00
Edificio hotel	400.000,00
Edificio granja	100.000,00
RESERVAS	131.282,95
RESULTADO CTA RESULTADOS	109.567,18
PASIVO NO CORRIENTE	0,00
Préstamo bancario a largo plazo	0,00
PASIVO CORRIENTE	68.957,36
Préstamo bancario a corto plazo	22.000,00
Impuesto de sociedades	46.957,36
TOTAL PASIVO	812.813,49

9.10. SITUACIÓN PESIMISTA

9.10.1. Año 1. Situación pesimista

VENTAS HOTEL AÑO 1 SITUACIÓN PESIMISTA

	Diario (Temporada baja)	Fines de semana (Temporada baja)	Verano (Entre semana) (Temporada alta)	Verano (Fines de semana) (Temporada alta)	Semana Santa Navidad
Número de días al año	151	62	88	34	30
Habitación doble	2.824 €	3.200 €	7.040 €	4.896 €	1.180 €
Habitación de cuatro	6.777,6 €	7.680 €	19.008 €	12.240 €	3.186 €
Total ventas hotel	9.601,6 €	10.880 €	26.048 €	17.136 €	4.366 €

Tabla 64: Ventas hotel en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán del alojamiento en todo el año serán de 68.031,6€.

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES) AÑO 1 SITUACIÓN PESIMISTA

	Rutas a caballo	Visita cultural	Un día en la granja	Un día en el huerto
Número de días al año	365	365	365	365
Número de personas que habrá en el hotel	2.128	2.128	2.128	2.128
Número de personas que demandarán la actividad	563	522	612	612
Total ventas actividades	10.697 €	2.610 €	16.830 €	11.628 €

Tabla 65: Ventas granja y huerto en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán por la realización de las actividades durante todo el año serán de 41.765€.

VENTAS RESTAURANTE AÑO 1 SITUACIÓN PESIMISTA

	Año 1
Número de días al año	365
Número de personas que hará en el hotel	2.128
Número de personas que demandarán el menú	592
Total ventas restaurante	10.656 €

Tabla 66: Ventas restaurante en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia

RESUMEN DE VENTAS TOTAL AÑO 1 SITUACIÓN PESIMISTA

	Año 1
Ventas hotel	68.031,6 €
Ventas actividades	41.765,0 €
Ventas restaurante	10.656,0 €
Total ventas	103.517,1 €

Tabla 67: Resumen de ventas total en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia

GASTOS VARIABLES AÑO 1 SITUACIÓN PESIMISTA

	Año 1
Total ventas	103.517,1 €
Gastos comida y bebida	5.175,9 €
Gastos mantenimiento	2.070,3 €
Gastos luz, agua y gas	3.105,5 €
Total gastos variables	10.351,7 €

Tabla 68. Gastos variables en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia

GASTOS FIJOS AÑO 1 SITUACIÓN PESIMISTA

	Año 1
Personal	117.089,58 €
Lavandería	3.623,04 €
Asesoría	3.000 €
Crédito	3.510,24 €
Granja	16.413,32%
Huerto	245,88 €
Material de oficina	184 €
Seguro (Mapfre)	620,98 €
Escapada rural	175 €
Club rural	169 €
Material de publicidad	400 €
Página web	0 €
Internet + Teléfono	900,00 €
Total gastos fijos	146.331,04 €

Tabla 69: Gastos fijos en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia

TOTAL GASTOS AÑO 1 SITUACIÓN PESIMISTA

	Año 1
Gastos fijos	146.331,04 €
Gastos variables	10.351,71 €
Total gastos	156.682,75 €

Tabla 70: Total gastos en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS AÑO 1 EN SITUACIÓN PESIMISTA

	AÑO 1
Ingresos	103.517,10
Gastos fijos	
Personal	117.089,58
Lavandería	3.623,04
Asesoría	3.000,00
Alimento de animales	16.413,32
Fertilizantes	245,88
Material de oficina	184,00
Seguro Mapfre	620,98
Portal: escapada rural	175,00
Portal: club rural	169,00
Material de publicidad	400,00
Mantenimiento página web	0,00
Internet + Teléfono	900,00
Gastos de constitución	740,09
TOTAL GASTOS FIJOS	143.560,89
Gastos variables	
Comida y bebida (Restaurante)	5.175,86
Mantenimiento y reparaciones	2.070,34
Luz, agua y gas	3.105,51
TOTAL GASTOS VARIABLES	10.351,71
BENEFICIO ANTES DE AMORTIZACIONES (EBIDTA)	-50.395,50
Dotación amortizaciones	18.971,92
BENEFICIO BRUTO (BAIT)	-69.367,42
Gastos financieros (Intereses)	3.510,24
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAT)	-72.877,66
Impuesto de sociedades	0,00
BENEFICIO NETO	-72.877,66

Tabla 71: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia

Al igual que en la situación realista, en el primer año los beneficios son negativos, es decir, hay pérdidas. Es por esto, que no se paga impuesto de sociedades, y pueden compensarse estas pérdidas hasta en diez años, siempre y cuando no superen el capital social de la empresa.

TESORERÍA AÑO 1 EN SITUACIÓN PESIMISTA

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	0,00	42.627,40	29.805,52	17.833,79	5.894,70	-3.585,20	-11.708,67	-16.445,20	-17.139,49	-15.458,03	-15.015,56	-22.262,43	-29.805,11
Aportaciones socios	3.006,00												
Prestamos	110.000,00												
Cobros	0,00	1.383,40	1.102,50	1.555,30	3.853,90	5.593,50	16.483,00	17.155,00	17.803,50	16.692,00	6.663,10	6.489,80	8.742,10
Pagos													
Muebles	57.081,36	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Animales	8.985,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frutales y semillas	147,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material actividades	814,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utensilios huerto y granja	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Constitución Sociedad Limitada	440,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Licencia de apertura	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diseño página web	1.610,52	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PAGOS	70.378,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos fijos													
Intereses crédito	0,00	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52	292,52
Devolución del crédito	0,00	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33	1.833,33
Personal	0,00	8.708,86	8.708,86	8.708,86	8.708,86	8.708,86	14.477,68	9.231,68	9.231,68	9.231,68	8.708,86	8.708,86	13.954,86
Lavandería	0,00	201,28	201,28	201,28	201,28	201,28	503,20	503,20	503,20	503,20	201,28	201,28	201,28
Asesoría	0,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Alimento animales	0,00	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70
Fertilizantes	0,00	245,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de oficina	0,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00
Seguro Mapfre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	620,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: escapada rural	0,00	0,00	175,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: club rural	0,00	0,00	169,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de publicidad	0,00	0,00	0,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pág. Web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Internet + Teléfono	0,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
TOTAL GASTOS FIJOS	0,00	13.860,80	12.778,69	13.110,69	12.558,92	12.710,69	18.505,43	15.060,64	13.259,43	13.535,43	12.558,92	12.710,69	17.680,69
Gastos variables													
Comida y bebida (Restaurante)	0,00	172,24	147,78	191,85	387,45	503,14	1.357,05	1.394,33	1.431,30	1.357,05	675,53	660,90	766,15
Mantenimiento y reparaciones	0,00	68,90	59,11	76,74	154,98	201,26	542,82	557,73	572,52	542,82	270,21	264,36	306,46
Luz, agua y gas	0,00	103,34	88,67	115,11	232,47	301,88	814,23	836,60	858,78	814,23	405,32	396,54	459,69
TOTAL GASTOS VARIABLES	0,00	344,48	295,55	383,70	774,89	1.006,28	2.714,10	2.788,65	2.862,60	2.714,10	1.351,05	1.321,80	1.532,30
Saldo final	42.627,40	29.805,52	17.833,79	5.894,70	-3.585,20	-11.708,67	-16.445,20	-17.139,49	-15.458,03	-15.015,56	-22.262,43	-29.805,11	-40.276,00

Tabla 72: Tesorería en situación pesimista del año 1. Fuente: Elaboración propia

Analizando la tesorería de la empresa en el año 1, con el crédito de 110.000€ que se va a pedir, se observa que no se podrá hacer frente a los pagos. Esto lo indica la fila de saldo final, que sale negativa, lo cual quiere decir que los gastos son superiores al dinero que tiene la empresa, por lo que no se podrá hacer frente a todo.

En estas situaciones, se podrían tomar dos decisiones, una de ellas sería dejar a deber a algún proveedor o al personal, pero la política de la empresa no permite tener deudas ni deber dinero a nadie. La segunda opción es pedir un crédito inicial superior. Esta segunda medida es la que se tomará.

Se pedirá un crédito de 165.000 €, que será al igual que el otro un crédito ICO para emprendedores, y tendrá un interés fijo del 5,259% y un TAE del 5,34%. Se pedirá a cinco años, por lo que la cuota mensual será de 3.113,73€ y el total a pagar será de 186.825,21€.

A continuación se exponen la nueva cuenta de pérdidas y ganancias de la empresa con este nuevo crédito y la tesorería.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANACIAS AÑO 1 EN SITUACIÓN PESIMISTA CON EL NUEVO CRÉDITO

	AÑO 1
Ingresos	103.517,10
Gastos fijos	
Personal	117.089,58
Lavandería	3.623,04
Asesoría	3.000,00
Alimento de animales	16.413,32
Fertilizantes	245,88
Material de oficina	184,00
Seguro Mapfre	620,98
Portal: escapada rural	175,00
Portal: club rural	169,00
Material de publicidad	400,00
Mantenimiento página web	0,00
Internet + Teléfono	900,00
Gastos de constitución	740,09
TOTAL GASTOS FIJOS	143.560,89
Gastos variables	
Comida y bebida (Restaurante)	5.175,86
Mantenimiento y reparaciones	2.070,34
Luz, agua y gas	3.105,51
TOTAL GASTOS VARIABLES	10.351,71
BENEFICIO ANTES DE AMORTIZACIONES (EBIDTA)	-50.395,50
Dotación amortizaciones	18.971,92
BENEFICIO BRUTO (BAIT)	-69.367,42
Gastos financieros (Intereses)	4.365,04
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAT)	-73.732,47
Impuesto de sociedades	0,00
BENEFICIO NETO	-73.732,47

Tabla 73: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación pesimista del año 1 con el nuevo crédito. Fuente: Elaboración propia

TESORERÍA AÑO 1 EN SITUACIÓN PESIMISTA CON EL NUEVO CRÉDITO

		Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	0,00	97.627,40	83.817,62	70.857,99	57.931,00	47.463,20	38.351,83	32.627,40	30.945,21	31.638,77	31.093,34	22.858,57	14.327,99
Aportaciones socios	3.006,00												
Prestamos	165.000,00												
Cobros	0,00	1.383,40	1.102,50	1.555,30	3.853,90	5.593,50	16.483,00	17.155,00	17.803,50	16.692,00	6.663,10	6.489,80	8.742,10
Pagos													
Muebles	57.081,36	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Animales	8.985,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frutales y semillas	147,03	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material actividades	814,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utensilios huerto y granja	1.000,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Constitución Sociedad Limitada	440,09	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Licencia de apertura	300,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diseño página web	1.610,52	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PAGOS	70.378,60	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos fijos													
Intereses crédito	0,00	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75
Devolución del crédito	0,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00
Personal	0,00	8.708,86	8.708,86	8.708,86	8.708,86	8.708,86	14.477,68	9.231,68	9.231,68	9.231,68	8.708,86	8.708,86	13.954,86
Lavandería	0,00	201,28	201,28	201,28	201,28	201,28	503,20	503,20	503,20	503,20	201,28	201,28	201,28
Asesoría	0,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Alimento animales	0,00	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70
Fertilizantes	0,00	245,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de oficina	0,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00
Seguro Mapfre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	620,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: escapada rural	0,00	0,00	175,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: club rural	0,00	0,00	169,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de publicidad	0,00	0,00	0,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pag. Web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Internet + Teléfono	0,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
TOTAL GASTOS FIJOS	0,00	14.848,70	13.766,59	14.098,59	13.546,82	13.698,59	19.493,33	16.048,54	14.247,33	14.523,33	13.546,82	13.698,59	18.668,59
Gastos variables													
Comida y bebida (Restaurante)	0,00	172,24	147,78	191,85	387,45	503,14	1.357,05	1.394,33	1.431,30	1.357,05	675,53	660,90	766,15
Mantenimiento y reparaciones	0,00	68,90	59,11	76,74	154,98	201,26	542,82	557,73	572,52	542,82	270,21	264,36	306,46
Luz, agua y gas	0,00	103,34	88,67	115,11	232,47	301,88	814,23	836,60	858,78	814,23	405,32	396,54	459,69
TOTAL GASTOS VARIABLES	0,00	344,48	295,55	383,70	774,89	1.006,28	2.714,10	2.788,65	2.862,60	2.714,10	1.351,05	1.321,80	1.532,30
Saldo final	97.627,40	83.817,62	70.857,99	57.931,00	47.463,20	38.351,83	32.627,40	30.945,21	31.638,77	31.093,34	22.858,57	14.327,99	2.869,20

Tabla 74: Tesorería en situación pesimista del año 1 con el nuevo crédito. Fuente: Elaboración propia

Se puede ver que con el nuevo crédito, la empresa sí sería capaz de hacerse cargo de los pagos del negocio. Por esta razón se seguirá haciendo el análisis de la situación pesimista con el nuevo crédito.

9.10.2. Año 2. Situación pesimista

VENTAS HOTEL AÑO 2 SITUACIÓN PESIMISTA

	Diario (Temporada baja)	Fines de semana (Temporada baja)	Verano (Entre semana) (Temporada alta)	Verano (Fines de semana) (Temporada alta)	Semana Santa Navidad
Número de días al año	151	62	88	34	30
Porcentaje de ocupación	14%	25%	35%	35%	23%
Habitación doble	8.456,0 €	6.200,0 €	12.320,0 €	5.712,0 €	2.760,0 €
Habitación de cuatro	20.294,4 €	14.880,0 €	33.264,0 €	14.280,0 €	7.452,0 €
Total ventas hotel	28.750,4 €	21.080,0 €	45.584,0 €	19.992,0 €	10.212,0 €

Tabla 75: Ventas hotel en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán del alojamiento en todo el año serán de 125.618,4€.

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES) AÑO 2 SITUACIÓN PESIMISTA

	Rutas a caballo	Visita cultural	Un día en la granja	Un día en el huerto
Número de días al año	365	365	365	365
Número de personas que habrá en el hotel	2.760	2.760	2.760	2.760
Número de personas que demandarán la actividad	824	813	921	921
Total ventas actividades	15.656 €	4.065 €	25.327,5 €	17.499 €

Tabla 76: Ventas granja y huerto en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia

Las ventas totales que se obtendrán por la realización de las actividades durante todo el año serán de 62.547,5€.

VENTAS RESTAURANTE AÑO 2 SITUACIÓN PESIMISTA

	Año 2
Número de días al año	365
Número de personas que hará en el hotel	2.760
Número de personas que demandarán el menú	868
Total ventas restaurante	15.624 €

Tabla 77: Ventas restaurante en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia

TOTAL VENTAS AÑO 2 SITUACIÓN PESIMISTA

	Año 2
Ventas hotel	125.618,4 €
Ventas actividades	62.547,5 €
Ventas restaurantes	15.624,0 €
Total ventas	203.789,9 €

Tabla 78: Total ventas y gastos en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia

TOTAL GASTOS AÑO 2 SITUACIÓN PESIMISTA

	Año 2
Gastos comida y bebida	10.189,50 €
Gastos mantenimiento	4.075,80 €
Gastos luz, agua y gas	6.113,70 €
Gastos fijos	168.200,65 €
TOTAL GASTOS	188.579,65 €

La cuenta de pérdidas y ganancias, y la tesorería son calculadas ya con el nuevo crédito de 165.000€.

