

Plan de Negocio



[ALBERGUE RURAL ESTACIÓN OTAÑES]

[Estudio de viabilidad de la puesta en marcha de un servicio de albergue rural en Otañes en el municipio de Castro-Urdiales.]



INDICE

- 1. Resumen Ejecutivo.**
- 2. Presentación del Proyecto.**
 - 2.1. La Idea
 - 2.2. Localización del negocio
 - 2.3. Emplazamiento, descripción del edificio y terrenos
 - 2.4. Origen, objetivos y evolución del proyecto
- 3. Estudio de Mercado.**
 - 3.1. Clientela
 - 3.2. Competencia
- 4. Estrategia Comercial.**
 - 4.1. Estrategia de producto
 - 4.2. Estrategia de precios
 - 4.3. Estrategia de comunicación
 - 4.4. Estrategia de marketing
- 5. Producción y Recursos Humanos.**
 - 5.1. Legislación aplicable
 - 5.2. Recursos Humanos
 - 5.3. Proceso Productivo
- 6. Análisis Económico Financiero.**
 - 6.1. Datos económicos relativos al proyecto
 - 6.2. Plan de inversiones
 - 6.3. Datos económicos relativos al Proyecto
 - 6.4. Plan de financiación
 - 6.5. Cuenta de resultados
 - 6.6. Cash flow
 - 6.7. Balance
 - 6.8. Análisis de ratios
- 7. Análisis DAFO.**
- 8. Negocios Paralelos al Albergue Turístico**

1. Resumen Ejecutivo

El modelo de turismo basado fundamentalmente en la oferta de sol y playa ha tenido y mantiene un largo recorrido en el turismo en Cantabria. Sin embargo, cada vez más, se plantea la necesidad de una renovación que permita abarcar nuevas formas de turismo y de escapar de la estacionalidad que limita la rentabilidad económica y social de la actividad turística.

El Camino de Santiago es un ejemplo de oferta turística no estacionalizada que ya se ha consolidado como una de las más atractivas en Cantabria durante los últimos años por su afluencia de turistas nacionales e internacionales.

El presente documento constituye el documento final del Estudio de Viabilidad de la puesta en marcha de un albergue turístico de la antigua estación de Otañes.

A través de este proyecto se pretende analizar si es viable la puesta en marcha de un Albergue Rural como alternativa de negocio en el actual escenario de crisis económica en que nos encontramos inmersos.

El turismo rural en España es un sector maduro y hasta cierto punto saturado, pero aún existen nichos de mercado como el Camino de Santiago, donde el turismo nacional continúa creciendo a pesar de la crisis y de manera excepcional los turistas extranjeros.

La oferta se debe encaminar a vender el trazado del Camino de Santiago a su paso por el Municipio de Castro-Urdiales, el atractivo de las sus Vías Verdes y a los amigos y amantes del Ferrocarril.

Para definir la propuesta definitiva de apertura del Albergue Rural en la estación de Otañes en el municipio de Castro-Urdiales, se ha seguido el siguiente procedimiento:

1. Realización de una serie de estudios previos con el fin de conocer el lugar donde se quiere implantar el Albergue Rural, entre los que se incluyen la localización y comunicaciones con las que cuenta Castro-Urdiales, el análisis de los factores que condicionan el uso del Albergue Rural.
2. Estudio de los focos atractores y generadores del lugar de ubicación. Los condicionantes del uso del Albergue Rural se han clasificado en tres grupos: Pernoctaciones del peregrino a su paso por el Camino de Santiago, periodos estivales y festivos provenientes del propio uso como alojamiento de turismo desarrollado por el uso de vías verdes y los que influyen en el interés de los habitantes del municipio por utilizar las instalaciones (bar, merendero, vagones ferroviarios) .
3. Descripción de detalles del lugar dónde se ubica.
4. Análisis coste-beneficio del servicio.

2. Presentación del Proyecto

2.1. La idea

La idea de negocio surge de la mayor demanda de peregrinos en el Camino año tras año y del auge del turismo rural como alternativa, donde las personas se acercan a una zona con el propósito deliberado de convivir durante unos días con la comunidad rural, conociendo sus costumbres y tradiciones, y disfrutando de un entorno alejado tanto geográfica como ambientalmente de los núcleos de turismo convencional.

Con el objetivo de crear un lugar que sirva para cubrir las necesidades de los usuarios que frecuentan el Camino y turistas que deseen conocer la zona, la explotación turística del albergue rural se resume principalmente en un desarrollo turístico sostenible centrado en el disfrute de áreas naturales que promueve el entendimiento medioambiental y cultural, así como su apreciación y conservación. Este negocio cuyo público son peregrinos, turistas y residentes, debe prestar los servicios de alojamiento, desayuno, comida y cena, ofreciendo la contratación de otros servicios complementarios como la realización de actividades de ocio (excursiones, actividades deportivas etc.), la venta de productos de artesanía y gastronómicos, y el transporte (alquiler bicicletas, etc.).

2.2 Localización del Negocio

La Estación de Otañes se encuentra a 20 minutos de Bilbao por autovía. Aeropuerto de Sondika, y puerto marítimo de Santurce. A 30 minutos del Parque de la naturaleza de Cabarceno. A 35 minutos de Santander con puerto marítimo, y aeropuerto de Parayas

Camino de Santiago en la Vía Traslaviña

LOCALIZACIÓN: Desde la punta de San Andrés (Urdiales) hasta el túnel de Herreros (límite con Vizcaya).

LONGITUD: Primer tramo (Castro - Santullán): **1,2 kms**. Tramo restante (Santullán - túnel Herreros): **5,5 kms**.

USUARIOS: 



Apta.



Apta.

TIPO DE FIRME: Primer tramo (Castro - Santullán), **urbano**. Tramo restante (Santullán - túnel Herreros), **pista sin asfaltar**.

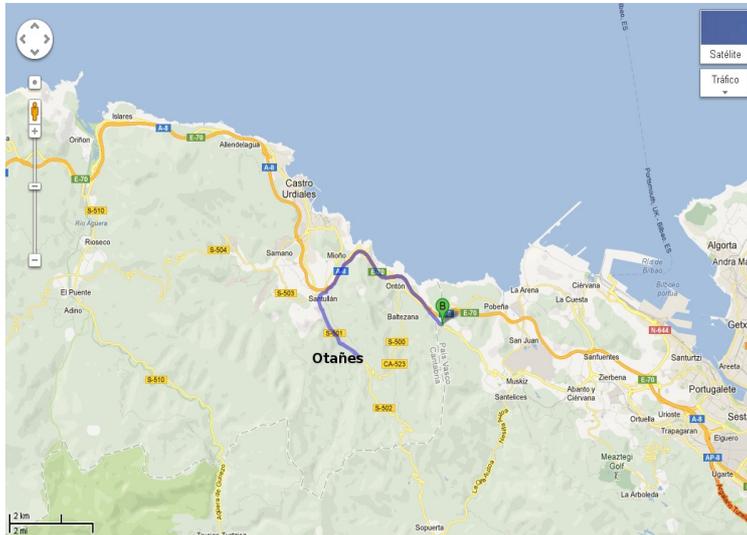
DIFICULTAD DEL RECORRIDO: Baja



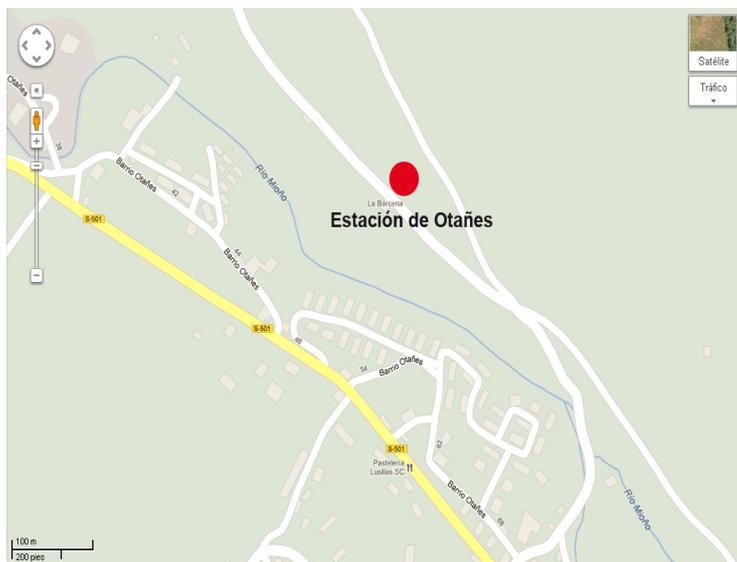
Apta sólo desde Mioño hasta el cargadero

TIPO DE FIRME: Grava y arena.