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANACIAS AÑO 2 EN SITUACIÓN PESIMISTA CON EL NUEVO CRÉDITO

	AÑO 2
Ingresos	203.789,90
Gastos fijos	
Personal	137.854,38
Lavandería	3.623,04
Asesoría	3.000,00
Alimento de animales	16.413,32
Fertilizantes	245,88
Material de oficina	184,00
Seguro Mapfre	620,98
Portal: escapada rural	175,00
Portal: club rural	169,00
Material de publicidad	400,00
Mantenimiento página web	250,00
Internet + Teléfono	900,00
TOTAL GASTOS FIJOS	163.835,60
Gastos variables	
Comida y bebida (Restaurante)	10.189,50
Mantenimiento y reparaciones	4.075,80
Luz, agua y gas	6.113,70
TOTAL GASTOS VARIABLES	20.378,99
BENEFICIO ANTES DE AMORTIZACIONES (EBITDA)	19.575,31
Dotación amortizaciones	18.971,92
BENEFICIO BRUTO (BAIT)	603,39
Gastos financieros (Intereses)	4.365,04
BENEFICIO ANTES DE IMPUESTOS (BAT)	-3.761,66
Impuesto de sociedades	0,00
BENEFICIO NETO	-3.761,66

Tabla 79: Cuenta de pérdidas y ganancias en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia

TESORERÍA AÑO 2 EN SITUACIÓN PESIMISTA CON EL NUEVO CRÉDITO

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Saldo inicial	2.869,20	-2.713,79	-9.445,23	-15.192,60	-20.097,68	-24.066,61	-20.982,05	-13.106,04	-3.302,83	5.275,33	-269,92	-6.234,15
Aportaciones socios												
Prestamos												
Cobros	12.217,90	9.739,50	11.201,80	11.524,60	12.733,40	27.287,00	28.505,50	28.645,50	27.591,00	10.813,30	10.516,40	13.014,00
Pagos												
Muebles	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Animales	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Frutales y semillas	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material actividades	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Utensilios huerto y granja	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Constitución Sociedad Limitada	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Licencia de apertura	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Diseño página web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TOTAL PAGOS	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Gastos fijos												
Intereses crédito	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75	363,75
Devolución del crédito	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00	2.750,00
Personal	10.439,26	10.439,26	10.439,26	10.439,26	10.439,26	16.208,08	10.962,08	10.962,08	10.962,08	10.439,26	10.439,26	15.685,26
Lavandería	201,28	201,28	201,28	201,28	201,28	503,20	503,20	503,20	503,20	201,28	201,28	201,28
Asesoría	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00	250,00
Alimento animales	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70	2.231,93	1.061,70	1.337,70	1.175,93	1.337,70	1.061,70
Fertilizantes	245,88	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de oficina	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00	22,00	12,00	12,00
Seguro Mapfre	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	620,98	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: escapada rural	0,00	175,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Portal: club rural	0,00	169,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Material de publicidad	0,00	0,00	400,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Mantenimiento pág. Web	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Internet + Teléfono	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00	75,00
TOTAL GASTOS FIJOS	16.579,10	15.496,99	15.828,99	15.277,22	15.428,99	21.473,73	17.778,95	15.977,74	16.253,74	15.277,22	15.428,99	20.398,99
Gastos variables												
Comida y bebida (Restaurante)	610,90	486,98	560,09	576,23	636,67	1.364,35	1.425,28	1.432,28	1.379,55	540,67	525,82	650,70
Mantenimiento y reparaciones	244,36	194,79	224,04	230,49	254,67	545,74	570,11	572,91	551,82	216,27	210,33	260,28
Luz, agua y gas	366,54	292,19	336,05	345,74	382,00	818,61	855,17	859,37	827,73	324,40	315,49	390,42
TOTAL GASTOS VARIABLES	1.221,79	973,95	1.120,18	1.152,46	1.273,34	2.728,70	2.850,55	2.864,55	2.759,10	1.081,33	1.051,64	1.301,40
Saldo final	-2.713,79	-9.445,23	-15.192,60	-20.097,68	-24.066,61	-20.982,05	-13.106,04	-3.302,83	5.275,33	-269,92	-6.234,15	-14.920,54

Tabla 80: Tesorería en situación pesimista del año 2. Fuente Elaboración propia

Si se observa la tesorería del año dos, se puede ver que aún pidiendo el crédito de 165.000€, en el primer mes del segundo año, ya no podría hacerse frente a los gastos de la empresa.

Por esta razón, no se sigue analizando esta situación para los siguientes años, puesto que el crédito que habría que pedir para que la empresa pudiera hacerse cargo de los pagos, sería demasiado grande.

Se concluye que si la empresa se acercase a esta situación pesimista, lo mejor sería cerrarla puesto que no sería rentable.

9.11. RENTABILIDAD Y RATIOS

En este apartado, se calcularán el VAN y el TIR del accionista, de cara a calcular la rentabilidad del proyecto. Además de esto, también se calculará en pay-back. Después se calcularán diferentes ratios que definimos a continuación.

El valor actual neto (VAN) es un método de valoración de inversiones y que proporciona una medida de rentabilidad del proyecto analizado. Simplificando, el VAN expresa la diferencia entre el valor actualizado de las unidades monetarias cobradas y pagadas. Para obtener el VAN, utilizamos el beneficio neto sumándole los valores que aparecen en la cuenta de resultados pero que no son realmente salidas de dinero.

Cash flow= Beneficio neto - Amortizaciones

Suponemos una tasa de retorno del 5% para poder calcularlo.

Un VAN mayor que cero nos indica rentabilidad en la inversión.

El Pay –back o período de recuperación nos da el tiempo que se tardará en recuperar la inversión inicial, de forma que nos haremos una idea de cuánto tiempo tendrá que pasar para recuperar el dinero invertido.

El TIR es la tasa interna de retorno, y es el valor para el cual el valor actual neto (VAN) se hace cero. Con este valor sabremos si nuestra inversión está lejos o cerca de ser rentable, es decir, para un TIR cercano a la tasa estimada de descuento, la inversión no será demasiado rentable.

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Cash flow	-18.699,23	49.290,05	110.571,23	141.599,70
VAN	84.478,43			
TIR	0,094			
TIR (%)	9,40%			
Pay back	Mayor de cuatro años			

Tabla 81: VAN, TIR y Pay-back. Fuente: Elaboración propia

Se obtiene un valor de 84.478,43 para el VAN, lo cual indica que la inversión es rentable, ya que se trata de un valor positivo.

El TIR es un porcentaje que se debe comparar con un porcentaje de una inversión que sea no de riesgo. En este caso se ha elegido compararlo con la inversión en la deuda pública española, ya que es una deuda no de riesgo, y con la inversión en un depósito bancario.

Actualmente la deuda pública española a diez años, ofrece un interés del 2,10% y los depósitos bancarios ofrecen un interés entre el 3% y el 5 %. Ambos valores son inferiores al TIR calculado para esta empresa, lo cual nos indica que sería rentable invertir en esta empresa más que en otras cosas con menos riesgo.

El pay-back obtenido es mayor de cuatro años. Esto se debe a que la inversión inicial, lo que se aporta a la empresa es muy elevada, puesto que se aporta un hotel valorado en 400.000 € y un edificio para la granja y el huerto, valorado en 100.000 €. Este período podría resultar poco alentador, en cambio, no es demasiado ya que todo lo que se aporta es mucho y para este tipo de negocios el período de recuperación es muy alto.

❖ Ratio de liquidez

El ratio de liquidez tiene como objetivo verificar las posibilidades de la empresa para afrontar compromisos financieros a corto plazo.

Se calcula dividiendo el activo circulante entre el pasivo circulante de cada año. En este caso en pasivo circulante de la empresa son solo lo que debe pagar del crédito ese año más lo que debe pagar del impuesto de sociedades de año anterior.

Lo ideal es que el valor de ratio de liquidez sea mayor que uno, y cuanto mayor sea mejor, puesto que esto significa que el activo de la empresa, lo que tiene, es mayor que el pasivo, lo que debe la empresa, y por tanto puede hacer frente a los pagos a corto plazo.

Ratio de liquidez				
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Activo circulante	37.101,90	98.825,58	202.176,14	317.325,92
Pasivo circulante	22.000,00	40.454,25	59.809,87	68.957,36
Ratio de liquidez	1,69	2,44	3,38	4,60

Tabla 82: Ratio de liquidez. Fuente: Elaboración propia

En el caso de este hotel rural, se observa que el ratio de liquidez irá aumentando con el paso de los años. Esto es una buena señal puesto que significa que la empresa cada vez tendrá más recursos para afrontar los pagos a corto plazo.

❖ Rentabilidad económica (ROA)

La rentabilidad económica (ROE) mide la tasa de devolución producida por un beneficio económico (anterior a los intereses e impuestos) respecto al capital total. Este valor es totalmente independiente de la estructura financiera de la empresa. Esta cifra expresa cuántos euros gana la empresa por cada euro que tiene.

Se calculará dividiendo el beneficio obtenido durante un período, antes de intereses e impuestos entre el total activo.

	Rentabilidad económica (ROA)			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
BAIT	272,69	68.261,97	129.543,15	160.034,78
Total activo	587.769,02	630.520,78	716.100,02	812.814,73
Rentabilidad económica	0,00	0,11	0,18	0,20
Rentabilidad económica (%)	0,05%	10,83%	18,09%	19,69%

Tabla 83: Rentabilidad económica. Fuente: Elaboración propia

La rentabilidad económica nos muestra el porcentaje de beneficio de la empresa con respecto al total activo, es decir, es la parte de beneficio bruto de todo lo que tiene la empresa.

En este caso, se obtienen ratios muy pequeños puesto que el beneficio que se obtiene es muy pequeño con respecto a todo lo que tiene la empresa. Esto ocurre porque la empresa tiene mucho activo debido al hotel y la granja.

Es una buena señal que este porcentaje vaya aumentando, puesto que quiere decir que el beneficio de la empresa es cada vez mayor.

❖ Rentabilidad financiera (ROE)

La rentabilidad financiera (ROE) mide la rentabilidad que consigue el accionista en la inversión que está realizando la empresa.

Para calcular la rentabilidad financiera de una empresa, necesitamos conocer el beneficio antes de impuestos de la empresa. Se calculará dividiendo el beneficio antes de impuestos entre el patrimonio neto.

	Rentabilidad financiera (ROE)			
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4
Beneficio antes de impuestos (BAT)	272,69	64.751,73	126.032,91	156.524,54
Patrimonio neto	499.768,45	546.065,92	634.288,95	743.856,13
Rentabilidad financiera	0,00	0,12	0,20	0,21
Rentabilidad financiera (%)	0,05%	11,86%	19,87%	21,04%

Tabla 84: Rentabilidad financiera. Fuente: Elaboración propia



La rentabilidad financiera sale muy pequeña puesto que el beneficio que se obtiene con respecto al patrimonio neto que tiene la empresa es muy pequeño, ya que la empresa cuenta con dos grandes edificios de un valor muy elevado.

El hecho de que vaya aumentando con los años, nos indica que el beneficio es cada vez mayor.



CAPÍTULO 10: CONCLUSIONES FINALES

10. CONCLUSIONES FINALES

Este trabajo ha definido un hotel rural que ofrece un contacto pleno con la naturaleza y que da la posibilidad de interactuar con animales típicos de granja y con sus actividades, así como con el cuidado de un huerto. Además ofrece un servicio de restaurante con comida natural y se presenta como una alternativa a las típicas casas rurales que sólo ofrecen alojamiento

El servicio de alojamiento, actividades y restauración en plena naturaleza serán, en conjunto, lo que diferencie este negocio del resto de alojamientos rurales.

El principal objetivo de esta empresa, es como es lógico, obtener beneficio, por lo que se ha estudiado la rentabilidad en dos escenarios diferentes.

Las conclusiones a las que se llega son:

- ❖ La inversión necesaria para este negocio es muy alta, ya que lo que se debe aportar el edificio del hotel y el de la granja y el huerto. A pesar de tener en propiedad ambos edificios, se deberá pedir un crédito para poder hacer frente a todos los pagos del mobiliario y las licencias.
- ❖ El personal que se ha estimado necesario para poder dar un servicio de calidad muy alto, es bastante elevado en comparación con el personal que suelen tener los alojamientos rurales, que normalmente es de una o dos personas. Esto se hace para poder dar al cliente un trato personalizado y de alta calidad.
- ❖ Se debe tener en cuenta la estacionalidad del negocio, que hará que haya dos grandes picos de demanda, uno en verano y otro más pequeño en navidades y semana santa. Se tendrá que tener diferentes estrategias de marketing para cada uno de los períodos donde la demanda sea diferente.
- ❖ Se han estimado los porcentajes de demanda de estos servicios en función de los que suelen tener los demás alojamientos rurales, sin embargo, y debido a la variabilidad de la demanda, se ha realizado el estudio en dos escenarios diferentes, de forma que se presupone que la demanda estará entre ambas situaciones.
- ❖ El escenario realista da como resultado un valor actual neto positivo, lo cual indica que la inversión es rentable, y también da un TIR con un valor superior al interés que se ofrece en una inversión no de riesgo, por lo que también indica que sería una inversión recomendable. El pay-back calculado es superior a los cuatro años del estudio debido a que se aporta a la empresa un hotel y una granja, valorados en conjunto por 500.000 €, por lo que se tardará un tiempo en recuperarlo.
Además de esto, cabe destacar que analizando las cuentas de pérdidas y ganancias y las tesorerías de cada uno de los cuatro años, se observa que en el primer año se tendrán pérdidas, pero en el resto de los años se obtendrá beneficio. Del mismo modo se puede comprobar que con el crédito de 110.000 € que se pedirá, se podrán afrontar todos los pagos y gastos que la empresa tiene.



- ❖ El escenario pesimista muestra como con el crédito de 110.000 € no sería posible hacer frente a los pagos de la empresa, por lo que no se podría tener abierta la empresa en estas circunstancias. Se comprueba si aumentando el crédito hasta los 165.000 € sería posible mantener el negocio abierto, y se concluye que sólo podrían hacerse frente a los gastos durante el primer año, pero en el segundo año ya no se podría pagar todo.

- ❖ La situación de este negocio debe mantenerse entre estos dos escenarios. Siempre y cuando la situación se acerque a la realista, se obtendrá beneficio y se podrá hacer frente a todos los pagos y gastos, pero si la situación se acerca a la pesimista solamente se tendrían pérdidas y no se podría pagar todo, por lo que la mejor opción sería cerrar el negocio.





CAPÍTULO 11: BIBLIOGRAFÍA

11. BIBLIOGRAFÍA

- [1] Administración de operaciones. Producción y cadena de suministros. Chase, Jacobs, Aquilano. 12ª edición (2009). Ed. Mc. Graw-Hill (Fecha última consulta: 23/02/2015)
- [2] Administración de operaciones. Conceptos y casos contemporáneos. Schroeder, Goldstein, Rungtusanatham. 5ª edición (2011) Ed. Mc. Graw-Hill (Fecha última consulta: 06/04/2015)
- [3] Introducción a la Administración de Empresas. A. Cuervo (2008), 6ª edición. Ed. Civitas (Fecha última consulta: 25/03/2015)
- [4] Fundamentos de Finanzas Corporativas. Richar A. Brealey, Stewart C. Myers y Alan J. Marcus (2007) Editorial Mc. Graw- Hill. 5ª Edición (Fecha última consulta: 05/10/2014)
- [5] Manual de conceptos básicos de gestión económico-financiera para personas emprendedoras. Beaz. Bizkaia. (Fecha última consulta: 08/05/2015)
- [6] Ayuntamiento de Zarzalejo. (21 de Agosto de 2015). *Zarzalejo*. Recuperado el 2015, de http://www.zarzalejo.es/zarzalejo/opencms/site/web/conoce_el_pueblo/planifica_tu_viaje/como_llegar/?comboldiomas=spanish (Fecha de última consulta: 23/09/2015)
- [7] BOE. (24 de Julio de 2015). *Riesgos laborales*. Recuperado el 2015, de http://boe.es/legislacion/codigos/codigo.php?id=037_Prevenccion_de_riesgos_laborales&modo=1 (Fecha última consulta: 20/06/2015)
- [8] Decreto 117/2005. (20 de Octubre de 2005). Hotel rural. Madrid, España. (Fecha última consulta: 10/05/2015)
- [9] Decreto 39/1997. (17 de Enero de 1997). Riesgos laborales. Madrid, España. (Fecha última consulta: 20/06/2015)
- [10] Lokad. (2015). *Estacionalidad*. Recuperado el 2015, de <http://www.lokad.com/es/definicion-estacionalidad> (Fecha última consulta: 10/11/2014)
- [11] *Manual del Empresario Rural*. (1994). Secretaría General de Comercio. (Fecha última consulta: 15/10/2015)
- [12] Wikipedia. (12 de Agosto de 2015). *Turismo rural*. Recuperado el 2015, de https://es.wikipedia.org/wiki/Turismo_rural (Fecha última consulta: 15/10/2014)
- [13] Wikipedia. (2 de Julio de 2015). *Zarzalejo*. Recuperado el 2015, de <https://es.wikipedia.org/wiki/Zarzalejo> (Fecha última consulta: 20/11/2014)
- [14] www.expansion.com (Fecha última consulta: 15/04/2015)



- [15] www.iet.tourspain.es (Fecha última consulta: 20/05/2015)
- [16] www.escapadarural.com (Fecha última consulta: 20/12/2014)
- [17] Blog.toprural.com (Fecha última consulta: 20/12/2014)
- [18] www.madrid.org (Fecha última consulta: 20/01/2015)
- [19] www.ine.es (Fecha última consulta: 18/02/2015)
- [20] www.salariominimo.es (Fecha última consulta: 20/04/2015)
- [21] <http://www.eumed.net/ce/2012/gvr.html> (Fecha última consulta: 05/05/2015)
- [22] <http://www.elblogsalmon.com/management/cinco-herramientas-esenciales-para-motivar-a-los-trabajadores> (Fecha última consulta: 16/04/2015)
- [23] <http://elpeoncoronado.com/herramientas-para-la-motivacion/> (Fecha última consulta: 16/04/2015)
- [24] <http://www.euroinnova.edu.es/13-6-20/COBRAR-EL-PLUS-DE-NOCTURNIDAD> (Fecha última consulta: 16/04/2015)
- [25] <http://www.lavanderiaaurora.com/contacto/> (Fecha última consulta: 16/04/2015)
- [26] <http://www.casazarzal.es/casarrural-quienes-somos.html> (Fecha última consulta: 27/02/2015)
- [27] <http://www.casacreart.es/index.html> (Fecha última consulta: 27/02/2015)
- [28] http://www.zarzalejo.es/zarzalejo/opencms/site/web/conoce_el_pueblo/planifica_tu_viaje/alojamiento/?comboldiomas=spanish (Fecha última consulta: 27/02/2015)
- [29] http://www.adeudima.com/?page_id=497 (Fecha última consulta: 23/01/2015)
- [30] http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925481659&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout¶m3=1259924822888 (Fecha última consulta : 01/10/2015)
- [31] <http://www.emprendepymes.es/la-cadena-de-valor-de-porter-el-analisis-estrategico-de-tu-pyme/> (Fecha última consulta: 08/02/2015)
- [32] <http://www.expertiacontinuity.com/9.html> (Fecha última consulta: 03/06/2015)



- [33]<http://www.fehr.es/documentos/publicaciones/descargas/des-9.pdf> (Fecha última consulta: 05/03/2015)
- [34]<http://www.fauca.org/adaptax/uploads/files/guia%20de%20riesgos%20para%20hosteleria.pdf> (Fecha última consulta: 26/05/2015)
- [35]http://www.individual.efl.es/ActumPublic/ActumG/MementoDoc/MF2012_Coeficientes%20anuales%20de%20amortizacion_Anexos.pdf (Fecha última consulta: 04/04/2015)
- [36]www.institutolean.org Institute Lean management (Fecha última consulta 25/06/2015)

ANEXO 1. PRESUPUESTO ASESORÍA

INFORSIERRA, S.L.,
Oscar Inclán Hernández
Tfno. 629 924 562

C/ Monte Redondo nº 29
28450 Collado Mediano – Madrid
C.I.F. B-81671406

Collado Mediano, marzo de 2015

PRESUPUESTO ASESORÍA

ASESORAMIENTO FISCAL Y CONTABLE

- Impuesto sobre Sociedades.
 - Información sobre las normas de previsión para inversiones y beneficios contenidas en la Ley de Reforma Tributaria y modificaciones posteriores.
 - Estudio de balance, redacción y presentación de las Declaraciones de Impuestos sobre Sociedades y pagos a cuenta del mismo, así como tramitación del pago (Mod. 202 y 201).
 - Asesoramiento contable y confección de los libros oficiales (contabilidad oficial).
- Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.
 - Confección y presentación de las oportunas declaraciones de todos y cada uno de los socios.
- Impuesto sobre el Patrimonio.
 - Confección y presentación de las oportunas declaraciones de todos los socios.
- Impuesto de Actividades Económicas
 - Comprobación de los recibos en función de los elementos tributarios de la actividad.
 - Comprobación de las liquidaciones del impuesto.
 - Actualización por variaciones que se produzcan en la actividad.
- Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA)
 - Información sobre repercusiones del Impuesto.
 - Redacción, presentación y tramitación de las declaraciones del Impuesto, para su pago (Mod. 303, 310 y 390).
- Impuesto sobre rendimientos de capital inmobiliario.
 - Información sobre repercusiones del Impuesto.
 - Redacción, presentación y tramitación de las declaraciones del Impuesto para su pago (Mod. 115 y 180).
- Otros servicios.
 - Interposición de escritos y recursos económico-administrativos.
 - Representación ante la Agencia Tributaria en comprobaciones de IVA.
 - Representación ante inspección municipal.
 - Control de costes y desviaciones.

ASESORAMIENTO Y TRAMITACIÓN LABORAL

- Asesoramiento jurídico laboral.
- Inscripción de empresas en Seguridad Social y alta de autónomos.
- Confección de recibos de salarios y estudio de costes.
- Confección de los TCS (Seguros Sociales) y presentación telemática.
- Confección y presentación de todas las alteraciones de los trabajadores (altas, bajas, etc.).
- Baja definitiva de la empresa en la Seguridad Social y baja de autónomos.
- Confección y tramitación de los contratos laborales así como de sus prórrogas.
- Control de la vigencia de los contratos.
- Liquidación y finiquitos.
- Confección y presentación de declaraciones mensuales, trimestrales y resumen anual de IRPF (Mod. 111 y 190).
- Legalización de libros en materia laboral.
- Representación ante el Servicio de Mediación, Arbitraje y Conciliación.
- Representación ante la Inspección de Trabajo.
- Confección y presentación de escritos y recursos económico-administrativos.
- Comprobación de requerimientos de actas de liquidación y recaudación por la vía ejecutiva.

Además de los servicios descritos anteriormente, un día al mes, a acordar con la Dirección de la empresa, acudirá personal de esta Asesoría para atender cualquier cuestión o incidencia que pudiera presentarse, así como para realizar un seguimiento más eficaz de la gestión de la empresa.

Los honorarios por ASESORAMIENTO FISCAL Y CONTABLE que se percibirán por todos estos servicios ascenderán a la cantidad de 150,00 € más el porcentaje de I.V.A. aplicable en cada momento.

Los honorarios por ASESORAMIENTO Y TRAMITACION LABORAL (8 trabajadores) que se percibirán por todos estos servicios ascenderán a la cantidad de 100,00 € más el porcentaje de I.V.A. aplicable en cada momento.

Fdo. Oscar Inclán Hernández

Ilustración 10: Presupuesto asesoría. Fuente: Infosierra

ANEXO 2. PRESUPUESTO PÁGINA WEB

**Profesionales
Emprendedores
Pymes...**

PRESUPUESTO

Nº de presupuesto 0120000091	Fecha 18/05/2015	Nº de hoja Página 1 de 1
Nº de cliente 000000162	C.I.F. 05456308H	Forma de pago

Eva Lopez Ruiz
C/ Antilope 1
28440 Guadarrama
Madrid España

Cantidad	Referencia	Descripción	Precio U.	% Dto	Importe
1,00		Espacio de hosting alojamiento PROFESIONAL	456,52	62,76%	170,01
1,00		Contratación de dominio www.micasitarural.com	8,50	0,00%	8,50
5,00		Cuentas e-mail 5 incluidas	8,00	100,00%	0,00
1,00		Maquetar Logotipo de marca	70,00	0,00%	70,00
1,00	REF1	Diseño y Maquetación Web construida en html5	325,00	0,00%	325,00
1,00		Construcción Baner Pictaker Rotador pagina principal	44,00	0,00%	44,00
1,00		Calendario de reservas programadas	160,00	0,00%	160,00
1,00		Componente de reservas incluyendo tipo de habitación y régimen de alojamiento.	140,00	0,00%	140,00
5,00		Fotos (C) Variable segun necesidades Estimacion	4,10	0,00%	20,50
14,00		Instalacion Categorías	9,00	0,00%	126,00
25,00		Instalación de subcategorias	6,00	0,00%	150,00
1,00		Servicio copia seguridad mensual	50,00	100,00%	0,00
39,00		Insertar textos y contenido en Categorías	3,00	0,00%	117,00
1,00		Optimizar en buscadores de la red	100,00	100,00%	0,00
			Suma		1.331,01
			IVA 21 %		279,51
			TOTAL		1.610,52

Observaciones

Plazo de entrega: 20 días laborables a contar desde la aceptación del 50% de la estimación de honorarios y una vez recibido el comprobante del pago anticipado del total estimado en concepto de provisión de fondos, correspondiente al ingreso en efectivo o mediante transferencia bancaria en la entidad:
0182-2084-95-0209725360
PRESUPUESTO PAGINA WEB PARA CASA RURAL EN LA SIERRA DE GUADARRAMA
WWW.MICASITARURAL.COM

Su dirección de correo electrónico junto a sus datos personales forman parte de un fichero titularidad de INFORMATICAS ALUCHE S.L cuya finalidad es la de mantener el contacto con Ud. De acuerdo con la Ley Orgánica 15/1999, usted puede ejercitar sus derechos de acceso, rectificación, cancelación y, en su caso, oposición enviando una solicitud por escrito, acompañada de una fotocopia de su DNI dirigida a INFORMATICAS ALUCHE S.L. general romero basari 97, local 2 28044 Aluche (MADRID) o bien por email a contacto@informaticasaluche.com

Ilustración 11: Presupuesto asesoría. Fuente: Profesionales Emprendedores Pymes



ANEXO 3. PRESUPUESTO SEGURO

SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL		MAPFRE	
OFERTA DE SEGURO			
Referencia: 096COT00000000058753		Oferta elaborada por:	
Fecha: 27/04/2015		MEDIADOR: MARIA DOLORES GARCIA DIEZ OFICINA: 5729 AGENTE: 1910200 MAQUEDA 132 28024 MADRID	
DATOS DEL TOMADOR / ASEGURADO			
Nombre / Razón Social	EVA LOPEZ	Documento ID	0000000
Dirección		C. Postal	
Localidad		Provincia	
Teléfono	0000000000000	Email	
DATOS DEL RIESGO			
Epígrafe	931A - HOTELES, HOSTALES Y APARTHOTELES		
Duración	Anual Prorrogable		
Suma asegurada por siniestro y año	150.000	Moneda	Euros
Volumen / Unidades	8		
Descripción del riesgo	HOTELES, HOSTALES Y APARTHOTELES		
Situación del riesgo	Territorio Nacional		
Ámbito temporal	Siniestros ocurridos más dos años		
Ámbito Territorial Productos	Territorio Nacional		
Conflicto de intereses	6.000		
COBERTURAS			
Básica	Contratada		
Franquicia	300 Euros por siniestro		
Sublímite	Sin sublímite		
Accidentes	NO CONTRATADA		
Productos	NO CONTRATADA		
EXCLUSIONES Y CONDICIONES			
Franquicia general: 300 euros por siniestro. Riesgos complementarios: Guardarropa: máximo 6.000 Euros/stro. Objetos depositados en caja de seguridad: 12.000 Euros/stro. Aparcamientos y garajes propios del establecimiento asegurado 60.000 Euros/stro. Franquicia Especial: 10% mínimo 150 Euros			
En MADRID, a 27 de Abril de 2015			
La Entidad Aseguradora		El Tomador del Seguro	
 Consejero Delegado de Mapfre Seguros de Empresas		EJEMPLAR PARA EL CLIENTE	
			
Página 1 de 3		VALIDEZ DE CONDICIONES 30 DÍAS DESDE LA FECHA DE REALIZACIÓN DE ESTA OFERTA	



SEGURO DE RESPONSABILIDAD CIVIL

OFERTA DE SEGURO

Referencia: 096COT0000000058753

Fecha: 27/04/2015

PRIMA DEL SEGURO

PRIMA NETA	IMPUESTOS	PRIMA TOTAL DEL SEGURO
585,00	35,98	620,98

Prima final incluyendo en su caso Campaña aplicada

MAPFRE LAS AGUILAS

91 509 5113

MAPFRE SEGUROS DE EMPRESAS: Compañía de Seguros y Reaseguros S.A. Carrera de Pizarro, 22 - 28022 Madrid (España). Teléfono: 902 363 200. Fax: 911 609 607. Registro Mercantil de Madrid, Tomo 6133, página 3.173 de la Sección 9ª, Folio 31. Póliza 38.978. Inscrito en el I.C.F.F. A28223201

En MADRID, a 27 de Abril de 2015

La Entidad Aseguradora El Tomador del Seguro

Consejero Delegado de Mapfre Seguros de Empresas

EJEMPLAR PARA EL CLIENTE

Página 2 de 3
VALIDEZ DE CONDICIONES 30 DÍAS DESDE LA FECHA DE REALIZACIÓN DE ESTA OFERTA

Ilustración 12: Presupuesto seguro de responsabilidad civil. Fuente: Mapfre



ANEXO 4. ENSUESTA REALIZADA ANTES DE LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO

1. ¿Con qué frecuencia hace viajes a la naturaleza (casas rurales, hoteles rurales, campings...)?

- Menos de una vez al año
- Una vez al año
- Dos o tres veces al año
- Más de tres veces al año

2. ¿Le gusta la naturaleza y los animales que viven en ella?

- Sí
- No
- Ni sí, ni no

3. ¿Le gustaría que sus hijos conocieran más sobre el mundo rural?

- Sí
- No
- Ni sí, ni no

4. ¿Qué opinión le merece un alojamiento rural que ofrezca la oportunidad de interactuar con plantas y animales?

- Muy interesante
- Interesante
- Neutro
- Poco interesante
- Nada interesante

5. ¿Participaría usted o alguien de su familia en actividades propias de huerta y granja?

- Muy probablemente
- Probablemente
- Es poco probable
- No es nada probable
- No lo sé

6. ¿Le gustaría que sus hijos participaran en actividades propias de huerta y granja?

- Sí
- No
- Ni sí, ni no



7. ¿Cuál de los siguientes aspectos le llamaría más la atención de este negocio?

- El contacto con la naturaleza
- Las diferentes actividades ofertadas
- Las posibilidades de aprendizaje
- La posibilidad de interactuar con animales

8. ¿Visitaría usted un establecimiento de este tipo?

- Sí, en cuanto estuviese disponible
- Sí, pero dejaría pasar un tiempo
- Puede que lo usase o puede que no
- No, no creo que lo usase
- No, no lo usaría

9. ¿Podría indicarnos su género?

- Masculino
- Femenino

10. ¿Cuántos hijos tiene?

- Ninguno
- Uno
- Dos
- Tres
- Más de tres

ANEXO 5. INFORMACIÓN ADICIONAL SOBRE ZARZALEJO

✚ Lugares de interés

- Caños, lavaderos y fuentes

Merece la pena destacar la abundancia de recursos hídricos subterráneos naturales de la localidad. La existencia de manantiales ha favorecido la construcción a mediados del siglo XIX de pozas e noria para abastecer los cultivos de regadío.

Entre las principales fuentes podemos enfatizar las siguientes: Fuente de Entrecabezas, Fuente de Canillo, Fuente del Rey, Fuente Zuzana, Fuente Patillas, Fuente de Venero y Fuente Duz.



Ilustración 13. Fuente de Entrecabezas. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- Canteras

Las rocas graníticas alcanzan en el ámbito del municipio su mayor desarrollo, lo que explica la existencia de antiguas canteras.

Son muchos los lugares donde se puede observar los cortes dejados por la extracción de esta roca. Parte del granito utilizado para la construcción del monasterio de San Lorenzo de El Escorial se obtuvo de las canteras de esta localidad.

Algunas de las canteras han recibido un nuevo uso, como las situadas en el mirador del Guijo, o las que se encuentran en el margen derecho de la carretera entre Zarzalejo Pueblo y Zarzalejo Estación, sobre las que está proyectada la ubicación del Museo de la Cantera o Museo Abierto.



Ilustración 14: Canteras de Zarzalejo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- Castaños centenarios

Zarzalejo cuenta con algunos de los ejemplares más destacados de la Comunidad de Madrid.

Destacan dos principalmente:

El castaño de la Fuente del Rey, que se encuentra sobre unas grandes rocas graníticas, antes de llegar a la Fuente de Rey, por el camino de Entrecabezas.

El castaño del Cotanillo, que se encuentra en el paraje del Cotanillo. Tiene una altura de 23 metros, un diámetro de copa de 26 metros, una circunferencia en la base del tronco de 7 metros y una edad aproximada de 300 años.

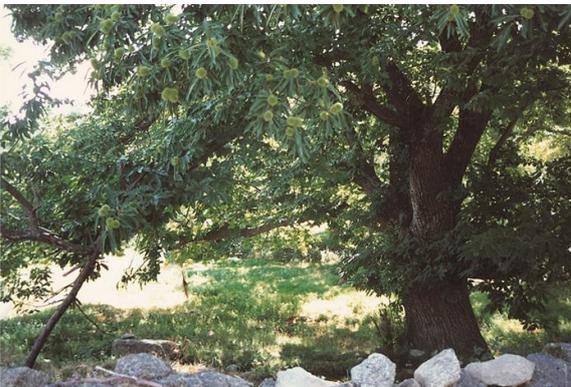


Ilustración 15: Castaño de Zarzalejo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- Dehesa de Navalquejigo

Su propiedad data de 1769 y tiene una extensión de 465 hectáreas.

Tiene un gran valor florístico, sus formaciones vegetales están bien conservadas y adaptadas al uso antrópico. Allí se produce la transición entre el encinar y la dehesa mixta del melojo, quejigo y fresno. Existe presencia de rapaces protegidas y pequeños mamíferos. Su uso actual es ganadero.



Ilustración 16: Dehesa de Navalquejido. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- La Cerca o Pared Real

El monarca Felipe II mandó construir una gran pared de 55 Km. de longitud aproximadamente, para rodear los dominios del Monasterio de San Lorenzo de El Escorial. La Cerca, declarada Conjunto de Interés Cultural, se construyó desde 1562 hasta 1595.

Más tarde, Carlos IV elevó la altura de la pared y levantó los “saltaderos”, para que la caza pudiese entrar, pero no salir. Parte de esta Cerca, se encuentra en el término de Zarzalejo alrededor de la Machota Alta, donde podremos observar su fortaleza.