Otañes



Estación de otañes



2.3 Emplazamiento, descripción del edificio y terrenos

El conjunto objeto de dicho proyecto, está formado por la antigua estación de ferrocarril de Otañes, el conjunto de andenes y la caseta de servicios que la acompañan.

Se sitúan en las afueras de la localidad de Otañes, perteneciente al municipio de Castro-Urdiales, junto al trazado del antiguo ferrocarril Castro-Traslaviña.

Se desconoce la superficie exacta de terreno, haciéndose corresponder con la ocupada por el edificio y los andenes, y que llegaría abarcar también la Nave (proyecto futuro de ampliación del negocio de turismo rural).

El edificio principal está adosado al muro de contención del andén, ocupa aproximadamente una superficie construida de 75,63 m²., y tiene una superficie total construida de 291,78 m².. Consta de semisótano, planta baja, primera y bajo cubierta.

El semisótano es de 75,63 m², y coincide con la altura exterior del andén quedando ciego en la fachada en contacto con el muro de contención de éste.

La planta baja se sitúa en el mismo nivel que el andén. Tiene una superficie de 72,05 m².

Las plantas primera y bajo cubierta tienen también 72,05 m² cada una.

Superficie útil

EDIFICIO ESTACIÓN OTAÑES	
Planta de Semisótano	
	M2
Cocina	15,00
Vestíbulo+pasillo	10,37
Servicio SeñorasDiscapacitados	4,26
Servicio Caballeros	2,17
Bajo Escalera	3,00
Escalera	5,00
Ascensor	3,24
Cuarto de Calderas	7,09
Planta Baja	
Zona Público	38,39
Zona Barra	6,95
Vestíbulo	5,65
Escalera	8,38
Ascensor	3,24
Planta Primera	
Vestíbulo	7,24
Habitación 1	10,33
Baño 1	4,26
Habitación 2	10,45
Habitación 3	9,26
Baño 2-3	4,95
Escalera	8,01
Ascensor	3,24
Planta Bajo Cubierta	
Vestíbulo	7,16
Habitación 1	10,89
Baño1	4,40
Habitación 2	10,07
Habitación 3	9,52
Baño 2-3	4,25
Escalera	8,01
Ascensor	3,24
Superficies Totales del Edificio	
Total útil	228,01
Total construido	291,78

2.4 Origen, objetivos y evolución del proyecto

El Camino de Santiago es un fenómeno social, cultural y religioso que tiene su origen en la Edad Media. Aunque el Camino Francés es el itinerario con mayor tradición histórica, rutas como el camino del Norte, entre otros, se están fortaleciendo en los últimos años.

Por otro lado, los amantes del turismo activo y del senderismo tienen en el Camino de Santiago a su paso por Castro-Urdiales una oportunidad inmejorable de disfrutar de su hobby a través de un atractivo recorrido apto tanto para caminantes como para aquellos que quieran recorrerlo en bicicleta de montaña.

Los objetivos principales del proyecto son los siguientes:

- 1) Proporcionar una oferta hostelera, cubriendo las necesidades de alojamiento y gastronómicas del Camino de Santiago en la Vía Traslaviña.
- 2) Creación de un Centro de Interpretación, un espacio en el que mediante paneles se den a conocer las principales características del Camino de Santiago en la Vía Verde, incluyendo la historia del ferrocarril, así como los aspectos medioambientales de la misma.
- 3) Ofertar asistencia a los usuarios de la vía, tales como reparación de bicicletas, servicios higiénicos, etc.

Para todo ello se han realizado las siguientes obras de rehabilitación:

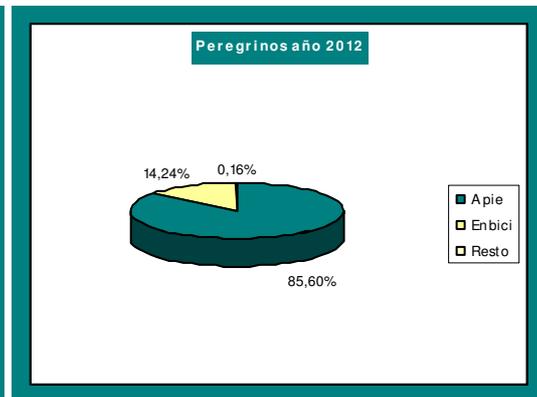
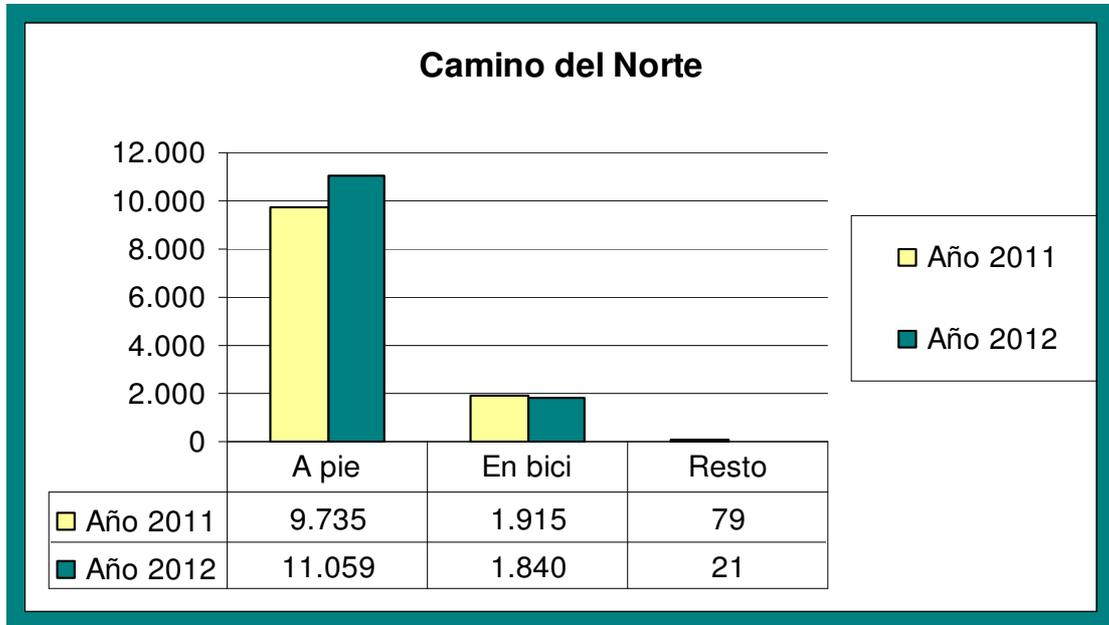
- ✚ Se ha recuperado el entorno de los andenes creando un área de descanso para peregrinos, turistas y residentes nivelándola y proporcionando así un espacio llano al aire libre para dotarlo de mesas y sillas abastecido con servicio de restaurante .
- ✚ Habilitación de la zona próxima a una fuente existente como merendero dotándolo de mesas y bancos para todos los usuarios del camino.
- ✚ Adecuación de la antigua caseta de servicios ofreciendo servicios higiénicos.



3. Estudio de Mercado

3.1 Clientela

La Oficina del Peregrino detalla en sus estadísticas el aumento progresivo de peregrinos que recorren el Camino del Norte.



Por otro lado los estudios realizados por el Instituto Nacional de Estadísticas reflejan la ocupación mayoritaria de residentes de nuestro país, lo cual concluye la conveniencia de la realización de un análisis de sus hábitos.

Ocupación Alojamientos Turísticos Rurales Marzo 2013

Número de viajeros, pernoctaciones y estancia media según comunidades y ciudades autónomas