Ilustración 17: La Pared Real. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- Lagunas de Castrejón

Está formado por un grupo de lagunas de gran valor natural, protegidas legalmente por la Comunidad de Madrid. Las encontramos a los pies de las elevaciones graníticas e las Machotas.

Este paraje sirvió de apeadero y abrevadero a los rebaños que trashumaban por la cercana Cañada Real Leonesa.



Ilustración 18: Lagunas de Castrejón. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- Las Machotas

Las Machotas son dos formaciones graníticas de más de 1400 m² de altitud que dan cobijo a Zarzalejo y tienen un gran valor botánico, geomórfico y paisajístico.

La Machota Alta o Pico del Fraile de 1461 m. y la Machota Baja de 1404 m., están catalogadas como espacio natural por la Ley 16/95 Forestal y de Protección de la Naturaleza de la Comunidad de Madrid, y descienden sobre una superficie en abrupto de 500 m., discurriendo entre ellas una línea de fractura con una orientación NNE-SSO.

La “Machota Alta o Pico del Fraile”, es llamado así por tener en la zona alta una roca de granito que recuerda a la figura de un fraile, que según cuenta la leyenda “...era un cura pecador que subió arriba para orar pero fue tremenda la nevada que le cayó allí, y en posición orante, quedó petrificado”.



Ilustración 19: Las Machotas. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- Mirador del Guijo

Se encuentra situado en la calle del Guijo y fue construido en el siglo XX en la década de los 90. Lo más característico de este mirador es la existencia de una antigua grúa ferroviaria, utilizada para la carga del granito extraído en las canteras de la localidad.

Es un lugar de excelentes características para contemplar el paisaje y las vistas panorámicas.



Ilustración 20: Mirador del Guijo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- Caño nuevo

Fuente construida de granito ubicada en la Avenida de la Cruz Verde. En el centro se puede encontrar una placa de roca caliza con la siguiente inscripción: “Las Obras Públicas son el mejor testimonio de la acción protectora de las autoridades bajo cuyos auspicios se han ejecutado, año 1850”



Ilustración 21: Caño Nuevo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- Caño viejo

Fuente construida de granito que data de mediados del siglo XVIII (1768) y que fue reedificado en 1780. La fuente tiene grabado el emblema de los Borbones (Flor de Lis)



Ilustración 22: Caño viejo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- Estación de Ferrocarril

Está construida con los materiales característicos de la zona, muros de mampostería concertada con jambas, dinteles y esquinas de sillería, reja de fundición y cubierta de madera a dos aguas con aleros voladores.

Inaugurada el 1 de julio de 1863, es un claro ejemplo de la arquitectura ferroviaria. El granito utilizado para su construcción era de las “Canteras de los Catalanes”, cercanas a la estación.

- Fragmento del acueducto de Segovia

Situado en la Avda. Cruz Verde. Como recuerdo de la pertenencia de Zarzalejo a Segovia y en concreto al Sexmo de Casarrubios y del pasado común que los une, esta provincia entregó a Zarzalejo una piedra imitación a las que componen el Acueducto de dicha ciudad.



Ilustración 23: Fragmento del Acueducto de Segovia. Fuente: ayuntamiento de Zarzalejo

- Monumento al cantero

Monolito de granito, donde se puede ver la talla de un cantero trabajando la piedra. Es un homenaje a la figura del cantero y su duro trabajo.

Respecto al trabajo del cantero, se puede decir que es un oficio que pasa de padres a hijos, y donde se realizan tres labores: la de los cortadores que son los encargados de cortar y sacar la piedra de la roca, la de los labrantes que le dan la forma y la de los contratistas que realizan el trabajo final con el cliente.



Ilustración 24: Monumento al cantero. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- Talanqueras

Antiguamente, al celebrarse los festejos taurinos en la plaza, ésta era cerrada por medio de agujas y troncos de madera que se encastraban en las talanqueras.

Las agujas son monolitos de granito con tres agujeros donde se introducía el tronco de madera de una a otra aguja. Hay un total de ocho agujas en las calles que convergen en la plaza.



Ilustración 25: Talanqueras. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- ✚ Fiestas típicas y tradiciones

- El día de la tortilla

Se celebra el Domingo de Ramos, después de la ceremonia religiosa donde se bendicen ramos de olivos. Se aprovecha ese día para pasarlo en el campo y comer una tortilla con los familiares y amigos



Ilustración 26: El día de la tortilla. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- San Pedro

Fiesta celebrada el 29 de junio, en honor al Patrón de Zarzalejo, San Pedro.

La noche anterior a este día, los mozos tienen por costumbre dejar guindas, hoy en día rosas, en las ventanas y puertas de las mozas que pretendían. Si éstas les habían rechazado con anterioridad, este obsequio será un cardo. Después, los mozos van en

busca de un árbol seco que trasladan hasta la plaza del pueblo donde lo colocan a modo de cucaña, para demostrar su habilidad y fuerza.



Ilustración 27. San Pedro. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- La Asunción de la Virgen

Fiesta en honor a la Patrona de Zarzalejo Estación, Nuestra Señora de la Asunción, celebrada el 15 de agosto.

Ese día se realizan actividades deportivas y baile.



Ilustración 28: Virgen de la Asunción. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- La Virgen del Consuelo

Fiesta en honor a la Patrona de Zarzalejo Pueblo, Nuestra Señora del Consuelo, celebrada el día 8 de septiembre.

Se celebran misas con procesiones, corridas de toros lidiados por mozos y casados del pueblo, destacando la figura de las presidentas, mozas y casadas del pueblo, que representan a estos colectivos a modo de reinas de las fiestas. Cada noche hay baile hasta altas horas de la madrugada.



Ilustración 29: Virgen del Consuelo. Fuente: Ayuntamiento de Zarzalejo

- El día de las Puches

Se celebra el día 1 de noviembre y es llamado así por la tradición de comer como postre tradicional las puches con toda la familia.

ANEXO 6. COMPRAS NECESARIAS

En este apartado se explicará todo el material necesario para amueblar nuestro alojamiento, así como para nuestra granja y huerto. Se especificará la tienda donde se comprará cada cosa, sus características y su precio.

Habitaciones

- Cama de matrimonio
 - Cantidad: 8
 - Precio unidad: 189€
 - Tienda: www.miliboo.es
 - Características: Incluye somier, tamaño 160x200
 - Otros datos: Se colocarán seis de las camas de matrimonio en las habitaciones de 4 personas, mientras que las otras dos se pondrán en las habitaciones dobles
 - Foto:



- Cama individual
 - Cantidad: 16
 - Precio unidad: 269€
 - Tienda: www.miliboo.es
 - Características: Incluye somier, tamaño 90x190
 - Otros datos: Cuatro de estas camas se colocarán en las habitaciones para dos personas, mientras que el resto se colocarán en las habitaciones de cuatro personas.
Los gastos de envío por estas camas y las camas de matrimonio serán de 669,69€
 - Foto:



- Colchón de matrimonio
 - Cantidad: 8
 - Precio unidad: 205,20€
 - Tienda: www.maxcolchon.com
 - Características: Tamaño 160x200. Envío gratuito
 - Foto:



- Colchón individual
 - Cantidad: 16
 - Precio unidad: 99,60€
 - Tienda: www.maxcolchon.com
 - Características: Tamaño 90x190. Envío gratuito

- Mesilla
 - Cantidad: 32
 - Precio unidad: 39,99€
 - Tienda: www.ikea.com
 - Otros datos: Se colocarán dos mesillas a los lados de cada cama, por lo que en las habitaciones dobles irán cuatro mesillas, y en las otras habitaciones irán cuatro mesillas
 - Foto:



- Armario
 - Cantidad: 16
 - Precio unidad: 299,00€
 - Tienda: www.mobilhome.com
 - Otros datos: Gastos de envío para las 16 unidades: 663,39€. Se pondrá un armario en cada habitación doble, y dos armarios en cada habitación de cuatro personas
 - Foto:



○ Escritorio

- Cantidad: 10
- Precio unidad: 55,00€
- Tienda: www.atrapamuebles.com
- Características: Gastos de envío por las 10 unidades, 45€
- Foto:



○ Silla

- Cantidad: 20
- Precio unidad: 39,99€
- Tienda: www.ikea.com
- Foto:



○ Lámpara de techo

- Cantidad: 16
- Precio unidad: 12,99€
- Tienda: www.ikea.com
- Foto:



- Lámpara de mesilla
 - Cantidad: 32
 - Precio unidad: 9,99€
 - Tienda: www.ikea.com
 - Foto:



- Edredón de matrimonio
 - Cantidad: 8
 - Precio unidad: Funda más relleno nórdico: 129,75€
 - Tienda: www.maxcolchon.com
- Edredón individual
 - Cantidad: 16
 - Precio unidad: Funda más relleno nórdico: 65,25€
 - Tienda: www.maxcolchon.com
- Juego de sábanas para cama de matrimonio
 - Cantidad: 10
 - Precio unidad: 32,50€
 - Tienda: www.maxcolchon.com
- Juego de sábanas para cama individual
 - Cantidad: 18
 - Precio unidad: 16,00€
 - Tienda: www.maxcolchon.com

- Almohada para cama de matrimonio
 - Cantidad: 8
 - Precio unidad: 16,86€
 - Tienda: www.maxcolchon.com

- Almohada individual
 - Cantidad: 16
 - Precio unidad: 11,20€
 - Tienda: www.maxcolchon.com

- Televisión 32"
 - Cantidad: 10
 - Precio unidad: 210,80€
 - Tienda: www.101gigas.com
 - Características: Gastos de envío: 7,50€
 - Foto:



- Televisión 24"
 - Cantidad: 6
 - Precio unidad: 136,79€
 - Tienda: www.amazon.es
 - Otros datos: Gastos de envío: 5,99€. Habrá una de cada de estas televisiones en la segunda habitación de las habitaciones de cuatro personas

- Teléfono fijo
 - Cantidad: 10
 - Precio unidad: 9,95
 - Tienda: www.chollitos.com
 - Características: Gastos de envío: 3,95
 - Foto:



- Cuna
 - Cantidad: 4
 - Precio unidad: 125,95€
 - Tienda: mibebeytienda.com
 - Otros datos: Envío gratuito. Tamaño 120x60
 - Foto:



- Colchón de cuna
 - Cantidad: 4
 - Precio unidad: 49,95€
 - Tienda: www.mibebeytienda.com
- Juego de sábanas para la cuna
 - Cantidad: 5
 - Precio unidad: 21,00€
 - Tienda: www.costuratex.com
- Cama plegable
 - Cantidad: 4
 - Precio unidad: 186,34€
 - Tienda: www.mueblesllesma.com

 **Baño**

- Inodoro
 - Cantidad: 12
 - Precio unidad: 30,75€
 - Tienda: www.leroymerlin.es
 - Otros datos: Dos de estos inodoros irán destinados a los baños que se colocarán en la zona del comedor y el bar

- Mueble de baño + Lavabo + Espejo
 - Cantidad: 12
 - Precio unidad: 360€
 - Tienda: www.leroymerlin.es
 - Otros datos: Dos de estos lavabos irán destinados a los baños que se colocarán en la zona del comedor y el bar
 - Foto:



- Grifo
 - Cantidad: 12
 - Precio unidad: 7,95€
 - Tienda: www.leroymerlin.es

- Cabina de ducha de hidromasaje
 - Cantidad: 10
 - Precio unidad: 295€
 - Tienda: www.leroymerlin.es
 - Foto:



- Juego de toallas
 - Cantidad: 40
 - Precio juego de toallas: 21,95€
 - Tienda: www.chollitos.com

- Alfombrilla de ducha
 - Cantidad: 12
 - Precio unidad: 4,99€
 - Tienda: www.ikea.com

- Secador de manos
 - Cantidad: 2
 - Precio unidad: 49,90€
 - Tienda: www.ebay.es
 - Otros datos: Estarán colocados en los baños situados en el comedor y el bar
 - Foto:



Salón

- Sofá
 - Cantidad: 2
 - Precio unidad: 399,00€
 - Tienda: www.ikea.com
 - Foto:



- Sillón
 - Cantidad: 4
 - Precio unidad: 69,99€
 - Tienda: www.ikea.com
 - Foto:



- Mesa de centro
 - Cantidad: 2
 - Precio unidad: 19,99€
 - Tienda: www.ikea.com
 - Foto:



- Mostrador de recepción
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 239,99€
 - Tienda: www.retif.es
 - Foto:



- Chimenea
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 399,90€
 - Tienda: www.servovendi.com
 - Foto:



- Ordenador
 - Cantidad: 1
 - Precio: 336€
 - Tienda: Media Markt
 - Características: 4 GB de memoria RAM y 500GB de capacidad del disco.
 - Foto:



- Impresora multifunción
 - Cantidad: 1
 - Precio: 49,50€
 - Tienda: Media Markt
 - Características: Funciones de impresión, escáner y copia.
 - Foto:



Comedor

- Mesa comedor
 - Cantidad: 8
 - Precio unidad: 140,00€
 - Tienda: www.mercahostelera.com
 - Características: Diferentes colores disponibles. Sobre compacto de 10mm
 - Medidas: 80x80 cm
 - Foto:



- Mesa buffet desayuno
 - Cantidad: 2
 - Precio unidad: 175,00€
 - Tienda: www.mercahostelera.com
 - Características: Diferentes colores disponibles. Sobre compacto de 10mm
 - Medidas: 120x80 cm
 - Foto:



- Tostador
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 515,00€
 - Tienda: www.mercahostelera.com
 - Características: Tostados-gratinador y calienta platos. Resistencias independientes para tostar una cara o las dos. Potencia 1800w
 - Medidas: 38x40x27 cm
 - Foto:



- Silla
 - Cantidad: 35
 - Precio unidad: 39,99€
 - Tienda: www.ikea.com
 - Características: Funda lavable a máquina
 - Foto:



- Trona
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 49,90€
 - Tienda: www.mibebeytienda.com
 - Foto:



 **Cafetería:**

○ **Mostrador**

- Cantidad: 1
- Precio unidad: 1299€
- Tienda: www.tiendason.es
- Características: Barra de bar estilo industrial en hierro envejecido. Cuenta con reposapiés y departamento para botellas. Medidas: 297x61x101 cm Envío gratuito
- Foto:



○ **Taburete**

- Cantidad: 5
- Precio unidad: 31,41€
- Tienda: www.taburete.es
- Foto:



○ **Estantería:**

- Cantidad: 1
- Precio unidad: 39,00€
- Tienda: www.mobilhome.es
- Foto:



- Caja registradora:
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 99,00€
 - Tienda: www.cajaregistradoras.com
 - Foto:



- Máquina de hielo
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 1200,00€
 - Tienda: www.cubisierra.es
 - Características: Producción de 51Kg en 24 horas. Tiene para almacenar 25kg y hace cubito macizo de 42g.
Incluida instalación y puesta en marcha
 - Foto:



- Mesa refrigeradora/Botellero
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 1400,00€
 - Tienda: www.cubisierra.es
 - Características: Capacidad de 390 litros. Conservación entre -2 y +8°C
Medidas: 201,7x60x85 cm
Incluida instalación y puesta en marcha
 - Foto:



- Cafetera
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 1280,00€
 - Tienda: www.mercahostelera.es
 - Características: Cafetera de dos grupos de café, un vaporizador y un dosificador de agua caliente. Caldera de acero inoxidable de 4 litros. Opción para monodosis o cápsulas.
Medidas: 60x44x42 cm
 - Foto:



Bar ONE 2 GR

- Vitrina de tapa refrigeradora
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 560,00€
 - Tienda: www.mercahostelera.es
 - Características: Vitrina de tapa refrigeradora con cubeta inoxidable, luz led de temperatura +2 +6°C, cuatro bandejas y cristal curvo. Medidas: 108,5 x 39,5 x 22,5 cm
 - Foto:



- Bandeja
 - Cantidad: 2
 - Precio unidad: 16,99€
 - Tienda: www.mercahostelera.es
 - Características: Material antideslizante, muy resistente. Apto para lavavajillas. Material: polipropileno
 - Foto:



- Mantelería
 - Cantidad: 40
 - Precio unidad mantel: 15,99€
 - Precio pack de dos servilletas: 8,99€
 - Tienda: www.vega-es.com
 - Características: 100% poliéster. Suave como el algodón pero más duradero. Lavado a 40°C. Apto para secadora. Varios colores. Medidas mantel: 100x100 cm
Medidas servilleta: 50x50 cm

 **Cocina**

- Cocina cuatro fuegos
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 1490,00€
 - Tienda: www.mercahostelera.es
 - Características: Cocina de cuatro fuegos con horno de 700mm de fondo de acero inoxidable. Encimera revestida en acero inoxidable. Quemadores de fundición de latón, suministro de gas mediante válvulas con termopar de seguridad, rejillas superiores en hierro fundido.
Medidas: 80x70x85cm

- Foto:



- Freidora:
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 365,00€
 - Tienda: www.mercahostelera.es
 - Características: Freidora doble de 7+7 litros y 3+3 kw. Eléctrica, con grifo. Construida en acero inoxidable y provista de tapa superior. Equipada con cubetas extraíbles para su limpieza, termostato para regular la temperatura y cabezal y resistencia extraíble.
Medidas freidora: 57 x 46 x 32,5 cm
Medidas cestas: 20 x 21 x 10 cm

- Foto:



○ Plancha

- Cantidad: 1
- Precio unidad: 395,00€
- Tienda: www.mercahostelera.es
- Características: Plancha grill eléctrica mixta 4,4kw. Carrocería de acero inoxidable. Doble control de temperatura independiente. Placa de acero inoxidable laminada y rectificada. Con peto alto. Se ofrece con placa lista, rizada o mixta. Recoge grasas delantero y termostato hasta 300°C.
Medidas: 73x49x24 cm
- Foto:



○ Congelador:

- Cantidad: 1
- Precio unidad: 446,00€
- Tienda: www.mercahostelera.es
- Características: Congelador de 252 litros con tapa corredera. Tiene una temperatura de entre -18 y -25°C.
Medidas: 100x63x92 cm

○ Armario frigorífico:

- Cantidad: 1
- Precio unidad: 2075,00€
- Tienda: www.mercahostelera.es
- Características: Armario de 1400 litros. Frigorífico de acero inoxidable de dos puertas con tirador incorporado. Interior de uniones curvas para facilitar la limpieza, luz interior, puertas con bisagras con sistemas de retorno y fijación. Estantes de varillas plastificadas. Refrigerante ecológico R-134A libre de CFC. Evaporación automática de agua. Temperatura de trabajo entre +2 +8°C con 38°C de temperatura ambiente.
Medidas: 138,8 x 84,6 x 200,7 cm
- Foto:



- Lavavajillas+ Grifo ducha + Fregadero
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 1795,00€
 - Tienda: www.mercahostelera.es
 - Características: Conjunto formado por lavavajillas E50, grifo ducha palanca sanitaria y fregadero de 120x60 cm. Contiene mesa mural con espacio para lavavajillas y estante con grifo flexo monomando de caño alto.
Medida cesta: 50x50 cm
 - Foto:



✚ Vajilla

- Vaso largo
 - Cantidad: 9 packs de 6 vasos
 - Precio pack de 6: 5,94€
 - Tienda: www.vega-es.com
- Vaso zahara
 - Cantidad: 9 packs de 6 vasos
 - Precio pack de 6: 4,14€
 - Tienda: www.vega-es.com
 - Foto vaso largo y vaso zahara



- Vaso de whisky
 - Cantidad: 2 packs de 6
 - Precio pack de 6: 4,74€
 - Tienda: www.vega-es.com

- Copa de cerveza 0,3litros
 - Cantidad: 9 packs de 6
 - Precio pack de 6: 13,74€
 - Tienda: www.vega-es.com
 - Foto:



- Copa de vino
 - Cantidad: 54
 - Precio unidad: 0,89€
 - Tienda: www.ikea.com
 - Foto:



- Taza de café 0,2litros
 - Cantidad: 6 packs de 6 tazas
 - Precio pack de 6: 11,94€
 - Tienda: www.vega-es.com

- Plato de café con diámetro 14,5cm
 - Cantidad: 6 packs de 6 platos
 - Precio pack de 6: 9,54€
 - Tienda: www.vega-es.com
- Taza de café 0,3 litros
 - Cantidad: 6 packs de 6 tazas
 - Precio pack de 6: 16,74€
 - Tienda: www.vega-es.com
- Plato de café con diámetro 10,14cm
 - Cantidad: 6 packs de 6 platos
 - Precio pack de 6: 10,14€
 - Tienda: www.vega-es.com
 - Foto de todas las tazas:



- Plato llano 21x21 cm
 - Cantidad: 9 packs de 6 platos
 - Precio pack de 6: 19,14€
 - Tienda: www.vega-es.com
- Plato hondo 22x22 cm
 - Cantidad: 9 packs de 6 platos
 - Precio pack de 6: 22,74€
 - Tienda: www.vega-es.com
- Plato de postre 17x17 cm
 - Cantidad: 9 packs de 6 platos
 - Precio pack de 6: 16,14€
 - Tienda: www.vega-es.com
 - Foto platos



- Ensaladera 21x21
 - Cantidad: 2 packs de 4
 - Precio pack de 4: 33,96€
 - Tienda: www.vega-es.com

- Bandeja 26x16
 - Cantidad: 1 packs de 6
 - Precio pack de 6: 26,34€
 - Tienda: www.vega-es.com

- Bandeja 32x23 cm
 - Cantidad: 3 packs de 2
 - Precio pack de 2: 18,98€
 - Tienda: www.vega-es.com

- Tetera inoxidable 0,23litros
 - Cantidad: 4
 - Precio unidad: 14,10€
 - Tienda: www.mercahostelera.com
 - Foto:



- Lechera inoxidable 0,6litros
 - Cantidad: 2
 - Precio unidad: 9,45€
 - Tienda: www.mercahostelera.com

- Lechera inoxidable 0,35litros
 - Cantidad: 2
 - Precio unidad: 7,65€
 - Tienda: www.mercahostelera.com

- Lechera inoxidable 1,5litros
 - Cantidad: 2
 - Precio unidad: 18,6€
 - Tienda: www.mercahostelera.com
 - Foto lecheras



- Placa calentamiento placa café:
 - Cantidad:1
 - Precio unidad: 50,63€
 - Tienda: www.mercahostelera.com
 - Foto:



- Jarra cristal prensado 1litro
 - Cantidad: 2 packs de 6 jarras
 - Precio pack de 6: 23,94€
 - Tienda: www.vega-es.com
 - Foto:



- Aceitera y vinajera (Menaje 5 piezas)
 - Cantidad: 10
 - Precio unidad: 8,09€
 - Tienda: www.vega-es.com
 - Características: 10,9 x 10,5 x 22 cm
 - Foto



- ✚ Cubertería: Toda la cubertería se adquirirá en packs de 12 y en www.vega-es.com. Se comprarán 5 packs de 12 de cada tipo de cubierto.
 - Tenedor
 - Precio pack de 12: 35,88€
 - Cuchara
 - Precio pack de 12: 35,88€
 - Cuchillo
 - Precio pack de 12: 107,88€
 - Tenedor de pescado
 - Precio pack de 12: 35,88€
 - Cuchillo de pescado
 - Precio pack de 12: 35,88€
 - Cuchara de postre:
 - Precio pack de 12: 23,88€
 - Foto de la cubertería:



- ✚ Batería de cocina. Toda adquirida en www.mercahostelera.com
 - Una olla a presión 20 litros: 241,80 €/unidad
 - Una olla a presión 12 litros: 91,14€/unidad
 - Una cacerola alta con tapa de 6,8 litros y de aluminio: 30,90€/unidad
 - Una cacerola alta con tapa de 10,45litros y de aluminio: 35,79€/unidad
 - Dos cazos altos de 4,10 litros y de aluminio: 18,07€/unidad
 - Dos cazos altos de 3,05litros y de aluminio: 16,60€/unidad
 - Dos cacerolas baja con tapa de 6,75litros y de aluminio: 33,20€/unidad
 - Dos cazos rectos de 2,5litros y de aluminio: 15,84€/unidad
 - Dos ollas rectas con tapa de 10,85litros: 34,32€/unidad

- Dos rustideras con asa fija: 36,69€/unidad
- Dos paelleras de 40cm de diámetro: 13,73€/unidad
- Dos sartenes de 14 cm de diámetro: 5,4€/unidad
- Dos sartenes de 18 cm de diámetro: 14,93€/unidad
- Dos sartenes de 20 cm de diámetro: 16,35€/unidad
- Una sartén de 28 cm de diámetro: 25,05€/unidad
- Una sartén de 40 cm de diámetro: 34,73€/unidad

 **Granja**

- Vacas
 - Cantidad: 2
 - Precio unidad: 900€
 - Tienda: Ganadero particular
 - Características: Vaca frisona de uno y dos meses, camperas, dóciles y con posibilidad de ordeñar a mano si se quiere.
 - Foto



Download from
Dreamstime.com

29312842
Michael Motorad | Dreamstime.com

- Caballo 1
 - Precio: 1000€
 - Tienda: www.ventadecaballos.es
 - Características: Raza hispano-árabe, color tordo. Apto para todo tipo de jinetes. 13 años y un mes de edad.
 - Foto



○ Caballo 2

- Precio: 1200€
- Tienda: www.ventadecaballos.es
- Características: Raza hispano-árabe, semental, color tordo. Ocho años de edad
- Foto



○ Caballo 3

- Precio: 800€
- Tienda: www.ventadecaballos.es
- Características: Raza hispano-árabe. Apto para niños. Ocho años y seis meses de edad
- Foto:



○ Caballo 4

- Precio: 950€
- Tienda: www.ventadecaballos.es
- Características: Yegua. Raza hispano-árabe, color tordo mosqueado.
- Foto:



○ Cerdo

- Cantidad: 4
- Precio unidad: 280€
- Tienda: www.ganados.eu
- Características: Machos capados y hembras
- Foto



○ Gallinas

- Cantidad: 12
- Precio unidad: 30€
- Tienda: www.avicoladeseleccion.es
- Características: Gallinas malinas. 230 huevos al año. Peso del huevo entre 70 y 90 gramos.
- Foto



- Gallo
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 25€
 - Tienda: www.avicoladeseleccion.es
 - Características: Gallo malino.
 - Foto



- Conejos de monte ibérico
 - Cantidad: 10
 - Precio unidad: 15€
 - Tienda: www.mascofauna.com
 - Foto



- Burro
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 800€
 - Tienda: Ganadero particular
 - Características: Raza asno. Pollino de seis meses. Muy manso.
 - Foto



- Perro
 - Cantidad: 2
 - Precio unidad: 390,00€
 - Tienda: www.comprar-perros.es
 - Características: Labrador dorado
 - Foto



- Silla de los caballos
 - Cantidad: 4
 - Precio unidad: 164,95€
 - Tienda: www.paracaballos.es
 - Características: Silla indicada para todo tipo de usos
 - Foto



- Riendas
 - Cantidad: 4
 - Precio unidad: 12,75€
 - Tienda: www.paracaballos.es
- Bocado para los caballos
 - Cantidad: 4
 - Precio unidad: 25,95€
 - Tienda: www.paracaballos.es
- Paja para los caballos
 - Cantidad: 30 cajas de 20kg



- Precio caja de 20Kg: 11,83€
- Tienda: www.horse1.es
- Características: Henolaje Irlandés de fibra larga, cultivado y producido exclusivamente para caballos.

- Alimento para los caballos
 - Cantidad: 50 packs de 9 cajas de 1,5Kg cada una
 - Precio pack de 9 cajas: 18,22€
 - Tienda: www.horse1.es
 - Características: Alimento completo para caballos que incorporan todos los nutrientes para una dieta equilibrada.

- Pienso para las gallinas
 - Cantidad: 10 sacos de 35Kg cada uno
 - Precio saco: 78,00€
 - Tienda: www.agroterra.es Distribuidor: Joaquín Selar
 - Características: Formulado para una correcta y natural alimentación de las gallinas.

- Pienso para cerdos
 - Cantidad: 10 sacos de 40Kg cada uno
 - Precio saco: 27,60€
 - Tienda: www.agroterra.es Distribuidor: LA VITI

- Pienso para vacas
 - Cantidad: 10 sacos
 - Precio saco: 15,07€
 - Tienda: www.agroterra.es Vendedor: María Luisa Barroso Martínez

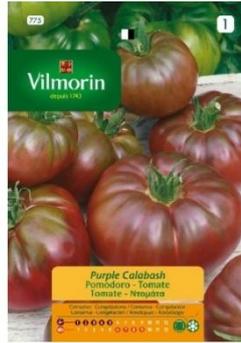
- Pienso para conejos
 - Cantidad: 5 sacos de 25Kg cada uno
 - Precio saco: 13,45€
 - Tienda: www.agroterra.es Distribuidor: LA VITI

- Pienso para perros
 - Cantidad: 2 sacos de 15Kg cada uno
 - Precio saco: 23,49€
 - Tienda: Carrefour (Breakkies)

Huerto

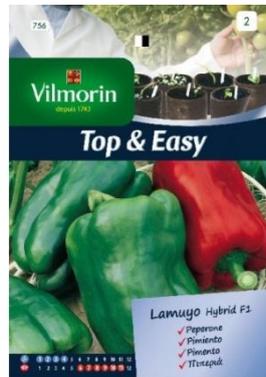
- Semillas de tomate purple calabash
 - Cantidad: 1 paquete
 - Precio unidad: 1,29€
 - Tienda: www.verdecora.es
 - Características: Los tomates pueden ser de más de 150gramos.

- Foto



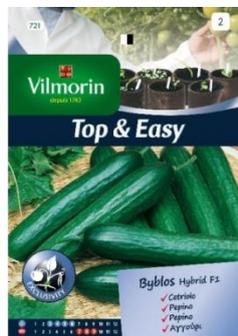
- Semillas de pimiento lamuyo F1

- Cantidad: 1 paquete
- Precio unidad: 2,49€
- Tienda: : www.verdecora.es
- Características: Variedad muy productiva y resistente a las enfermedades
- Foto



- Semillas de pepino byblos F1

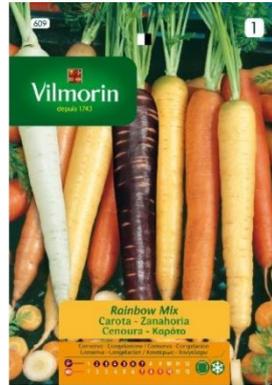
- Cantidad: 1 paquete
- Precio unidad: 2,49€
- Tienda: : www.verdecora.es
- Características: Longitud de 15 a 16 cm. Planta vigorosa adaptada para condiciones difíciles.
- Foto



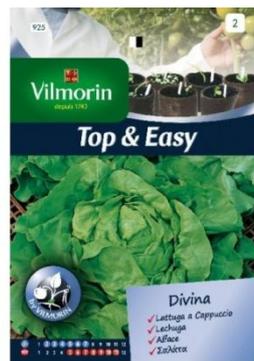
- Semillas de zanahorias multicolores

- Cantidad: 1 paquete
- Precio unidad: 1,29€
- Tienda: : www.verdecora.es

- Características: Mezcla se zanahorias amarillas, blancas, moradas y naranjas.
- Foto



- Semillas de lechuga divina
 - Cantidad: 1 paquete
 - Precio unidad: 2,49€
 - Tienda: : www.verdecora.es
 - Características: Variedad muy resistente a las enfermedades y al calor
 - Foto



- Semillas de cebolla blanca grande
 - Cantidad: 1 paquete
 - Precio unidad: 1,49€
 - Tienda: : www.verdecora.es
 - Foto



- Limonero berna
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 75,00€
 - Tienda: www.agroterra.com

- Características: 35 cm de diámetro y hasta 2 metros de alto
- Foto



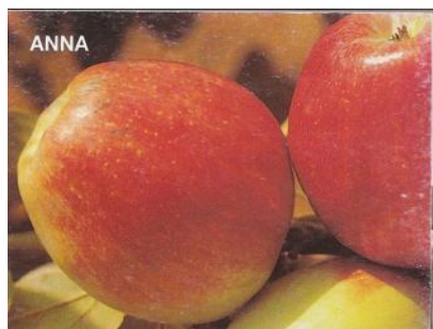
○ Naranja salustiana

- Cantidad: 1
- Precio unidad: 30,00€
- Tienda: www.agroterra.com
- Características: 30cm de diámetro y hasta 1,5 metros de altura
- Foto

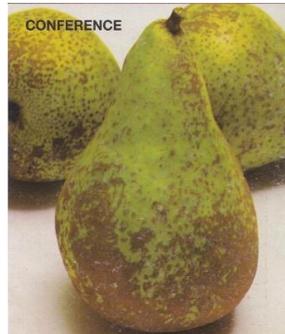


○ Manzano Anna

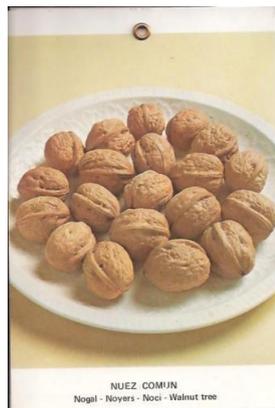
- Cantidad: 1
- Precio unidad: 5,53€
- Tienda: www.fitoagricola.com
- Características: Parcialmente auto fértil
- Foto



- Peral conference
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 10,00€
 - Tienda: www.fitoagricola.com
 - Características: 1,20 metros de altura
 - Foto



- Nogal común regia
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 15,00€
 - Tienda: www.agroterra.com
 - Características: 1,75 metros de altura
 - Foto



- Substrato universal
 - Cantidad: 20 sacos de 50 litros cada uno
 - Precio saco: 9,50€
 - Tienda: www.verdecora.es
 - Características: mezcla de tierra negra y rubia, en elevados porcentajes con perlita, fibra de coco y actirrel.
 - Foto



- Abono huerta y jardín
 - Cantidad: 10 sacos de 2Kg
 - Precio saco: 3,99Kg
 - Tienda: www.verdecora.es
 - Foto