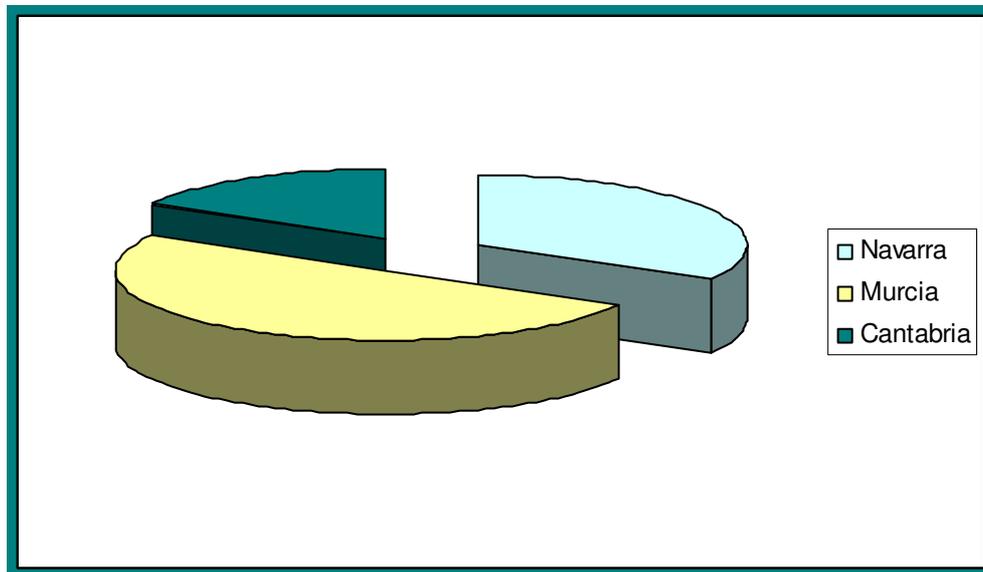
Comunidades y ciudades Autónomas	Viajeros			Pernoctaciones			Estancia media
	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	Total	Residentes en España	Residentes en el extranjero	
TOTAL¹	222.825	204.465	18.360	600.001	516.845	83.156	2,69
Andalucía	14.761	11.893	2.868	47.052	32.001	15.051	3,19
Aragón	13.650	13.187	463	41.197	38.239	2.958	3,02
Asturias, Principado de	12.063	11.908	155	32.393	31.963	430	2,69
Balears, Illes	6.363	941	5.422	26.643	2.373	24.270	4,19
Canarias	6.646	1.599	5.048	34.510	5.143	29.367	5,19
Cantabria	10.619	10.368	251	25.990	25.456	535	2,45
Castilla y León	55.244	54.095	1.148	138.633	136.227	2.406	2,51
Castilla-La Mancha	15.891	15.623	269	41.812	40.600	1.213	2,63
Cataluña	22.314	21.858	456	58.335	57.200	1.135	2,61
Comunitat Valenciana	9.669	9.435	234	25.511	24.344	1.166	2,64
Extremadura	12.279	11.813	466	27.353	26.304	1.048	2,23
Galicia	8.172	7.703	469	15.677	14.958	719	1,92
Madrid, Comunidad de	11.875	11.560	315	20.652	19.938	713	1,74
Murcia, Región de ¹	3.265	3.125	140	7.287	6.970	317	2,23
Navarra, Comunidad Foral de	8.149	8.098	51	26.395	26.258	137	3,24
País Vasco	9.519	8.999	520	24.224	22.739	1.485	2,54
Rioja, La	2.346	2.261	85	6.338	6.131	206	2,70
Ceuta	-	-	-	-	-	-	-
Melilla	-	-	-	-	-	-	-
Tasa interanual	23,15	25,13	4,67	50,44	65,24	-3,35	22,16
Tasa interanual acumulada	2,49	2,24	5,02	10,60	14,99	-6,15	7,91

El informe de diciembre de 2012 obtenido del instituto de estudios turísticos sobre los hábitos turísticos de los españoles concluye que en los viajes emisores cayeron todas las motivaciones del viaje y todos los tipos de viaje, excepto los viajes realizados en fin de semana, que se incrementaron un +15%, dato sobre en que se debe trabajar para afianzar un exclusivo mercado.

El Observatorio de turismo rural realiza un estudio sobre la demanda del turismo rural en cuanto a los hábitos de consumo de este perfil de clientes, es interesante entender que se trata de un viajero frecuente que necesita practicar deporte con cierta regularidad y que puede representar una oportunidad de fidelizar clientes para el alojamiento rural. Se trata de personas que indican hacer turismo rural 2-3 veces al año (55%) y que eligen fines de semana (74%) y puentes para hacerlo (71,70%).

Respecto a las zonas que más viajeros de este tipo emiten nos encontramos con Murcia (17,3%), Navarra (16,8%) y Cantabria (16%). Dado que el turismo rural es un turismo de

proximidad, donde es frecuente realizar las estancias dentro de la propia comunidad autónoma, el trabajo realizado está dirigido a estudiar la adaptación de su oferta a este colectivo.



En base a las estadísticas estudiadas este negocio deberá dirigirse a un mercado tanto de clientes nacionales como extranjeros, con diferente periodicidad como puede ser desde el peregrino que está haciendo el Camino de Santiago, hasta personas que opten por unos días de deporte en plena naturaleza o relax, y desde un punto estratégico como es, vayan alternado turismo rural como urbano al tener tan accesibles diferentes pueblos (Castro-Urdiales, Laredo, Portugaleta, etc.) y ciudades (Bilbao y Santander).

Otros grupos al que se debe dirigir la publicidad del alojamiento rural son las diferentes asociaciones culturales y de todo tipo que existen y que aglutinan a un gran número de personas; el grupo de personas ya jubiladas es un tipo de cliente interesante sobre todo en las épocas de menor ocupación y en algunos casos, como, son las más adecuadas para la ocupación entre semana.

Se ofrecerán las zonas comunes del alojamiento para la organización de talleres de pintura, fotografía, manualidades... entre otros, programar cursos de idiomas con colegios y universidades, grupos de senderismo, así como intentar contactar con empresas que hagan jornadas de convivencia entre sus empleados, e incluso se podría habilitar en un momento dado el salón como sala de reuniones.

Una apuesta muy particular sería la de dirigirse a buscar turismo extranjero; confeccionando unos atractivos programas turísticos en los que se incluyan diversas actividades socio-culturales tradicionales, excursiones ya sean en la montaña o a nivel del mar.

3.2 Competencia

En el Municipio de Castro-Urdiales se ofrece una variada Oferta de Alojamientos Turísticos,

- 🏠 Albergues: 1 (Castro Urdiales) y 1 (Islares)
- 🏠 Camping: 1 (Castro Urdiales), 1 (Islares) y 1 (Oriñón)
- 🏠 Pensiones: 7 (Castro Urdiales)
- 🏠 Hostales: 1 (Castro Urdiales) y 2 (Islares)
- 🏠 Hoteles: 3 (Castro Urdiales), 1 (Mioño) y 1 (Ontón)
- 🏠 Alojamientos Rurales: 1 (Castro Urdiales), 2 (Sámano-Bº Helguera), 1 (Mioño), 1 (Lusa), 1 (Otañes)

Pensando que es una localidad con gran demanda turística (Vías Verdes, Camino de Santiago, Costa, ...), se cree de manera objetiva en la viabilidad de este nuevo proyecto turístico, tanto por el enclave (Camino de Santiago en la Vía verde de Traslaviña), así como el propio alojamiento (Antigua estación de Otañes).

Tal y como apuntan los expertos en hostelería, no parece que existan unas pautas o reglas que garanticen un éxito asegurado en este tipo de negocios. Todo dependerá, en la mayor parte de los casos, de lo que se quiera ofrecer y a quién se le ofrezca, por lo que resulta evidente, en este sentido, que la mejor alternativa es una buena relación calidad-precio, sobre todo al principio con el fin de darse a conocer y de fidelizar a clientes.

En definitiva, se trata de un sector muy fragmentado y con mucha competencia en el que para tener cierto éxito se debe tratar de diferenciar de los otros alojamientos de alguna manera, sobre todo de aquellos de nuestra zona, de forma que se pueda disfrutar de algún elemento referencial de cara al público objetivo. En este sentido se puede apuntar otra estrategia competitiva utilizada en este sector, la diferenciación que junto con la vía de precios o la especialización es el camino a seguir por este proyecto para tratar de tener éxito.

Del análisis de los puntos fuertes y débiles del albergue rural con respecto a la competencia se pueden indicar los propios y los de la competencia:

Propios

Puntos Débiles,

- 🏠 Es una empresa nueva por lo que es desconocida en el sector y se tiene que ganar su cuota de mercado, lo que supone mayores costes y más horas de trabajo

- ✚ El cantábrico oriental tiene gran número de alojamientos de este tipo y con varios años de experiencia
- ✚ La crisis económica actual hace que sea más complicado luchar por una parte del mercado

Puntos Fuertes,

- ✚ Camino de Santiago en la Vía Verde Traslaviña por la que transitan peregrinos de todas las nacionalidades
- ✚ Cuidado entorno en la naturaleza apto para realizar diferentes rutas o simplemente descansar
- ✚ Ganas de trabajar y entusiasmo al inicio de una actividad propia, lo que da muy buen resultado en las políticas de satisfacción de las necesidades del cliente y su posterior fidelización
- ✚ Buena relación calidad-precio
- ✚ Alta especialización del Camino, rutas,...
- ✚ Buen manejo del inglés y posibilidad de otro idioma
- ✚ Gran conocimiento de los programas informáticos e Internet, lo que facilitará la tarea de búsqueda de posibles clientes y la actualización permanente de nuestra página web

Competencia

Puntos Débiles,

- ✚ En empresas de un tamaño reducido como esta, no suele haber una persona con buen manejo de un segundo idioma como el inglés, lo que dificulta buscar turismo internacional
- ✚ Tener cierto nivel de conformismo y no luchar por nuevos mercados (falta ilusión)
- ✚ Tener poco nivel informático para buscar por la red a posibles grupos de clientes

Puntos Fuertes,

- ✚ La experiencia en el sector es un factor importante a la hora de haber consolidado una cartera de clientes importante.
- ✚ Sus costes fijos son más bajos (amortizaciones) o incluso son empresas familiares que tienen pocos, por lo que las hacen más competitivas al poder bajar sus márgenes y poder disminuir sus precios sin que esto afecte a la calidad del servicio.

4. Estrategia Comercial

4.1 Estrategia de Producto

La explotación turística de un albergue rural se resume principalmente en el desarrollo turístico sostenible centrado en el disfrute de áreas naturales que promueve el entendimiento medioambiental y cultural, así como su apreciación y conservación.

La Inversión inicial relativamente baja, teniendo en cuenta como en este caso que el edificio está totalmente preparado para la actividad y no es necesaria obra, la puesta en marcha del negocio en un destino consolidado y con elevado número de turistas, la reducida estacionalidad ya que estaciones como otoño e invierno son atractivas para alojarse y disfrutar de la naturaleza, hacen posible que los esfuerzos se dirijan a proveer la imagen que se quiere transmitir de la empresa y a que el marketing sea la de una empresa innovadora, dinámica, flexible que se adapte a las posibles exigencias particulares de los futuros clientes, todo ello combinado con una atención y unos productos y servicios tradicionales que puedan sorprenderles por ser diferentes a sus expectativas habituales.

La imagen debe generar confianza en el mundo del turismo, hoy en día es muy importante obtener la “Q” de Calidad Turística, que es la marca que representa la calidad en el sector turístico español; la “Q” aporta a los establecimientos turísticos que la ostentan: prestigio, diferenciación, fiabilidad, rigurosidad y promoción por parte de la Secretaria de Estado de Turismo y las Comunidades Autónomas. Los establecimientos avalados por la “Q” de calidad pasan por unas estrictas auditorias que aseguran que su prestación de servicios es garantía de calidad, seguridad y profesionalidad. Todo esto tiene el objetivo de asegurar a los clientes la mejor experiencia turística posible.

Este proyecto de Albergue Rural debe obtener este certificado de calidad para:

-  Garantizar la calidad de los productos y servicios se oferten
-  Promocionar el establecimiento
-  Incrementar el número de clientes y lograr su fidelización
-  Motivar a sus propietarios
-  Optimizar los recursos
-  Prevenir los riesgos con una adecuada política de prevención

4.2 Estrategia de precios

Una actividad nueva, procurará implantar una estrategia de precios competitiva, con precios lo más ajustados posibles para dar a conocer el alojamiento rural y sus servicios entre el mercado potencial de clientes que existe. Una vez que se conozca el albergue, se pasará a estrategias de precios diferenciales como:

- ✚ *Descuentos por cantidad:* ofertas de 4 noches de alojamiento por el precio de 3, o de 5 por el precio de 4, u otras opciones; naturalmente se ofrecerán en aquellos periodos en los que la ocupación sea más floja, como pueden ser los meses de invierno, o parte de los periodos de entre semana del resto del año
- ✚ *Descuentos por grupos:* Los precios para grupos serán lógicamente diferentes. Se estudiará en función de la demanda
- ✚ *Descuentos por pronto pago:* se valorará que las personas o grupos contraten su estancia con cierta antelación, para así poder organizar todo mejor y trabajar en alquilar los periodos de tiempo que estén libres. Dependiendo de la antelación y habiendo hecho un ingreso a cuenta significativo, se estudiará la aplicación de un posible descuento en el importe total de la estancia
- ✚ *Descuentos aleatorios:* dependiendo de la época y la ocupación, se puede optar por lanzar, bien a través de la red, o contactando con agencias, ofertas de última hora a buen precio.
- ✚ *Descuentos periódicos:* a lo largo del año y más en el sector turístico, existen periodos mejores, lo que se llama Temporada Alta, y que incluirá los meses típicos de vacaciones y verano, con mejor clima y días más largos como pueden ser junio, julio, agosto y parte de septiembre, y periodos peores como es el resto del año, en los que puede haber buena ocupación en fines de semana, puentes, vacaciones de Navidad o de Semana Santa, pero suele ser escasa en los días entre semana de estos meses, lo que se llama Temporada Baja.

En lo que se refiere a los precios del resto de servicios como la organización de excursiones, talleres, cursos de idiomas, jornadas de convivencia, etc..., serán negociados en cada caso dentro de la labor comercial realizada en este sentido, aunque, y sobre todo al principio, repercutiendo el mínimo coste posible al cliente, ya que el principal interés es dar a conocer el establecimiento y sus actividades.

4.3 Estrategia de comunicación

Los canales de distribución más extendidos para la comercialización de un alojamiento rural en régimen de explotación turística son los siguientes:

- ✚ Central de reservas. La comercialización a través de una central de reservas es una de las opciones más interesantes para este tipo de negocio, sobretodo si se trata de una central de reservas con un volumen de alojamientos rurales bastante importante y elevado nivel de asociacionismo. La comisión media que se carga a la casa rural es de un 10% sobre el precio de venta al público de cada reserva efectiva.
- ✚ Venta directa por teléfono o Internet. La venta telefónica es muy usada por el mercado local. Por su parte, la venta a través de Internet constituye uno de los principales canales de distribución de los alojamientos rurales. En cualquier caso las centrales de reserva disponen de una página web con todos los alojamientos asociados, así como de las aplicaciones necesarias para realizar las reservas.
- ✚ Venta por medio de agencias de viajes y tour-operadores. La distribución por medio de estos canales supone una pérdida de control en la gestión de la distribución que pasa a manos de estos agentes. Además, esta alternativa implica una reducción del precio medio recibido por cliente, que puede oscilar entre un 20% y un 30%.

De estas tres alternativas planteadas, se considera como la más idónea para el negocio que nos ocupa la central de reservas, que además permitirá desarrollar acciones conjuntas de comunicación.

La política de comunicación de la empresa debe ir encaminada a divulgar y publicitar el alojamiento rural. Podemos destacar algunas cuestiones,

- ✚ Aprovechando las nuevas tecnologías, un medio muy efectivo y económico es Internet, se recomienda crear un blog o pagina Web en la que se publicite el alojamiento rural, características, servicios, precios, presentación del enclave donde se ubica, además de permitir la realización de reservas a través de Internet. Esta acción se realiza mediante la central de reservas.
- ✚ Una de las mejores formas de captación de clientes es lo que se denomina “boca a boca”, por esto mismo es muy importante que el servicio prestado por nuestra parte quede reflejado en la satisfacción del cliente, con el fin de que nos recomienden.
- ✚ Actuaciones en campañas conjuntas con el resto de miembros de la asociación, así como en las acciones de comunicación de los organismos de promoción del destino.

- Actuaciones de relaciones públicas tales como la participación en jornadas, encuentros y debates sobre el mundo rural e invitaciones gratuitas a periodistas y personajes de reconocido prestigio del mundo de la cultura, el deporte y la ciencia.
- Elaboración de un folleto que presente el alojamiento rural, y que se distribuirá en la propia casa rural, en universidades y centros de enseñanza, colegios profesionales, organismos oficiales y agencias de viaje especializadas.
- Envío de un mailing a los clientes repetidores valiéndose de la base de datos creada al efecto. Esta acción se centra principalmente en el mercado laboral, planificándose la misma para los periodos de menor ocupación.
- Promoción de ventas para el mercado local y los periodos de baja ocupación, incluyendo algún extra en el servicio.

Para mantener la imagen de calidad se elaborará un *protocolo* de atención al cliente, determinando las pautas a seguir en la prestación de servicios; habrá que cuidar aspectos como los tiempos transcurridos en la recepción del hotel desde la llegada del cliente, el tiempo que se tarda en el servicio del desayuno, el tiempo de respuesta ante la solicitud de información...

Se procurará *conocer el grado de satisfacción* de los clientes conversando con ellos, o a través de pequeñas encuestas voluntarias que tendrán a su disposición en las habitaciones y que podrán entregar en recepción el día de su marcha; en estas encuestas se evaluarán aspectos claves como la limpieza, el equipamiento, confortabilidad de la cama, productos de baño, amabilidad del servicio, información ofrecida de la zona y sus actividades, calidad del desayuno, decoración tanto exterior como interior, tranquilidad, relación calidad-precio... sin olvidar dejar un apartado en blanco para posibles sugerencias que consideren oportunas los clientes y que hagan mejorar los servicios ofrecidos por el hotel.