- Fertilizante ecológico para tomates, pepinos y pimientos
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 7,99€
 - Tienda : www.verdecora.es
 - Foto



- Fertilizante gran huerta (general)
 - Cantidad: 1
 - Precio unidad: 7,99€
 - Tienda : www.verdecora.es
 - Características: Fertilizante ecológico universal
 - Foto



ANEXO 7. VENTAS Y GASTOS DESGLOSADOS POR MESES

AÑO UNO. SITUACIÓN REALISTA

VENTAS HOTEL

Diario (Temporada baja)	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		15	20	20	18	21					22	21	14
Porcentaje de ocupación		3%	3%	3%	8%	8%					15%	15%	15%
Habitación doble (4)	100,00 €	180,00 €	240,00 €	240,00 €	576,00 €	672,00 €					1.320,00 €	1.260,00 €	840,00 €
Habitación de cuatro (6)	160,00 €	432,00 €	576,00 €	576,00 €	1.382,40 €	1.612,80 €					3.168,00 €	3.024,00 €	2.016,00 €
Total		612,00 €	816,00 €	816,00 €	1.958,40 €	2.284,80 €					4.488,00 €	4.284,00 €	2.856,00 €

Fines de semana (Temporada baja)	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		5	8	9	6	10					9	9	6
Porcentaje de ocupación		10%	10%	10%	20%	25%					35%	35%	35%
Habitación doble (4)	100,00 €	200,00 €	320,00 €	360,00 €	480,00 €	1.000,00 €					1.260,00 €	1.260,00 €	840,00 €
Habitación de cuatro (6)	160,00 €	480,00 €	768,00 €	864,00 €	1.152,00 €	2.400,00 €					3.024,00 €	3.024,00 €	2.016,00 €
Total		680,00 €	1.088,00 €	1.224,00 €	1.632,00 €	3.400,00 €					4.284,00 €	4.284,00 €	2.856,00 €

Verano (Entre semana) (Temporada alta)	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							22	23	21	22			
Porcentaje de ocupación							30%	30%	30%	30%			
Habitación doble (4)	100,00 €						2.640,00 €	2.760,00 €	2.520,00 €	2.640,00 €			
Habitación de cuatro (6)	180,00 €						7.128,00 €	7.452,00 €	6.804,00 €	7.128,00 €			
Total							9.768,00 €	10.212,00 €	9.324,00 €	9.768,00 €			

Verano (Fines de semana) (Temporada alta)	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							8	8	10	8			
Porcentaje de ocupación							40%	40%	40%	40%			
Habitación doble (4)	120,00 €						1.536,00 €	1.536,00 €	1.920,00 €	1.536,00 €			
Habitación de cuatro (6)	200,00 €						3.840,00 €	3.840,00 €	4.800,00 €	3.840,00 €			
Total							5.376,00 €	5.376,00 €	6.720,00 €	5.376,00 €			

Semana Santa y Navidades	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		11		2	6								11
Porcentaje de ocupación		6%		15%	15%								25%
Habitación doble (4)	100,00 €	264,00 €		120,00 €	360,00 €								1.100,00 €
Habitación de cuatro (6)	180,00 €	712,80 €		324,00 €	972,00 €								2.970,00 €
Total		976,80 €		444,00 €	1.332,00 €								4.070,00 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total	2.268,80 €	1.904,00 €	2.484,00 €	4.922,40 €	5.684,80 €	15.144,00 €	15.588,00 €	16.044,00 €	15.144,00 €	8.772,00 €	8.568,00 €	9.782,00 €

Número de personas que habrá en el hotel	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	52	45	58	113	134	314	323	330	314	206	202	222

Tabla 85: Ventas hotel en situación normal del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES)

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		52	45	58	113	134	314	323	330	314	206	202	222
Porcentaje de demanda de la actividad		20,00%	20,00%	20,00%	30,00%	30,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	20,00%	20,00%	20,00%
Número de personas que demandarán la actividad		10	9	12	34	40	126	129	132	126	41	40	44
Rutas a caballo	19 €	190 €	171 €	228 €	646 €	760 €	2.394 €	2.451 €	2.508 €	2.394 €	779 €	760 €	836 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		52	45	58	113	134	314	323	330	314	206	202	222
Porcentaje de demanda de la actividad		20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	20,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	20,00%	20,00%	20,00%
Número de personas que demandarán la actividad		10	9	12	23	27	126	129	132	126	41	40	44
Visita cultural	5 €	50 €	45 €	60 €	115 €	135 €	630 €	645 €	660 €	630 €	205 €	200 €	220 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		52	45	58	113	134	314	323	330	314	206	202	222
Porcentaje de demanda de la actividad		24,00%	24,00%	24,00%	24,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	24,00%	24,00%	28,00%
Número de personas que demandarán la actividad		12	11	14	27	54	126	129	132	126	49	48	62
Un día en la granja	28 €	330 €	303 €	385 €	743 €	1.485 €	3.465 €	3.548 €	3.630 €	3.465 €	1.348 €	1.320 €	1.705 €

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		52	45	58	113	134	314	323	330	314	206	202	222
Porcentaje de demanda de la actividad		24,00%	24,00%	24,00%	24,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	24,00%	24,00%	28,00%
Número de personas que demandarán la actividad		12	11	14	27	54	126	129	132	126	49	48	62
Un día en el huerto	19 €	228 €	209 €	266 €	513 €	1.026 €	2.394 €	2.451 €	2.508 €	2.394 €	931 €	912 €	1178

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total actividades	798 €	728 €	939 €	2.017 €	3.406 €	8.883 €	9.095 €	9.306 €	8.883 €	3.263 €	3.192 €	3.939 €

Tabla 86: Ventas granja y huerto en situación normal del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS RESTAURANTE

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		52	45	58	113	134	314	323	330	314	206	202	222
Porcentaje de demanda del menú		40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	55,00%	55,00%	55,00%	55,00%	40,00%	40,00%	40,00%
Número de personas que demandarán el menú		21	18	23	45	54	173	178	182	173	82	81	89
Restaurante	18 €	378 €	324 €	414 €	810 €	972 €	3.114 €	3.204 €	3.276 €	3.114 €	1.476 €	1.458 €	1.602 €

Tabla 87: Ventas restaurante en situación normal del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia

TOTAL VENTAS Y GASTOS VARIABLES

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas hotel	2.268,8 €	1.904,0 €	2.484,0 €	4.922,4 €	5.684,8 €	15.144,0 €	15.588,0 €	16.044,0 €	15.144,0 €	8.772,0 €	8.568,0 €	9.782,0 €
Ventas actividades	798,0 €	727,5 €	939,0 €	2.016,5 €	3.406,0 €	8.883,0 €	9.094,5 €	9.306,0 €	8.883,0 €	3.262,5 €	3.192,0 €	3.939,0 €
Ventas restaurante	378,0 €	324,0 €	414,0 €	810,0 €	972,0 €	3.114,0 €	3.204,0 €	3.276,0 €	3.114,0 €	1.476,0 €	1.458,0 €	1.602,0 €
TOTAL VENTAS	3.444,8 €	2.955,5 €	3.837,0 €	7.748,9 €	10.062,8 €	27.141,0 €	27.886,5 €	28.626,0 €	27.141,0 €	13.510,5 €	13.218,0 €	15.323,0 €
Comida y bebida (restaurante)	172,2 €	147,8 €	191,9 €	387,4 €	503,1 €	1.357,1 €	1.394,3 €	1.431,3 €	1.357,1 €	675,5 €	660,9 €	766,2 €
Mantenimiento y reparación	68,9 €	59,1 €	76,7 €	155,0 €	201,3 €	542,8 €	557,7 €	572,5 €	542,8 €	270,2 €	264,4 €	306,5 €
Luz, agua y gas	103,3 €	88,7 €	115,1 €	232,5 €	301,9 €	814,2 €	836,6 €	858,8 €	814,2 €	405,3 €	396,5 €	459,7 €
TOTAL GASTOS VARIABLES	344,5 €	295,6 €	383,7 €	774,9 €	1.006,3 €	2.714,1 €	2.788,7 €	2.862,6 €	2.714,1 €	1.351,1 €	1.321,8 €	1.532,3 €

Tabla 88: Total ventas y gastos variables en situación normal del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia

GASTOS FIJOS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Personal	8.708,86 €	8.708,86 €	8.708,86 €	8.708,86 €	8.708,86 €	14.477,68 €	9.231,68 €	9.231,68 €	9.231,68 €	8.708,86 €	8.708,86 €	13.954,86 €
Lavandería	201,28 €	201,28 €	201,28 €	201,28 €	201,28 €	503,20 €	503,20 €	503,20 €	503,20 €	201,28 €	201,28 €	201,28 €
Asesoría	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €	250,00 €
Intereses del crédito	292,52 €	292,52 €	292,52 €	292,52 €	292,52 €	292,52 €	292,52 €	292,52 €	292,52 €	292,52 €	292,52 €	292,52 €
Alimento animales	2.231,93 €	1.061,70 €	1.337,70 €	1.175,93 €	1.337,70 €	1.061,70 €	2.231,93 €	1.061,70 €	1.337,70 €	1.175,93 €	1.337,70 €	1.061,70 €
Fertilizantes	245,88 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Material de oficina	22,00 €	12,00 €	12,00 €	22,00 €	12,00 €	12,00 €	22,00 €	12,00 €	12,00 €	22,00 €	12,00 €	12,00 €
Seguro (Mapfre)	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	620,98 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Escapada rural	0,00 €	175,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Club rural	0,00 €	169,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Material de publicidad	0,00 €	0,00 €	400,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Página Web	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €	0,00 €
Internet+Teléfono	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €	75,00 €
TOTAL GASTOS FIJOS	12.027,47 €	10.945,36 €	11.277,36 €	10.725,59 €	10.877,36 €	16.672,10 €	13.227,31 €	11.426,10 €	11.702,10 €	10.725,59 €	10.877,36 €	15.847,36 €

Tabla 89: Gastos fijos en situación normal del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia

AÑO DOS. SITUACIÓN REALISTA

VENTAS HOTEL

Diario (Temporada baja)	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		15	20	20	18	21					22	21	14
Porcentaje de ocupación		18%	18%	18%	18%	18%					18%	18%	18%
Habitación doble (4)	100 €	1.080,0 €	1.440,0 €	1.440,0 €	1.296,0 €	1.512,0 €					1.584,0 €	1.512,0 €	1.008,0 €
Habitación de cuatro (6)	160 €	2.592,0 €	3.456,0 €	3.456,0 €	3.110,4 €	3.628,8 €					3.801,6 €	3.628,8 €	2.419,2 €
Total		3.672,0 €	4.896,0 €	4.896,0 €	4.406,4 €	5.140,8 €					5.385,6 €	5.140,8 €	3.427,2 €

Fines de semana (Temporada baja)	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		5	8	9	6	10					9	9	6
Porcentaje de ocupación		30%	30%	30%	30%	30%					30%	30%	30%
Habitación doble (4)	100 €	600,0 €	960,0 €	1.080,0 €	720,0 €	1.200,0 €					1.080,0 €	1.080,0 €	720,0 €
Habitación de cuatro (6)	160 €	1.440,0 €	2.304,0 €	2.592,0 €	1.728,0 €	2.880,0 €					2.592,0 €	2.592,0 €	1.728,0 €
Total		2.040,0 €	3.264,0 €	3.672,0 €	2.448,0 €	4.080,0 €					3.672,0 €	3.672,0 €	2.448,0 €

Verano (Entre semana) (Temporada alta)	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							22	23	21	22			
Porcentaje de ocupación							43%	43%	43%	43%			
Habitación doble (4)	100 €						3.784,0 €	3.956,0 €	3.612,0 €	3.784,0 €			
Habitación de cuatro (6)	180 €						10.216,8 €	10.681,2 €	9.752,4 €	10.216,8 €			
Total							14.000,8 €	14.637,2 €	13.364,4 €	14.000,8 €			

Verano (Fines de semana) (Temporada alta)	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							8	8	10	8			
Porcentaje de ocupación							43%	43%	43%	43%			
Habitación doble (4)	120 €						1.651,2 €	1.651,2 €	2.064,0 €	1.651,2 €			
Habitación de cuatro (6)	200 €						4.128,0 €	4.128,0 €	5.160,0 €	4.128,0 €			
Total							5.779,2 €	5.779,2 €	7.224,0 €	5.779,2 €			

Semana Santa y Navidades	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		11		2	6								11
Porcentaje de ocupación		30%		30%	30%								30%
Habitación doble (4)	100 €	1.320,0 €		240,0 €	720,0 €								1.320,0 €
Habitación de cuatro (6)	180 €	3.564,0 €		648,0 €	1.944,0 €								3.564,0 €
Total		4.884,0 €		888,0 €	2.664,0 €								4.884,0 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total	10.596,0 €	8.160,0 €	9.456,0 €	9.518,4 €	9.220,8 €	19.780,0 €	20.416,4 €	20.588,4 €	19.780,0 €	9.057,6 €	8.812,8 €	10.759,2 €

Número de personas que habrá en el hotel	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	240	192	221	219	217	413	427	427	413	213	207	244

Tabla 90: Ventas hotel en situación normal del año 2 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES)

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		240	192	221	219	217	413	427	427	413	213	207	244
Porcentaje de demanda de la actividad		25,00%	25,00%	25,00%	35,00%	35,00%	45,00%	45,00%	45,00%	45,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Número de personas que la demandarán		60	48	55	77	76	186	192	192	186	53	52	61
Rutas a caballo	19 €	1.140 €	912 €	1.045 €	1.463 €	1.444 €	3.534 €	3.648 €	3.648 €	3.534 €	1.007 €	988 €	1.159 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		240	192	221	219	217	413	427	427	413	213	207	244
Porcentaje de demanda de la actividad		25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	45,00%	45,00%	45,00%	45,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Número de personas que demandarán la actividad		60	48	55	55	54	186	192	192	186	53	52	61
Visita cultural	5 €	300 €	240 €	275 €	275 €	270 €	930 €	960 €	960 €	930 €	265 €	260 €	305 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		240	192	221	219	217	413	427	427	413	213	207	244
Porcentaje de demanda de la actividad		30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	45,00%	45,00%	45,00%	45,00%	45,00%	30,00%	30,00%	34,00%
Número de personas que demandarán la actividad		72	58	66	66	98	186	192	192	186	64	62	83
Un día en la granja	27,5 €	1.980 €	1.595 €	1.815 €	1.815 €	2.695 €	5.115 €	5.280 €	5.280 €	5.115 €	1.760 €	1.705 €	2.283 €

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		240	192	221	219	217	413	427	427	413	213	207	244
Porcentaje de demanda de la actividad		30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	45,00%	45,00%	45,00%	45,00%	45,00%	30,00%	30,00%	34,00%
Número de personas que demandarán la actividad		72	58	66	66	98	186	192	192	186	64	62	83
Un día en el huerto	19 €	1.368 €	1.102 €	1.254 €	1.254 €	1.862 €	3.534 €	3.648 €	3.648 €	3.534 €	1.216 €	1.178 €	1.577 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total actividades	4.788,0 €	3.849,0 €	4.389,0 €	4.807,0 €	6.271,0 €	13.113,0 €	13.536,0 €	13.536,0 €	13.113,0 €	4.248,0 €	4.131,0 €	5.323,5 €

Tabla 91: Ventas granja y huerto en situación normal del año 2 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS RESTAURANTE

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		240	192	221	219	217	413	427	427	413	213	207	244
Porcentaje de demanda del menú		43,00%	43,00%	43,00%	43,00%	43,00%	60,00%	60,00%	60,00%	60,00%	43,00%	43,00%	43,00%
Número de personas que demandarán el menú		103	83	95	94	93	248	256	256	248	92	89	105
Restaurante	18 €	1.854 €	1.494 €	1.710 €	1.692 €	1.674 €	4.464 €	4.608 €	4.608 €	4.464 €	1.656 €	1.602 €	1.890 €

Tabla 92: Ventas restaurante en situación normal del año 2 por meses. Fuente: Elaboración propia

TOTAL VENTAS Y GASTOS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas hotel	10.596,00	8.160,00	9.456,00	9.518,40	9.220,80	19.780,00	20.416,40	20.588,40	19.780,00	9.057,60	8.812,80	10.759,20
Ventas actividades	4.788,00	3.849,00	4.389,00	4.807,00	6.271,00	13.113,00	13.536,00	13.536,00	13.113,00	4.248,00	4.131,00	5.323,50
Ventas restaurante	1.854,00	1.494,00	1.710,00	1.692,00	1.674,00	4.464,00	4.608,00	4.608,00	4.464,00	1.656,00	1.602,00	1.890,00
TOTAL VENTAS	17.238,00	13.503,00	15.555,00	16.017,40	17.165,80	37.357,00	38.560,40	38.732,40	37.357,00	14.961,60	14.545,80	17.972,70
Comida y bebida (restaurante)	861,9 €	675,2 €	777,8 €	800,9 €	858,3 €	1.867,9 €	1.928,0 €	1.936,6 €	1.867,9 €	748,1 €	727,3 €	898,6 €
Mantenimiento y reparación	344,8 €	270,1 €	311,1 €	320,3 €	343,3 €	747,1 €	771,2 €	774,6 €	747,1 €	299,2 €	290,9 €	359,5 €
Luz, agua y gas	517,1 €	405,1 €	466,7 €	480,5 €	515,0 €	1.120,7 €	1.156,8 €	1.162,0 €	1.120,7 €	448,8 €	436,4 €	539,2 €
TOTAL GASTOS VARIABLES	1.723,8 €	1.350,3 €	1.555,5 €	1.601,7 €	1.716,6 €	3.735,7 €	3.856,0 €	3.873,2 €	3.735,7 €	1.496,2 €	1.454,6 €	1.797,3 €
TOTAL GASTOS FIJOS	13.757,9 €	12.675,8 €	13.007,8 €	12.456,0 €	12.607,8 €	18.652,5 €	14.957,7 €	13.156,5 €	13.432,5 €	12.456,0 €	12.607,8 €	17.577,8 €