4.4 Estrategia de marketing

El nombre del hotel debe evocar al cliente sensaciones agradables, y si ha tenido una estancia satisfactoria lo anime a regresar. Al ser una antigua estación de Ferrocarril rehabilitada, consideramos que el nombre debe ser "Estación de Otañes"

Se debe transmitir una imagen de buen hacer y fidelidad, unido a otros importantes atributos como son: cercanía, flexibilidad, eficacia, adaptabilidad o tradición, entre otros.

La consolidación del uso de Internet está provocando variaciones significativas en los patrones de comportamiento adoptados por la sociedad, lo cual está haciendo necesario revisiones en la cadena de valor de los modelos de negocio hasta ahora establecidos.

Claro ejemplo de nuevo modelo de negocio y de nueva oportunidad son las redes sociales y las páginas de opinión, cuya proliferación abre un nuevo frente ante el cual el sector debe ser capaz de adaptarse. Lo que antes quedaba entre el empresario y el cliente en un libro de reclamaciones, o en una conversación entre amigos a la vuelta de un viaje, ahora es compartido y propagado con gran rapidez a través de las redes sociales por todo el mundo. Esto ha provocado la aparición de un nuevo perfil de turista, en general, más exigente, dispuesto a recomendar y a criticar, con la convicción de hacerse oír.

En lo que respecta al comportamiento durante la estancia es destacable que 9 de cada 10 viajeros de este tipo se conectan a internet para consultar rutas y excursiones por la zona (91,10%). Asimismo, hay un alto porcentaje (75%) que indican conectarse a internet para localizar servicios y actividades. Estos datos resultan muy útiles para el propietario y para que los destinos den a conocer las opciones de ocio que pueden atraer e interesar a los turistas rurales deportistas: rutas de BTT, vías verdes, opciones para senderismo, escalada, alquiler de bicis, empresas de deportes de aventura...

Se ofrecerán básicamente 4 líneas de servicios:

- ✚ *Pernoctaciones* en el hotel
- ✚ *Desayunos, comida y cena*
- ✚ Información y organización de todo tipo de *actividades* y de *rutas* para realizar por la zona; éstas pueden ser tanto por cuenta del cliente como organizadas por el hotel de manera que se transporte al cliente y se le vayan mostrando y explicando todos los lugares por él elegidos
- ✚ *Organización de cursos*: que permitiera atraer a grupos grandes de personas y, en un principio, estarían pensados para las épocas de menor ocupación como entre semana o las temporadas más bajas del año. Talleres de fotografía, pintura, geología..., y una apuesta importante podrán ser los *cursos de idiomas* para alumnos tanto españoles como europeos

El Albergue Rural consta de:

- ✚ La planta de Semisótano con acceso desde el vial inferior, alberga el taller de reparaciones de bicicletas y los espacios de servicio del establecimiento, como son: cocina, vestuarios almacén, sala de calderas y cuarto de máquinas del ascensor. También dispone de 2 servicios higiénicos, uno de ellos adaptado.

- ✚ La planta Baja con acceso directo desde el nivel de los andenes acoge además de los espacios destinados a comunicación vertical (escalera y ascensor) y los servicios, un espacio multiusos amplio, que sirve de bar, comedor, zona de estar y contenga los paneles informativos del Camino de Santiago y de la Vía Verde.
- ✚ En la planta Primera se oferta una habitación doble con cuarto de baño adaptado y dos habitaciones dobles comunicadas con un único baño incorporado. Se puede ofertar como habitación familiar, o de forma individual como una de las habitaciones con baño compartido en la planta Bajo Cubierta.
- ✚ La planta Bajo Cubierta alberga 2 habitaciones dobles con un cuarto de baño compartido. Y una habitación doble con baño incorporado.

Cada habitación llevará el nombre de las vías verdes,

- ✚ 1 Habitación Doble Adaptada c/baño SETARES
- ✚ 2 Habitaciones comunicadas (familiar) c/baño TRASLAVIÑA
- ✚ 1 Habitación Doble c/baño ALÉN
- ✚ 2 Habitaciones Doble con Baño Compartido DÍCIDO Y PIQUILLO

Dispone de:

- ✚ Ascensor
- ✚ Parking propio gratuito
- ✚ Conexión a internet wi-fi
- ✚ Acogedor salón
- ✚ Terraza, Jardín
- ✚ Baños exteriores
- ✚ Merendero

Tarifas con MP

Modalidad de precio	T. Alta	T. Media	T. Baja
Habitación doble (por noche)	60 €	55 €	50 €
Habitación doble c/baño (por noche)	70 €	65 €	60 €
Habitación especial familiar (por noche)	100 €	95 €	90 €
Cama (por noche)	25 €	25 €	25 €

Los precios son con IVA incluido, a no ser que el propietario explícitamente indique lo contrario en las aclaraciones sobre los precios.

Actividades

- ✚ Rutas en bici (Paseo, Montaña)
- ✚ Paseos por senderos escondidos entre bosques de eucaliptos
- ✚ Caminar por las vías verdes
- ✚ Paseos por la orilla de la playa o por los acantilados del Camino de Santiago que bordea la costa, por la vía verde El Piquillo, o por los del antiguo cargadero de mineral...
- ✚ Comer de tapas por las tabernas del puerto
- ✚ Buceo (curso de un día)
- ✚ Paddle surf alquilando la tabla o realizando un cursillo con monitor
- ✚ Rutas guiadas por los vestigios prehistóricos de los alrededores
- ✚ Descenso de barrancos
- ✚ Espeleología
- ✚ Equitación
- ✚ Rutas en quad
- ✚ Karting
- ✚ Parque aventura de árboles (Tirolinas, pasarelas a diferentes alturas...),

Estudios realizados recomiendan una serie de factores fundamentales del servicio a los que se debe prestar especial atención, dado que condicionan la satisfacción del turista y su repetición:

- ✚ Limpieza
- ✚ Prestación de un trato agradable y personalizado
- ✚ Comodidad del alojamiento (temperatura, camas...)
- ✚ Atractivo paisajístico y medioambiental
- ✚ Comunicación de la casa (accesibilidad, medios de transporte, distancia a los servicios principales y centros de interés.)
- ✚ Atractivo arquitectónico y social del entorno (tipismo, hospitalidad)

5. Producción y Recursos Humanos

5.1 Legislación aplicable.

Normativa

Cumplimiento de la Ley 3/96 de 24 de Septiembre sobre condiciones accesibilidad y supresión de barreras arquitectónicas urbanísticas y de la comunicación.

Decreto 31/1997 de 23 de abril, por el que se regulan los alojamientos y actividades turísticas en el medio rural de Cantabria, actualmente derogado.

Decreto 50/1989, de 5 de julio, sobre ordenación y clasificación de establecimientos hoteleros en Cantabria, actualmente derogado.

Decreto 79/1993, de 26 de noviembre, sobre flexibilización de precios a percibir por los alojamientos turísticos en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria.

5.2 Recursos Humanos

El proyecto no necesita que las personas que vayan a llevarlo a cabo tengan formación o experiencia específica previa en el mundo de la hostelería, si bien debería formarse en el sentido de poder ofrecer un servicio adecuado y agradable a nuestros clientes en cuanto a alojamiento y restauración. Se recomienda que la persona que se embarque en este negocio le guste la naturaleza, el entorno rural y pueda desenvolverse en inglés y otro idioma. Debe contar con habilidades sociales y de atención al público para ofrecer un servicio agradable a la clientela.

Las funciones y las tareas básicas en el Albergue las realizaría, en principio, el promotor de la empresa (Emprendedor) que se encargará de la gestión, explotación y parte técnica de la actividad .

Dependiendo de la marcha del negocio se planteará la posibilidad, sobre todo en determinados meses del año en los que la ocupación sea mayor, de contratar a una persona a media jornada como apoyo a las labores de limpieza y lavandería. También se puede llegado el caso valorar la posibilidad de contar con los servicios de una lavandería para la limpieza y planchado de las sábanas y toallas.

Las tareas a desempeñar son las siguientes:

-  Gestión y dirección del negocio
-  Captación de nuevos clientes

- ✚ Información y asesoramiento a clientes sobre rutas de interés, mapas y planos, etc.
- ✚ Explotación del negocio en horario establecido
- ✚ Toma de datos de cliente solicitando documento oficial (dni, carnet conducir, pasaporte)
- ✚ Contrato (recibo) correlativo indicando las normas, derechos y obligaciones durante la estancia en el Alojamiento Rural

Como ya se ha comentado anteriormente, en ejercicios posteriores, dependiendo de la evolución económico-financiera y comercial del hotel, se valorará la posibilidad de incorporar una persona a media jornada como apoyo en las tareas de limpieza y de hacer las habitaciones, aunque si el incremento de la ocupación supera lo esperado nos plantearíamos la posibilidad de contratarla a tiempo completo cuando sea necesario.

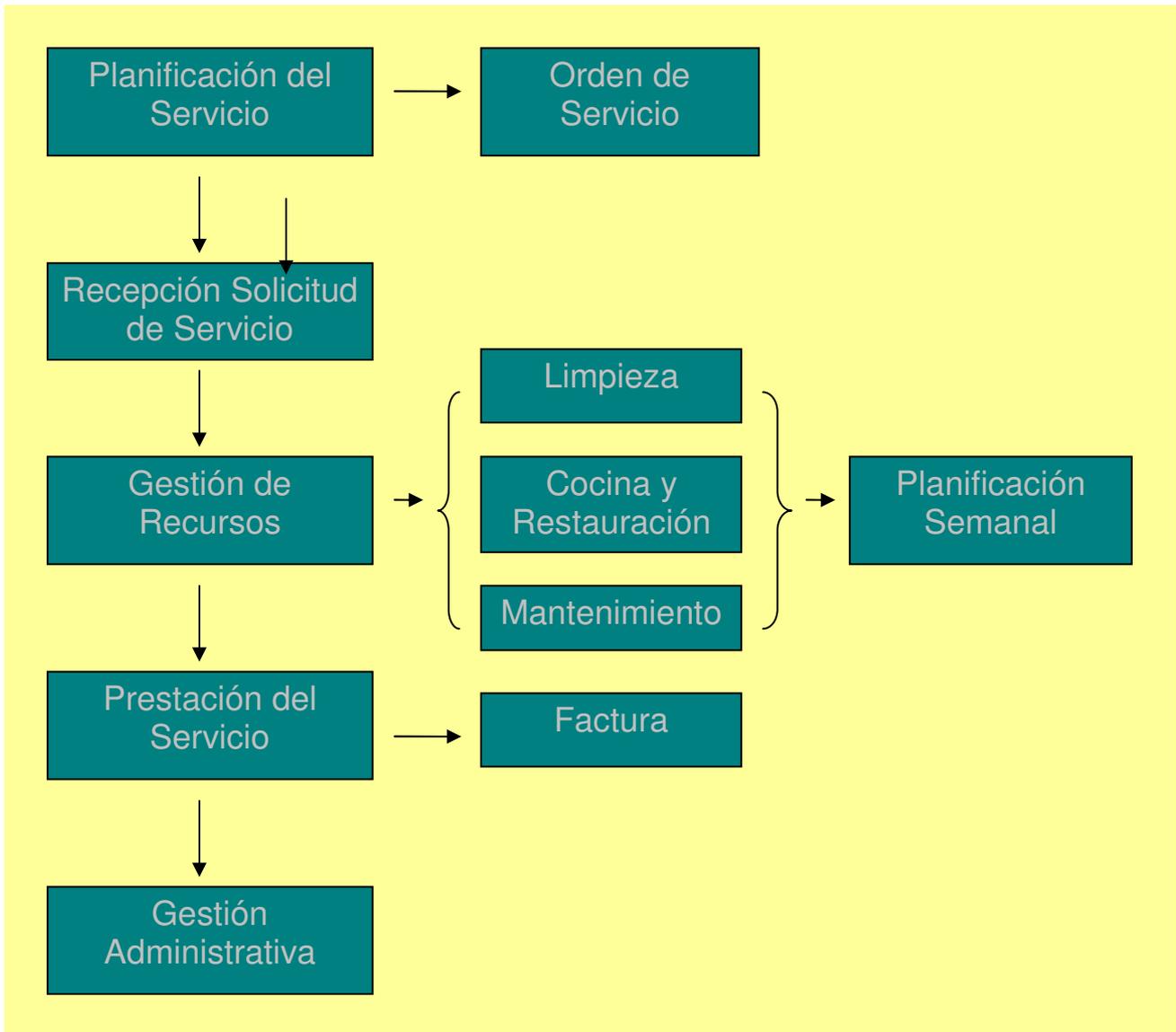
Para realizar un correcto desarrollo del negocio son necesarios por parte del emprendedor conocimientos de:

- ✚ Organización y gestión
- ✚ Política de precios, estudio de costes, marketing, promociones y merchandising
- ✚ Informática a nivel usuario
- ✚ Dotes relativas a atención a clientes, asesoramiento e información

Para las tareas mas complejas (fiscal, laboral y contabilidad general) se puede recurrir a servicios externos, contratando los servicios de una asesoría.

5.3 Proceso Productivo

Estación de Otañes



6. Análisis Económico Financiero

6.1 Datos económicos relativos al proyecto

En este apartado vamos a realizar una estimación de las ventas que vamos a tener durante el primer año referido al grado de ocupación en el albergue rural, se realiza mes a mes, teniendo en cuenta los puentes y periodos vacacionales para este primer año, como es imposible determinar a día de hoy los puentes que va a haber dentro de 2 ó 3 años cuando hagamos el análisis vamos a considerar que los puentes están situados en el mismo mes que durante el primer año.

Para realizar estas estimaciones nos vamos a situar en tres escenarios distintos: optimista, normal y pesimista, el situarnos en tres escenarios distintos nos va a permitir estar preparados para cada una de estas situaciones, al finalizar el periodo veremos cuál ha sido el escenario más habitual.

Objetivos para el primer año (ESCENARIO NORMAL),

-  Ocupación del 60 % durante de los fines de semana, considerando los fines de semana de viernes a domingo
-  Ocupación del 65 % durante puentes y fiestas nacionales
-  Ocupación del 75 % durante el periodo vacacional de agosto
-  Ocupación del 15 % durante los días de diario

Objetivos para el primer año (ESCENARIO PESIMISTA),

-  Ocupación del 40 % durante de los fines de semana, considerando los fines de semana de viernes a domingo.
-  Ocupación del 45 % durante puentes y fiestas nacionales.
-  Ocupación del 55 % durante el periodo vacacional de agosto.
-  Ocupación del 5 % durante los días de diario.

Objetivos para el primer año (ESCENARIO OPTIMISTA),

-  Ocupación del 80 % durante de los fines de semana, considerando los fines de semana de viernes a domingo.
-  Ocupación del 85 % durante puentes y fiestas nacionales.

- 🚧 Ocupación del 90 % durante el periodo vacacional de julio y agosto.
- 🚧 Ocupación del 20 % durante los días de diario.

Presupuesto Proyecto

DESCRIPCION	UDS	PRECIO	IMPORTE
Cocina - planta sotano			
Cocina completa muebles + electrodomesticos+montaje	1	6.466,00	6.466,00 €
Aseo - planta sotano			
Cartel aseo Hombre	1	1,00	1,00 €
Espejo	1	15,00	15,00 €
Expendedor jabon	1	5,00	5,00 €
Secador manos	1	119,80	119,80 €
Estuche accesorios baño	1	46,76	46,76 €
Papelera baño	1	29,10	29,10 €
Escobillero	1	20,50	20,50 €
Aseo - adaptado planta sotano			
Cartel aseo Mujer-Discapacitados	1	1,00	1,00 €
Espejo	1	15,00	15,00 €
Expendedor jabon	1	5,00	5,00 €
Secador manos	1	119,80	119,80 €
Estuche accesorios baño	1	46,76	46,76 €
Papelera baño	1	29,10	29,10 €
Escobillero	1	20,50	20,50 €
Barra seguridad	1	127,95	127,95 €
Estancia principal - planta baja			
Mesa recepción	1	87,00	87,00 €
Silla recepción	1	84,17	84,17 €
Ordenador portatil	1	649,00	649,00 €
Impresora tinta	1	100,00	100,00 €
Software alojamiento	1	726,00	726,00 €
Póliza de seguro con franquicia 150 euros	1	419,82	419,82 €
Fregadero	1	86,00	86,00 €
Grifo	1	100,00	100,00 €
Lavavajillas	1	239,58	239,58 €
Frigorificos	1	235,95	235,95 €
Congelador	1	569,00	569,00 €