Tabla 93: Total ventas y gastos en situación normal del año 2 por meses. Fuente: Elaboración propia

AÑO TRES. SITUACIÓN REALISTA

VENTAS HOTEL

Diario (Temporada baja)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		15	20	20	18	21					22	21	14
Porcentaje de ocupación		25%	25%	25%	25%	25%					25%	25%	25%
Habitación doble (4)	100 €	1.500,0 €	2.000,0 €	2.000,0 €	1.800,0 €	2.100,0 €					2.200,0 €	2.100,0 €	1.400,0 €
Habitación de cuatro (6)	160 €	3.600,0 €	4.800,0 €	4.800,0 €	4.320,0 €	5.040,0 €					5.280,0 €	5.040,0 €	3.360,0 €
Total		5.100,0 €	6.800,0 €	6.800,0 €	6.120,0 €	7.140,0 €					7.480,0 €	7.140,0 €	4.760,0 €

Fines de semana (Temporada baja)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		5	8	9	6	10					9	9	6
Porcentaje de ocupación		35%	35%	35%	35%	35%					35%	35%	35%
Habitación doble (4)	100 €	700,0 €	1.120,0 €	1.260,0 €	840,0 €	1.400,0 €					1.260,0 €	1.260,0 €	840,0 €
Habitación de cuatro (6)	160 €	1.680,0 €	2.688,0 €	3.024,0 €	2.016,0 €	3.360,0 €					3.024,0 €	3.024,0 €	2.016,0 €
Total		2.380,0 €	3.808,0 €	4.284,0 €	2.856,0 €	4.760,0 €					4.284,0 €	4.284,0 €	2.856,0 €

Verano (Entre semana) (Temporada alta)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							22	23	21	22			
Porcentaje de ocupación							48%	48%	48%	48%			
Habitación doble (4)	100 €						4.224,0 €	4.416,0 €	4.032,0 €	4.224,0 €			
Habitación de cuatro (6)	180 €						11.404,8 €	11.923,2 €	10.886,4 €	11.404,8 €			
Total							15.628,8 €	16.339,2 €	14.918,4 €	15.628,8 €			

Verano (Fines de semana) (Temporada alta)	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							8	8	10	8			
Porcentaje de ocupación							48%	48%	48%	48%			
Habitación doble (4)	120 €						1.843,2 €	1.843,2 €	2.304,0 €	1.843,2 €			
Habitación de cuatro (6)	200 €						4.608,0 €	4.608,0 €	5.760,0 €	4.608,0 €			
Total							6.451,2 €	6.451,2 €	8.064,0 €	6.451,2 €			

Semana Santa y Navidades	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		11		2	6								11
Porcentaje de ocupación		35%		35%	35%								35%
Habitación doble (4)	100 €	1.540,0 €		280,0 €	840,0 €								1.540,0 €
Habitación de cuatro (6)	180 €	4.158,0 €		756,0 €	2.268,0 €								4.158,0 €
Total		5.698,0 €		1.036,0 €	3.108,0 €								5.698,0 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total	13.178,0 €	10.608,0 €	12.120,0 €	12.084,0 €	11.900,0 €	22.080,0 €	22.790,4 €	22.982,4 €	22.080,0 €	11.764,0 €	11.424,0 €	13.314,0 €

Número de personas que habrá en el hotel	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	299	250	283	278	280	461	476	476	461	277	269	302

Tabla 94: Ventas hotel en situación normal del año 3 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES)

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		299	250	283	278	280	461	476	476	461	277	269	302
Porcentaje de demanda de la actividad		28,00%	28,00%	28,00%	38,00%	38,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	28,00%	28,00%	28,00%
Número de personas que la demandarán		84	70	79	106	106	231	238	238	231	78	75	85
Rutas a caballo	19 €	1.596 €	1.330 €	1.501 €	2.014 €	2.014 €	4.389 €	4.522 €	4.522 €	4.389 €	1.482 €	1.425 €	1.615 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		299	250	283	278	280	461	476	476	461	277	269	302
Porcentaje de demanda de la actividad		28,00%	28,00%	28,00%	28,00%	28,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	28,00%	28,00%	28,00%
Número de personas que demandarán la actividad		84	70	79	78	78	231	238	238	231	78	75	85
Visita cultural	5 €	420 €	350 €	395 €	390 €	390 €	1.155 €	1.190 €	1.190 €	1.155 €	390 €	375 €	425 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		299	250	283	278	280	461	476	476	461	277	269	302
Porcentaje de demanda de la actividad		35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	35,00%	35,00%	40,00%
Número de personas que demandarán la actividad		105	88	99	97	140	231	238	238	231	97	94	121
Un día en la granja	27,5 €	2.888 €	2.420 €	2.723 €	2.668 €	3.850 €	6.353 €	6.545 €	6.545 €	6.353 €	2.668 €	2.585 €	3.328 €

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		299	250	283	278	280	461	476	476	461	277	269	302
Porcentaje de demanda de la actividad		35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	50,00%	35,00%	35,00%	40,00%
Número de personas que demandarán la actividad		105	88	99	97	140	231	238	238	231	97	94	121
Un día en el huerto	19 €	1.995 €	1.672 €	1.881 €	1.843 €	2.660 €	4.389 €	4.522 €	4.522 €	4.389 €	1.843 €	1.786 €	2.299 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total actividades	6.898,5 €	5.772,0 €	6.499,5 €	6.914,5 €	8.914,0 €	16.285,5 €	16.779,0 €	16.779,0 €	16.285,5 €	6.382,5 €	6.171,0 €	7.666,5 €

Tabla 95: Ventas granja y huerto en situación normal del año 3 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS RESTAURANTE

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		299	250	283	278	280	461	476	476	461	277	269	302
Porcentaje de demanda del menú		45,00%	45,00%	45,00%	45,00%	45,00%	63,00%	63,00%	63,00%	63,00%	45,00%	45,00%	45,00%
Número de personas que demandarán el menú		135	113	127	125	126	290	300	300	290	125	121	136
Restaurante	18 €	2.430 €	2.034 €	2.286 €	2.250 €	2.268 €	5.220 €	5.400 €	5.400 €	5.220 €	2.250 €	2.178 €	2.448 €

Tabla 96: Ventas restaurante en situación normal del año 3 por meses. Fuente: Elaboración propia

TOTAL VENTAS Y GASTOS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas hotel	13.178,0 €	10.608,0 €	12.120,0 €	12.084,0 €	11.900,0 €	22.080,0 €	22.790,4 €	22.982,4 €	22.080,0 €	11.764,0 €	11.424,0 €	13.314,0 €
Ventas actividades	6.898,5 €	5.772,0 €	6.499,5 €	6.914,5 €	8.914,0 €	16.285,5 €	16.779,0 €	16.779,0 €	16.285,5 €	6.382,5 €	6.171,0 €	7.666,5 €
Ventas restaurante	2.430,0 €	2.034,0 €	2.286,0 €	2.250,0 €	2.268,0 €	5.220,0 €	5.400,0 €	5.400,0 €	5.220,0 €	2.250,0 €	2.178,0 €	2.448,0 €
TOTAL VENTAS	22.506,5 €	18.414,0 €	20.905,5 €	21.248,5 €	23.082,0 €	43.585,5 €	44.969,4 €	45.161,4 €	43.585,5 €	20.396,5 €	19.773,0 €	23.428,5 €
Comida y bebida (Restaurante)	1.125,3 €	920,7 €	1.045,3 €	1.062,4 €	1.154,1 €	2.179,3 €	2.248,5 €	2.258,1 €	2.179,3 €	1.019,8 €	988,7 €	1.171,4 €
Mantenimiento y reparaciones	450,1 €	368,3 €	418,1 €	425,0 €	461,6 €	871,7 €	899,4 €	903,2 €	871,7 €	407,9 €	395,5 €	468,6 €
Luz, agua y gas	675,2 €	552,4 €	627,2 €	637,5 €	692,5 €	1.307,6 €	1.349,1 €	1.354,8 €	1.307,6 €	611,9 €	593,2 €	702,9 €
TOTAL GASTOS VARIABLES	2.250,7 €	1.841,4 €	2.090,6 €	2.124,9 €	2.308,2 €	4.358,6 €	4.496,9 €	4.516,1 €	4.358,6 €	2.039,7 €	1.977,3 €	2.342,9 €
TOTAL GASTOS FIJOS	13.757,9 €	12.675,8 €	13.007,8 €	12.456,0 €	12.607,8 €	18.652,5 €	14.957,7 €	13.156,5 €	13.432,5 €	12.456,0 €	12.607,8 €	17.577,8 €

Tabla 97: Total ventas y gastos en situación normal del año 3 por meses. Fuente: Elaboración propia

AÑO CUATRO. SITUACIÓN REALISTA

VENTAS HOTEL

Diario (Temporada baja)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		15	20	20	18	21					22	21	14
Porcentaje de ocupación		28%	28%	28%	28%	28%					28%	28%	28%
Habitación doble (4)	100 €	1.680 €	2.240 €	2.240 €	2.016 €	2.352 €					2.464 €	2.352 €	1.568 €
Habitación de cuatro (6)	160 €	4.032 €	5.376 €	5.376 €	4.838 €	5.645 €					5.914 €	5.645 €	3.763 €
Total		5.712 €	7.616 €	7.616 €	6.854 €	7.997 €					8.378 €	7.997 €	5.331 €

Fines de semana (Temporada baja)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		5	8	9	6	10					9	9	6
Porcentaje de ocupación		38%	38%	38%	38%	38%					38%	38%	38%
Habitación doble (4)	100 €	760 €	1.216 €	1.368 €	912 €	1.520 €					1.368 €	1.368 €	912 €
Habitación de cuatro (6)	160 €	1.824 €	2.918 €	3.283 €	2.189 €	3.648 €					3.283 €	3.283 €	2.189 €
Total		2.584 €	4.134 €	4.651 €	3.101 €	5.168 €					4.651 €	4.651 €	3.101 €

Verano (Entre semana) (Temporada alta)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							22	23	21	22			
Porcentaje de ocupación							50%	50%	50%	50%			
Habitación doble (4)	100 €						4.400 €	4.600 €	4.200 €	4.400 €			
Habitación de cuatro (6)	180 €						11.880 €	12.420 €	11.340 €	11.880 €			
Total							16.280 €	17.020 €	15.540 €	16.280 €			

Verano (Fines de semana) (Temporada alta)	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							8	8	10	8			
Porcentaje de ocupación							50%	50%	50%	50%			
Habitación doble (4)	120 €						1.920 €	1.920 €	2.400 €	1.920 €			
Habitación de cuatro (6)	200 €						4.800 €	4.800 €	6.000 €	4.800 €			
Total							6.720 €	6.720 €	8.400 €	6.720 €			

Semana Santa y Navidades	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		11		2	6								11
Porcentaje de ocupación		38%		38%	38%								38%
Habitación doble (4)	100 €	1.672 €		304 €	912 €								1.672 €
Habitación de cuatro (6)	180 €	4.514 €		821 €	2.462 €								4.514 €
Total		6.186 €		1.125 €	3.374 €								6.186 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total	14.482,4 €	11.750,4 €	13.392,0 €	13.329,6 €	13.164,8 €	23.000,0 €	23.740,0 €	23.940,0 €	23.000,0 €	13.028,8 €	12.648,0 €	14.618,4 €

Número de personas que habrá en el hotel	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
	329	276	313	307	310	480	496	496	480	307	298	332

Tabla 98: Ventas hotel en situación normal del año 4 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES)

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		329	276	313	307	310	480	496	496	480	307	298	332
Porcentaje de demanda de la actividad		30,00%	30,00%	30,00%	40,00%	40,00%	52,00%	52,00%	52,00%	52,00%	30,00%	30,00%	30,00%
Número de personas que demandarán la actividad		99	83	94	123	124	250	258	258	250	92	89	100
Rutas a caballo	19 €	1.881 €	1.577 €	1.786 €	2.337 €	2.356 €	4.750 €	4.902 €	4.902 €	4.750 €	1.748 €	1.691 €	1.900 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		329	276	313	307	310	480	496	496	480	307	298	332
Porcentaje de demanda de la actividad		30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	52,00%	52,00%	52,00%	52,00%	30,00%	30,00%	30,00%
Número de personas que demandarán la actividad		99	83	94	92	93	250	258	258	250	92	89	100
Visita cultural	5 €	495 €	415 €	470 €	460 €	465 €	1.250 €	1.290 €	1.290 €	1.250 €	460 €	445 €	500 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		329	276	313	307	310	480	496	496	480	307	298	332
Porcentaje de demanda de la actividad		37,00%	37,00%	37,00%	37,00%	52,00%	52,00%	52,00%	52,00%	52,00%	37,00%	37,00%	42,00%
Número de personas que demandarán la actividad		122	102	116	114	161	250	258	258	250	114	110	139
Un día en la granja	27,5 €	3.355 €	2.805 €	3.190 €	3.135 €	4.428 €	6.875 €	7.095 €	7.095 €	6.875 €	3.135 €	3.025 €	3.823 €

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		329	276	313	307	310	480	496	496	480	307	298	332
Porcentaje de demanda de la actividad		37,00%	37,00%	37,00%	37,00%	52,00%	52,00%	52,00%	52,00%	52,00%	37,00%	37,00%	42,00%
Número de personas que demandarán la actividad		122	102	116	114	161	250	258	258	250	114	110	139
Un día en el huerto	19 €	2.318 €	1.938 €	2.204 €	2.166 €	3.059 €	4.750 €	4.902 €	4.902 €	4.750 €	2.166 €	2.090 €	2.641 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total actividades	8.049 €	6.735 €	7.650 €	8.098 €	10.308 €	17.625 €	18.189 €	18.189 €	17.625 €	7.509 €	7.251 €	8.863,5 €

Tabla 99: Ventas granja y huerto en situación normal del año 4 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS RESTAURANTE

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		329	276	313	307	310	480	496	496	480	307	298	332
Porcentaje de demanda del menú		48,00%	48,00%	48,00%	48,00%	48,00%	65,00%	65,00%	65,00%	65,00%	48,00%	48,00%	48,00%
Número de personas que demandarán el menú		158	132	150	147	149	312	322	322	312	147	143	159
Restaurante	18 €	2.844 €	2.376 €	2.700 €	2.646 €	2.682 €	5.616 €	5.796 €	5.796 €	5.616 €	2.646 €	2.574 €	2.862 €

Tabla 100: Ventas restaurante en situación normal del año 4 por meses. Fuente: Elaboración propia

TOTAL VENTAS Y GASTOS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas hotel	14.482,4 €	11.750,4 €	13.392,0 €	13.329,6 €	13.164,8 €	23.000,0 €	23.740,0 €	23.940,0 €	23.000,0 €	13.028,8 €	12.648,0 €	14.618,4 €
Ventas actividades	8.049,0 €	6.735,0 €	7.650,0 €	8.098,0 €	10.307,5 €	17.625,0 €	18.189,0 €	18.189,0 €	17.625,0 €	7.509,0 €	7.251,0 €	8.863,5 €
Ventas restaurante	2.844,0 €	2.376,0 €	2.700,0 €	2.646,0 €	2.682,0 €	5.616,0 €	5.796,0 €	5.796,0 €	5.616,0 €	2.646,0 €	2.574,0 €	2.862,0 €
TOTAL	25.375,4 €	20.861,4 €	23.742,0 €	24.073,6 €	26.154,3 €	46.241,0 €	47.725,0 €	47.925,0 €	46.241,0 €	23.183,8 €	22.473,0 €	26.343,9 €
Comida y bebida (Restaurante)	1.268,8 €	1.043,1 €	1.187,1 €	1.203,7 €	1.307,7 €	2.312,1 €	2.386,3 €	2.396,3 €	2.312,1 €	1.159,2 €	1.123,7 €	1.317,2 €
Mantenimiento y reparaciones	507,5 €	417,2 €	474,8 €	481,5 €	523,1 €	924,8 €	954,5 €	958,5 €	924,8 €	463,7 €	449,5 €	526,9 €
Luz, agua y gas	761,3 €	625,8 €	712,3 €	722,2 €	784,6 €	1.387,2 €	1.431,8 €	1.437,8 €	1.387,2 €	695,5 €	674,2 €	790,3 €
TOTAL GASTOS VARIABLES	2.537,5 €	2.086,1 €	2.374,2 €	2.407,4 €	2.615,4 €	4.624,1 €	4.772,5 €	4.792,5 €	4.624,1 €	2.318,4 €	2.247,3 €	2.634,4 €
TOTAL GASTOS FIJOS	13.757,9 €	12.675,8 €	13.007,8 €	12.456,0 €	12.607,8 €	18.652,5 €	14.957,7 €	13.156,5 €	13.432,5 €	12.456,0 €	12.607,8 €	17.577,8 €

Tabla 101: Total ventas y gastos en situación normal del año 4 por meses. Fuente: Elaboración propia

AÑO UNO. SITUACIÓN PESIMISTA

VENTAS HOTEL

Diario (Temporada baja)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		15	20	20	18	21					22	21	14
Porcentaje de ocupación		1%	1%	1%	5%	5%					8%	8%	8%
Habitación doble (4)	100,00 €	60,00 €	80,00 €	80,00 €	360,00 €	420,00 €					704,00 €	672,00 €	448,00 €
Habitación de cuatro (6)	160,00 €	144,00 €	192,00 €	192,00 €	864,00 €	1.008,00 €					1.689,60 €	1.612,80 €	1.075,20 €
Total		204,00 €	272,00 €	272,00 €	1.224,00 €	1.428,00 €					2.393,60 €	2.284,80 €	1.523,20 €

Fines de semana (Temporada baja)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		5	8	9	6	10					9	9	6
Porcentaje de ocupación		5%	5%	5%	10%	15%					20%	20%	20%
Habitación doble (4)	100,00 €	100,00 €	160,00 €	180,00 €	240,00 €	600,00 €					720,00 €	720,00 €	480,00 €
Habitación de cuatro (6)	160,00 €	240,00 €	384,00 €	432,00 €	576,00 €	1.440,00 €					1.728,00 €	1.728,00 €	1.152,00 €
Total		340,00 €	544,00 €	612,00 €	816,00 €	2.040,00 €					2.448,00 €	2.448,00 €	1.632,00 €

Verano (Entre semana) (Temporada alta)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							22	23	21	22			
Porcentaje de ocupación							20%	20%	20%	20%			
Habitación doble (4)	100,00 €						1.760,00 €	1.840,00 €	1.680,00 €	1.760,00 €			
Habitación de cuatro (6)	180,00 €						4.752,00 €	4.968,00 €	4.536,00 €	4.752,00 €			
Total							6.512,00 €	6.808,00 €	6.216,00 €	6.512,00 €			

Verano (Fines de semana) (Temporada alta)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							8	8	10	8			
Porcentaje de ocupación							30%	30%	30%	30%			
Habitación doble (4)	120,00 €						1.152,00 €	1.152,00 €	1.440,00 €	1.152,00 €			
Habitación de cuatro (6)	200,00 €						2.880,00 €	2.880,00 €	3.600,00 €	2.880,00 €			
Total							4.032,00 €	4.032,00 €	5.040,00 €	4.032,00 €			

Semana Santa y Navidades													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		11		2	6								11
Porcentaje de ocupación		3%		8%	8%								18%
Habitación doble (4)	100,00 €	132,00 €		64,00 €	192,00 €								792,00 €
Habitación de cuatro (6)	180,00 €	356,40 €		172,80 €	518,40 €								2.138,40 €
Total		488,40 €		236,80 €	710,40 €								2.930,40 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total	1.032,40 €	816,00 €	1.120,80 €	2.750,40 €	3.468,00 €	10.544,00 €	10.840,00 €	11.256,00 €	10.544,00 €	4.841,60 €	4.732,80 €	6.085,60 €

Número de personas que habrá en el hotel	23	19	26	63	82	218	224	230	218	114	111	138
--	----	----	----	----	----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

Tabla 102: Ventas hotel en situación pesimista del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES)

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		23	19	26	63	82	218	224	230	218	114	111	138
Porcentaje de demanda de la actividad		15,00%	15,00%	15,00%	25,00%	25,00%	30,00%	35,00%	35,00%	35,00%	15,00%	15,00%	15,00%
Número de personas que demandarán la actividad		3	3	4	16	21	65	78	81	76	17	17	21
Rutas a caballo	19 €	57 €	57 €	76 €	304 €	399 €	1.235 €	1.482 €	1.539 €	1.444 €	323 €	323 €	399 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		23	19	26	63	82	218	224	230	218	114	111	138
Porcentaje de demanda de la actividad		18,00%	18,00%	18,00%	18,00%	18,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	18,00%	18,00%	18,00%
Número de personas que demandarán la actividad		4	3	5	11	15	65	67	69	65	21	20	25
Visita cultural	5 €	20 €	15 €	25 €	55 €	75 €	325 €	335 €	345 €	325 €	105 €	100 €	125 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		23	19	26	63	82	218	224	230	218	114	111	138
Porcentaje de demanda de la actividad		18,00%	18,00%	18,00%	18,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	18,00%	18,00%	25,00%
Número de personas que demandarán la actividad		4	3	5	11	29	76	78	81	76	21	20	35
Un día en la granja	28 €	110 €	83 €	138 €	303 €	798 €	2.090 €	2.145 €	2.228 €	2.090 €	578 €	550 €	963 €

Plan de negocio de un Hotel Rural
Eva López Ruiz

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		23	19	26	63	82	218	224	230	218	114	111	138
Porcentaje de demanda de la actividad		18,00%	18,00%	18,00%	18,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	18,00%	18,00%	25,00%
Número de personas que demandarán la actividad		4	3	5	11	29	76	78	81	76	21	20	35
Un día en el huerto	19 €	76 €	57 €	95 €	209 €	551 €	1.444 €	1.482 €	1.539 €	1.444 €	399 €	380 €	665

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total actividades	243,0 €	196,5 €	308,5 €	815,5 €	1.747,5 €	4.769,0 €	5.109,0 €	5.305,5 €	4.978,0 €	1.299,5 €	1.253,0 €	2.026,5 €

Tabla 103: Ventas granja y huerto en situación pesimista del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS RESTAURANTE

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		23	19	26	63	82	218	224	230	218	114	111	138
Porcentaje de demanda del menú		25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	25,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	25,00%	25,00%	25,00%
Número de personas que demandarán el menú		6	5	7	16	21	65	67	69	65	29	28	35
Restaurante	18 €	108 €	90 €	126 €	288 €	378 €	1.170 €	1.206 €	1.242 €	1.170 €	522 €	504 €	630 €

Tabla 104: Ventas restaurante en situación pesimista del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia

TOTAL VENTAS Y GASTOS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas hotel	1.032,4 €	816,0 €	1.120,8 €	2.750,4 €	3.468,0 €	10.544,0 €	10.840,0 €	11.256,0 €	10.544,0 €	4.841,6 €	4.732,8 €	6.085,6 €
Ventas actividades	243,0 €	196,5 €	308,5 €	815,5 €	1.747,5 €	4.769,0 €	5.109,0 €	5.305,5 €	4.978,0 €	1.299,5 €	1.253,0 €	2.026,5 €
Ventas restaurante	108,0 €	90,0 €	126,0 €	288,0 €	378,0 €	1.170,0 €	1.206,0 €	1.242,0 €	1.170,0 €	522,0 €	504,0 €	630,0 €
TOTAL VENTAS	1.383,4 €	1.102,5 €	1.555,3 €	3.853,9 €	5.593,5 €	16.483,0 €	17.155,0 €	17.803,5 €	16.692,0 €	6.663,1 €	6.489,8 €	8.742,1 €
Comida y bebida (restaurante)	69,2 €	55,1 €	77,8 €	192,7 €	279,7 €	824,2 €	857,8 €	890,2 €	834,6 €	333,2 €	324,5 €	437,1 €
Mantenimiento y reparación	27,7 €	22,1 €	31,1 €	77,1 €	111,9 €	329,7 €	343,1 €	356,1 €	333,8 €	133,3 €	129,8 €	174,8 €
Luz, agua y gas	41,5 €	33,1 €	46,7 €	115,6 €	167,8 €	494,5 €	514,7 €	534,1 €	500,8 €	199,9 €	194,7 €	262,3 €
TOTAL GASTOS VARIABLES	138,3 €	110,3 €	155,5 €	385,4 €	559,4 €	1.648,3 €	1.715,5 €	1.780,4 €	1.669,2 €	666,3 €	649,0 €	874,2 €
TOTAL GASTOS FIJOS	12.027,5 €	10.945,4 €	11.277,4 €	10.725,6 €	10.877,4 €	16.672,1 €	13.227,3 €	11.426,1 €	11.702,1 €	10.725,6 €	10.877,4 €	15.847,4 €

Tabla 105: Total ventas en situación pesimista del año 1 por meses. Fuente: Elaboración propia

AÑO DOS. SITUACIÓN PESIMISTA

VENTAS HOTEL

Diario (Temporada baja)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		15	20	20	18	21					22	21	14
Porcentaje de ocupación		14%	14%	14%	14%	14%					14%	14%	14%
Habitación doble (4)	100 €	840,0 €	1.120,0 €	1.120,0 €	1.008,0 €	1.176,0 €					1.232,0 €	1.176,0 €	784,0 €
Habitación de cuatro (6)	160 €	2.016,0 €	2.688,0 €	2.688,0 €	2.419,2 €	2.822,4 €					2.956,8 €	2.822,4 €	1.881,6 €
Total		2.856,0 €	3.808,0 €	3.808,0 €	3.427,2 €	3.998,4 €					4.188,8 €	3.998,4 €	2.665,6 €

Fines de semana (Temporada baja)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		5	8	9	6	10					9	9	6
Porcentaje de ocupación		25%	25%	25%	25%	25%					25%	25%	25%
Habitación doble (4)	100 €	500,0 €	800,0 €	900,0 €	600,0 €	1.000,0 €					900,0 €	900,0 €	600,0 €
Habitación de cuatro (6)	160 €	1.200,0 €	1.920,0 €	2.160,0 €	1.440,0 €	2.400,0 €					2.160,0 €	2.160,0 €	1.440,0 €
Total		1.700,0 €	2.720,0 €	3.060,0 €	2.040,0 €	3.400,0 €					3.060,0 €	3.060,0 €	2.040,0 €

Verano (Entre semana) (Temporada alta)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							22	23	21	22			
Porcentaje de ocupación							35%	35%	35%	35%			
Habitación doble (4)	100 €						3.080,0 €	3.220,0 €	2.940,0 €	3.080,0 €			
Habitación de cuatro (6)	180 €						8.316,0 €	8.694,0 €	7.938,0 €	8.316,0 €			
Total							11.396,0 €	11.914,0 €	10.878,0 €	11.396,0 €			

Verano (Fines de semana) (Temporada alta)													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días							8	8	10	8			
Porcentaje de ocupación							35%	35%	35%	35%			
Habitación doble (4)	120 €						1.344,0 €	1.344,0 €	1.680,0 €	1.344,0 €			
Habitación de cuatro (6)	200 €						3.360,0 €	3.360,0 €	4.200,0 €	3.360,0 €			
Total							4.704,0 €	4.704,0 €	5.880,0 €	4.704,0 €			

Semana Santa y Navidades													
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días		11		2	6								11
Porcentaje de ocupación		23%		23%	23%								23%
Habitación doble (4)	100 €	1.012,0 €		184,0 €	552,0 €								1.012,0 €
Habitación de cuatro (6)	180 €	2.732,4 €		496,8 €	1.490,4 €								2.732,4 €
Total		3.744,4 €		680,8 €	2.042,4 €								3.744,4 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total	8.300,4 €	6.528,0 €	7.548,8 €	7.509,6 €	7.398,4 €	16.100,0 €	16.618,0 €	16.758,0 €	16.100,0 €	7.248,8 €	7.058,4 €	8.450,0 €

Número de personas que habrá en el hotel												
	188	154	176	173	174	336	347	347	336	171	166	192

Tabla 106: Ventas hotel en situación pesimista del año 2 por meses. Fuente: Elaboración propia

VENTAS GRANJA Y HUERTO (ACTIVIDADES)

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		188	154	176	173	174	336	347	347	336	171	166	192
Porcentaje de demanda de la actividad		18,00%	18,00%	18,00%	30,00%	30,00%	35,00%	40,00%	40,00%	40,00%	18,00%	18,00%	18,00%
Número de personas que la demandarán		34	28	32	52	52	118	139	139	134	31	30	35
Rutas a caballo	19 €	646 €	532 €	608 €	988 €	988 €	2.242 €	2.641 €	2.641 €	2.546 €	589 €	570 €	665 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		188	154	176	173	174	336	347	347	336	171	166	192
Porcentaje de demanda de la actividad		24,00%	24,00%	24,00%	24,00%	24,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	24,00%	24,00%	24,00%
Número de personas que demandarán la actividad		45	37	42	42	42	118	121	121	118	41	40	46
Visita cultural	5 €	225 €	185 €	210 €	210 €	210 €	590 €	605 €	605 €	590 €	205 €	200 €	230 €
	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		188	154	176	173	174	336	347	347	336	171	166	192
Porcentaje de demanda de la actividad		24,00%	24,00%	24,00%	24,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	24,00%	24,00%	30,00%
Número de personas que demandarán la actividad		45	37	42	42	70	134	139	139	134	41	40	58
Un día en la granja	27,5 €	1.238 €	1.018 €	1.155 €	1.155 €	1.925 €	3.685 €	3.823 €	3.823 €	3.685 €	1.128 €	1.100 €	1.595 €

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		188	154	176	173	174	336	347	347	336	171	166	192
Porcentaje de demanda de la actividad		24,00%	24,00%	24,00%	24,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	40,00%	24,00%	24,00%	30,00%
Número de personas que demandarán la actividad		45	37	42	42	70	134	139	139	134	41	40	58
Un día en el huerto	19 €	855 €	703 €	798 €	798 €	1.330 €	2.546 €	2.641 €	2.641 €	2.546 €	779 €	760 €	1.102 €

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Total actividades	2.963,5 €	2.437,5 €	2.771,0 €	3.151,0 €	4.453,0 €	9.063,0 €	9.709,5 €	9.709,5 €	9.367,0 €	2.700,5 €	2.630,0 €	3.592,0 €

Tabla 107: Ventas granja y huerto en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia

VENTAS RESTAURANTE

	Precio	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Número de días del mes		31	28	31	30	31	30	31	31	30	31	30	31
Número de personas que habrá en el hotel		188	154	176	173	174	336	347	347	336	171	166	192
Porcentaje de demanda del menú		28,00%	28,00%	28,00%	28,00%	28,00%	35,00%	35,00%	35,00%	35,00%	28,00%	28,00%	28,00%
Número de personas que demandarán el menú		53	43	49	48	49	118	121	121	118	48	46	54
Restaurante	18 €	954 €	774 €	882 €	864 €	882 €	2.124 €	2.178 €	2.178 €	2.124 €	864 €	828 €	972 €

Tabla 108: Ventas restaurante en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia

TOTAL VENTAS Y GASTOS

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
Ventas hotel	8.300,40	6.528,00	7.548,80	7.509,60	7.398,40	16.100,00	16.618,00	16.758,00	16.100,00	7.248,80	7.058,40	8.450,00
Ventas actividades	2.963,50	2.437,50	2.771,00	3.151,00	4.453,00	9.063,00	9.709,50	9.709,50	9.367,00	2.700,50	2.630,00	3.592,00
Ventas restaurante	954,00	774,00	882,00	864,00	882,00	2.124,00	2.178,00	2.178,00	2.124,00	864,00	828,00	972,00
TOTAL VENTAS	12.217,90	9.739,50	11.201,80	11.524,60	12.733,40	27.287,00	28.505,50	28.645,50	27.591,00	10.813,30	10.516,40	13.014,00
Comida y bebida (restaurante)	610,9 €	487,0 €	560,1 €	576,2 €	636,7 €	1.364,4 €	1.425,3 €	1.432,3 €	1.379,6 €	540,7 €	525,8 €	650,7 €
Mantenimiento y reparación	244,4 €	194,8 €	224,0 €	230,5 €	254,7 €	545,7 €	570,1 €	572,9 €	551,8 €	216,3 €	210,3 €	260,3 €
Luz, agua y gas	366,5 €	292,2 €	336,1 €	345,7 €	382,0 €	818,6 €	855,2 €	859,4 €	827,7 €	324,4 €	315,5 €	390,4 €
TOTAL GASTOS VARIABLES	1.221,8 €	974,0 €	1.120,2 €	1.152,5 €	1.273,3 €	2.728,7 €	2.850,6 €	2.864,6 €	2.759,1 €	1.081,3 €	1.051,6 €	1.301,4 €
TOTAL GASTOS FIJOS	13.757,9 €	12.675,8 €	13.007,8 €	12.456,0 €	12.607,8 €	18.652,5 €	14.957,7 €	13.156,5 €	13.432,5 €	12.456,0 €	12.607,8 €	17.577,8 €

Tabla 109: Total ventas y gastos en situación pesimista del año 2. Fuente: Elaboración propia