Cafetera	1	235,95	235,95 €
Menaje (copas, vasos, tazas etc)	1	948,64	948,64 €
Television 50"			
Television 50"	1	579,00	579,00 €
Soporte tv a pared	1	32,90	32,90 €
Mesa 4 plazas	4	98,42	393,68 €
Mesa 2 plazas	2	68,77	137,54 €
Sillas	20	45,06	901,20 €
taburetes	4	49,80	199,20 €
Sofa 1 plazas	2	246,35	492,70 €
Mesa café	1	129,65	129,65 €
Habitacion 1 (Adaptada) - planta primera			
Televisión 21"	1	189,00	189,00 €
Soporte tv a pared	1	32,90	32,90 €
Somier 80 con patas	2	187,00	374,00 €
Colchón	2	158,00	316,00 €
Cabecero	2	185,00	370,00 €
Mesilla noche	1	49,99	49,99 €
Butaca descalzadora (1,50 mts)	1	89,00	89,00 €
Juego sábanas de 135	6	16,00	96,00 €
Protector colchón	2	11,83	23,66 €
Funda colchón	4	25,11	100,44 €
Edredon 135	2	29,56	59,12 €
Funda nordica de 135	4	11,49	45,96 €
Almohada 135	2	6,40	12,80 €
Funda almohada 135	2	1,59	3,18 €
Cortina Oscurecedora	2	158,84	317,68 €
Persiana cierre armario 110x170			
Persiana cierre armario 110x170	1	64,99	64,99 €
Juego perchas	1	3,99	3,99 €
Barra armario	1	9,00	9,00 €
Secador pelo			
Secador pelo	1	27,00	27,00 €
Toallas mano	3	2,46	7,38 €
Toallas baño	3	5,38	16,14 €
Alfombra baño	3	3,04	9,12 €
Estuche accesorios baño	1	46,76	46,76 €
Papelera baño	1	29,10	29,10 €
Escobillero	1	20,50	20,50 €
Asidero ducha	1	8,00	8,00 €
Barra seguridad baño	1	127,95	127,95 €

Habitacion 2-3 (Comunicada) - planta primera			
Televisión 21"	1	189,00	189,00 €
Soporte tv a pared	1	32,90	32,90 €
Somier de 80 con patas	2	187,00	374,00 €
Colchón	2	158,00	316,00 €
Cabecero	2	185,00	370,00 €
Mesilla noche	1	49,99	49,99 €
Butaca descalzadora (1,50 mts)	1	89,00	89,00 €
Juego sábanas de 80	6	16,00	96,00 €
Protector colchón	4	7,67	30,68 €
Funda colchón	4	25,11	100,44 €
Edredon 80	2	29,56	59,12 €
Funda nordica de 80	4	11,49	45,96 €
Almohada 80	2	6,40	12,80 €
Funda almohada 80	2	1,59	3,18 €
Cortina Oscurecedora	1	158,84	158,84 €
Habitacion 2-3 (Comunicada) - planta primera			
Persiana cierre armario 100x170	1	53,99	53,99 €
Juego perchas	1	3,99	3,99 €
Barra armario	1	9,00	9,00 €
Habitacion 2-3 (Comunicada) - planta primera			
Secador pelo	1	27,00	27,00 €
Toallas mano	3	2,46	7,38 €
Toallas baño	3	5,38	16,14 €
Alfombra baño	3	3,04	9,12 €
Estuche accesorios baño	1	46,76	46,76 €
Papelera baño	1	29,10	29,10 €
Escobillero	1	20,50	20,50 €
Habitacion 2-3 (Comunicada) - planta primera			
Somier 80 con patas	1	187,00	187,00 €
Colchón	1	158,00	158,00 €
Cabecero	1	185,00	185,00 €
Mesilla noche	1	49,99	49,99 €
Mesa auxiliar	1	32,99	32,99 €
Silla habitación	1	79,00	79,00 €
Juegos de sábanas 80	3	16,00	48,00 €
Protector colchón	1	25,11	25,11 €
Funda colchón	1	11,83	11,83 €
Edredon 80	1	29,56	29,56 €
Funda nordica 80	2	11,49	22,98 €

Almohada 80	1	6,40	6,40 €
Funda almohada 80	1	1,59	1,59 €
Cortina Oscurecedora	1	158,84	158,84 €
Hall planta primera			
Persiana cierre armario 100x170	1	53,99	53,99 €
Juego perchas	1	3,99	3,99 €
Barra armario	1	9,00	9,00 €
Habitacion 4 - planta bajo cubierta			
Televisión 21"	1	189,00	189,00 €
Soporte tv a pared	1	32,90	32,90 €
Somier de 80 con patas	2	187,00	374,00 €
Colchón	2	158,00	316,00 €
Cabecero	2	185,00	370,00 €
Mesilla noche	1	49,99	49,99 €
Butaca descalzadora (1,50 mts)	1	89,00	89,00 €
Juego sábanas de 80	6	16,00	96,00 €
Protector colchón	2	25,11	50,22 €
Funda colchón	2	11,83	23,66 €
Edredon 80	2	29,56	59,12 €
Funda nordica de 80	4	11,49	45,96 €
Almohada 80	2	6,40	12,80 €
Funda almohada 80	2	1,59	3,18 €
Cortina Oscurecedora	2	158,84	317,68 €
Velux Oscurecedor	1	200,86	200,86 €
Habitacion 5 - planta bajo cubierta			
Persiana cierre armario 96X200	1	53,99	53,99 €
Juego perchas	1	3,99	3,99 €
Barra armario	1	9,00	9,00 €
Habitacion 6 - planta bajo cubierta			
Secador pelo	1	27,00	27,00 €
Toallas mano	3	2,46	7,38 €
Toallas baño	3	5,38	16,14 €
Alfombra baño	3	3,04	9,12 €
Estuche accesorios baño	1	46,76	46,76 €
Papelera baño	1	29,10	29,10 €
Escobillero	1	20,50	20,50 €

Asidero ducha	1	8,00	8,00 €
Habitación 5 - planta bajo cubierta			
Televisión 21"	1	189,00	189,00 €
Soporte tv a pared	1	32,80	32,80 €
Somier de 80 con patas	2	187,00	374,00 €
Colchón	2	158,00	316,00 €
Cabecero	2	185,00	370,00 €
Mesilla noche	1	49,99	49,99 €
Butaca descalzadora (1,50 mts)	1	89,00	89,00 €
Juego sábanas de 80	6	16,00	96,00 €
Protector colchón	2	25,11	50,22 €
Funda colchón	2	11,83	23,66 €
Edredon 80	2	29,56	59,12 €
Funda nordica de 80	4	11,49	45,96 €
Almohada 80	2	6,40	12,80 €
Funda almohada 80	2	1,59	3,18 €
Cortina Oscurecedora	1	158,84	158,84 €
Velux Oscurecedor	1	200,86	200,86 €
Habitacion 6 - planta bajo cubierta			
Persiana cierre armario 130x190	1	72,99	72,99 €
Juego perchas	1	3,99	3,99 €
Barra armario	1	9,00	9,00 €
Habitacion 6 - planta bajo cubierta			
Televisión 21"	1	189,00	189,00 €
Soporte tv a pared	1	32,80	32,80 €
Somier de 80 con patas	2	187,00	374,00 €
Colchón	2	158,00	316,00 €
Cabecero	2	185,00	370,00 €
Mesilla noche	1	49,99	49,99 €
Butaca descalzadora (1,50 mts)	1	89,00	89,00 €
Juego sábanas de 80	6	16,00	96,00 €
Protector colchón	2	25,11	50,22 €
Funda colchón	2	11,83	23,66 €
Edredon 80	2	29,56	59,12 €
Funda nordica de 80	4	11,49	45,96 €
Almohada 80	2	6,40	12,80 €
Funda almohada 80	2	1,59	3,18 €
Cortina Oscurecedora	1	158,84	158,84 €
Velux Oscurecedor	1	200,86	200,86 €

Persiana cierre armario 130x190	1	72,99	72,99 €
Juego perchas	1	3,99	3,99 €
Barra armario	1	9,00	9,00 €
Baño - planta bajo cubierta			
Secador pelo	1	27,00	27,00 €
Toallas mano	3	2,46	7,38 €
Toallas baño	3	5,38	16,14 €
Alfombra baño	3	3,04	9,12 €
Estuche accesorios baño	1	46,76	46,76 €
Papelera baño	1	29,10	29,10 €
Escobillero	1	20,50	20,50 €
Asidero ducha	1	8,00	8,00 €
Total ...			27.400,23 €

6.2 Plan de Inversiones

INVERSIONES		Previo inicio
Inmovilizado Material		
Terrenos y bienes naturales		
Construcciones		
Maquinaria		
Utillaje y herramienta		
Otras instalaciones		
Mobiliario		25.505,41 €
Equipos para proceso de información		749,00 €
Elementos de transporte		
Inmovilizado Intangible		
Gastos de investigación y desarrollo		
Aplicaciones informáticas		726,00 €
Propiedad industrial		12.000,00 €
Derechos de traspaso		
Depósitos y fianzas		
Circulante		
Existencias		
Provisión de fondos (efectivo)		2.000,00 €

GASTOS DE ESTABLECIMIENTO		Previo inicio
Inmovilizado Material		
Constitución		500,00 €
Puesta en marcha		

	Previo inicio
INVERSION TOTAL	41.480,41 €

6.2 Plan de Financiación

FINANCIACIÓN		Previo inicio
Capital aportado por los socios		2.000,00 €
Subvenciones		
Pólizas de crédito		
Prestamo/crédito a largo plazo		39.480,41 €
Préstamos personales		
Otra		
TOTAL		41.480,41 €

6.4 Cuenta de Resultados

RESULTADOS	
	AÑO 1
Ventas Netas	41.176
Subvenciones	0
Costes Variables	0
MARGEN BRUTO	41.176
Retribución del autónomo	12.000
Seguros de autónomos (RETA)	4.020
Sueldos y salarios	0
Seguridad social a cargo de la empr.	0
Servicios exteriores	0
Servicios profesionales	1.800
Alquileres y cánones	0
Suministros	5.024
Publicidad y propaganda	1.200
Mantenimiento y reparación	1.525
Gastos diversos	600
Tributos	1.132
Seguros	420
Gastos de establecimiento	500
Dotación amortizaciones	5.380
RESULTADO DE EXPLOTACION	7.576
Gastos financieros	1.812
RESULTADO ANTES DE IMPUESTOS	5.764
Impuestos (IRPF o I.Sociedades)	1.441
RESULTADO DEL EJERCICIO	4.323

6.3 Cash Flow

TESORERIA EJERCICIO 1													
	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
Cobro de clientes	2.893	1.785	2.852	3.391	2.846	2.850	6.417	6.417	2.322	2.427	2.542	4.435	41.176
Financiación						0							0
TOTAL COBROS	2.893	1.785	2.852	3.391	2.846	2.850	6.417	6.417	2.322	2.427	2.542	4.435	41.176
Proveedores y gastos variables	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Sueldos y salarios del personal	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Seguridad Social a cargo de la empr.	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Retribución del autónomo	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	1.000	12.000
Seguros de autónomos (RETA)	335	335	335	335	335	335	335	335	335	335	335	335	4.020
Servicios exteriores	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Servicios profesionales	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150	1.800
Alquileres y cánones	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Suministros	419	419	419	419	419	419	419	419	419	419	419	419	5.024
Publicidad y propaganda	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	1.200
Mantenimiento y reparación	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	127	1.525
Gastos diversos	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	600
Tributos	1.132												1.132
Seguros	420												420
Cuotas de los préstamos a largo	745	745	745	745	745	745	745	745	745	745	745	745	8.941
Comisiones apertura préstamos	0												0
Devolución deudas a corto												0	0
IRPF (Módulos / pagos fraccionados)	0	0	360	0	0	360	0	0	360	0	0	360	1.441
Gastos establecimiento						0							0
Pago de las inversiones						0							0
TOTAL PAGOS	4.478	2.926	3.286	2.926	2.926	3.286	2.926	2.926	3.286	2.926	2.926	3.286	38.102
Diferencia COBROS-PAGOS	-1.585	-1.141	-434	465	-80	-436	3.491	3.491	-964	-499	-384	1.149	3.074
SALDO ANTERIOR	2.000	415	-725	-1.159	-695	-774	-1.210	2.281	5.772	4.808	4.309	3.925	2.000
SALDO FINAL DISPONIBLE	415	-725	-1.159	-695	-774	-1.210	2.281	5.772	4.808	4.309	3.925	5.074	5.074

PREVISIÓN TESORERÍA				
	Previo al inicio	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Cobro de clientes		41.063	41.586	42.002
Financiación	41.480	0	0	0
TOTAL COBROS	41.480	41.063	41.586	42.002
Proveedores y gastos variables		0	0	0
Sueldos y salarios del personal		0	0	0
Seguridad Social a cargo de la empr.		0	0	0
Retribución del autónomo		12.000	12.000	12.000
Seguros de autónomos (RETA)		4.020	4.020	4.020
Servicios exteriores		0	0	0
Servicios profesionales		1.800	1.800	1.800
Alquileres y cánones		0	0	0
Suministros		5.024	5.024	5.024
Publicidad y propaganda		1.200	1.200	1.200
Mantenimiento y reparación		1.525	1.525	1.525
Gastos diversos		600	600	600
Tributos		1.132	1.525	1.525
Seguros		420	420	420
Cuotas de los préstamos a largo		8.941	8.941	8.941
Comisiones apertura préstamos		0		
Devolución deudas a corto		0		
IRPF (Módulos / pagos fraccionados)		1.441	1.760	1.960
Dividendos (pagos al autónomo)			2.161	2.640
Gastos de establecimiento	500	0	0	0
Pago de las inversiones	38.980	0	0	0
TOTAL PAGOS	39.480	38.102	40.974	41.653
Diferencia COBROS-PAGOS	2.000	2.961	612	349
SALDO ANTERIOR	0	2.000	4.961	5.573
SALDO FINAL DISPONIBLE	2.000	4.961	5.573	5.922

6.4 Balance

BALANCE				
ACTIVO	Inicial	Fin Año 1	Fin Año 2	Fin Año 3
Inmovilizado Intangible	12.726	12.726	12.726	12.726
Inmovilizado Material	26.254	26.254	26.254	26.254
Inversiones financieras a largo	0	0	0	0
Amortizaciones		-5.380	-10.759	-16.139
Activo no Corriente	38.980	33.601	28.221	22.842
Existencias	0	0	0	0
Clientes		113	114	115
Efectivo	2.000	4.961	5.573	5.922
Activo Corriente	2.000	5.074	5.687	6.037
TOTAL ACTIVO	40.980	38.675	33.908	28.879

PASIVO	Inicial	Fin Año 1	Fin Año 2	Fin Año 3
Capital	2.000	2.000	2.000	2.000
Subvenciones	0	0	0	0
Reservas			2.161	4.801
Resultados	-500	4.323	5.280	5.879
Patrimonio Neto	1.500	6.323	9.441	12.681
Deudas a largo plazo	39.480	32.352	24.859	16.982
Pasivo No corriente	39.480	32.352	24.859	16.982
Deudas a corto plazo	0	0	0	0
Otros acreedores	0	0	0	0
Proveedores		0	0	0
Pasivo Corriente	0	0	0	0
TOTAL PASIVO	40.980	38.675	34.300	29.663

6.5 Análisis de Ratios

RATIOS FINANCIEROS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Rentabilidad financiera	216%	264%	294%
Apalancamiento Financiero	27,32	6,12	3,59
Endeudamiento	1,02	0,94	0,84

RATIOS ECONOMICOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Rentabilidad económica	19,6%	25,0%	30,8%
Fondo de Maniobra	5.073,84	5.686,59	6.036,74
Margen sobre ventas	18,4%	20,4%	21,2%
Rotación sobre ventas	1,06	1,23	1,45

7. Análisis DAFO

DEBILIDADES	FORTALEZAS
<ul style="list-style-type: none"> • Empresa nueva con muchos competidores 	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento de personas que demandan el servicio • Buena relación calidad-precio • Ubicación en el Camino de Santiago
AMENAZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> • Crisis económica actual 	<ul style="list-style-type: none"> • Abundancia de rutas en un entorno con elevado interés turístico • Combinación de la práctica de deportes con recursos naturales y culturales

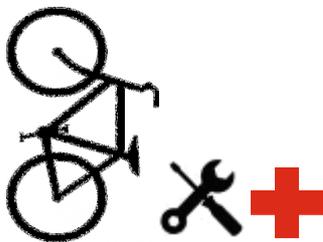
8. Negocios Paralelos al Albergue Turístico

Servicio de Préstamo de Bicicletas

La instalación necesaria para el desarrollo de la actividad consistiría en una caseta de madera de dimensiones aproximadas 15 m2 dividida en almacén y oficina. En el exterior se situaría un aparcamiento de bicicletas donde se tendrían candadas y preparadas para su uso durante el día, siendo trasladadas al interior del almacén una vez finalizada la actividad diaria. También dispondría de un pequeño banco de trabajo con la herramienta necesaria para realizar reparaciones.

Se contempla el instalar una zona acondicionada para poder también lavar bicis, inflar ruedas...

Maquinas de Vending para arreglar la Bicicleta



El Camino de Santiago en bicicleta, es una de las mas bellas rutas que se pueden encontrar, usado hoy en día por elevado número de ciclistas, que realizan el Camino como Turistas y como Peregrinos.

Reparaciones sencillas pero típicas para soluciones en el acto pueden ayudar a un viajante a continuar a cualquier hora su travesía sin contratiempos o a llegar a algún punto específico de reparaciones.

Ampliación albergue en la nave próxima a la Estación de Otañes

Se estudia la habilitación de una nave a unos metros de la Estación con literas, así como con servicios higiénicos y duchas.

Dotaría con mas plazas al albergue para los peregrinos que hacen la ruta del Camino de Santiago.

Podría ser gestionado por el mismo emprendedor que administre el alojamiento rural.