



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

Creación hotel rural “El muro”

Autores

Erika Mauleón y Julia Sesma

Director

Juan Ramón-Solans Prat

Facultad de Ciencias Sociales y del Trabajo
2017

Contenido

Contenido tablas.....	4
Introducción	5
Estructura del trabajo.....	7
Estudio del entorno	9
Entorno General	9
Entorno específico.....	12
Conclusión del análisis del entorno.....	15
Estudio de debilidades y fortalezas	16
Análisis DAFO.....	16
Análisis CAME	18
Estudio estratégico.....	21
Misión.....	21
Valores.....	22
Modelo Canvas	22
Conclusión estratégica.....	24
Estudio de marketing.....	25
Marketingmix	25
Conclusión de marketing.....	30
Estudio técnico	31
Descripción	31
Conclusión estudio técnico.....	32
Estudio de recursos humanos	33
Necesidades de personal.....	33
Organigrama	34
Plan de formación de la empresa.....	34
Conclusiones del plan de recursos humanos	35
Estudio de la forma jurídica y de cómo constituir la empresa	36
Elección de la forma jurídica	36
Trámites necesarios.....	36
Estudio financiero.....	38
Financiación.....	38
Resumen ejecutivo	41
Presentación	41

Resumen del plan de empresa	41
Conclusión	43
Trabajos citados.....	44
Normativa.....	44
Sitios web.....	44
Informes	45
Libros	45
Anexos	¡Error! Marcador no definido.
Localización de Arróniz en el mapa de Navarra y su escudo.....	¡Error! Marcador no definido.
Como crear una Sociedad Limitada en Navarra	¡Error! Marcador no definido.
Requisitos técnicos y condiciones comunes a todos los establecimientos hoteleros ...	¡Error! Marcador no definido.
Documento DUE	¡Error! Marcador no definido.
Condiciones préstamo ICO	¡Error! Marcador no definido.
Clasificación ASETUR	¡Error! Marcador no definido.
Fotografías de la casa	¡Error! Marcador no definido.
Datos de la casa	¡Error! Marcador no definido.

Contenido ilustraciones

Ilustración 1 ¿Dónde van los turistas extranjeros? Fuente INE.....	10
Ilustración 2. Ciclo de vida del producto	26
Ilustración 3 Fachada de la casa	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 4 Parte de atrás de la casa.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 5 Escudo familiar de la fachada	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 6 Futuro parking del hotel	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 7 Entrada	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 8 Escaleras interiores.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 9 Pequeño comedor con chimenea.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 10 Puerta del comedor	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 11 Comedor antes de la reforma.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 12 Decoración que tendrá el comedor tras la reforma	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 13 Segundo comedor.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 14 Sala de televisión	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 15 Zona de lectura	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 16 Habitación doble.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 17 Habitación individual	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 18 Habitación doble.....	¡Error! Marcador no definido.
Ilustración 19 Lavabo.....	¡Error! Marcador no definido.

Ilustración 20 cuarto de baño.....**¡Error! Marcador no definido.**
 Ilustración 21 Catalogo en el que se encuentra la casa catalogada como monumento **¡Error! Marcador no definido.**
 Ilustración 22 Descripción de la casa en el catálogo**¡Error! Marcador no definido.**
 Ilustración 23 Imagen de la casa en el catálogo**¡Error! Marcador no definido.**

Contenido tablas

Tabla 1 Fuente INE..... 11
 Tabla 2 Análisis DAFO Fuente: Elaboración propia 16
 Tabla 3. Modelo canvas. Fuente: coguaype.blogspot.com 22
 Tabla 4. Comparativa de precios. Fuente: Elaboración propia 26
 Tabla 5. Gasto personal. Fuente: Elaboración propia 34
 Tabla 6. Características Sociedad Limitada 36
 Tabla 7. Precios. Fuente: Elaboración propia 39

Introducción

Si se preguntase a los estudiantes de Relaciones Laborales y Recursos Humanos donde les gustaría verse trabajando en el futuro la mayoría diría que en una gran empresa al mando del departamento de Recursos Humanos. Pero, ¿por qué no aprovechar nuestros conocimientos y crear nuestra propia empresa?

Actualmente en nuestro país se está saliendo de una dura crisis. En el último trimestre de 2016 había 476.4¹ mil personas entre 20 y 24 años en el paro, por lo que montar nuestro propio negocio puede ser una buena alternativa.

En España el mundo rural está siendo cada vez más popular entre la gente a la hora de elegir un lugar tranquilo al que ir de vacaciones. En la actualidad en España hay más de 14.500² casas rurales y las pernoctaciones en turismo rural son las que más aumentaron el pasado mes de febrero³.

¹ Miles de parados en España de 20 a 24 años según INE

² Dato del Observatorio de Turismo Rural

Para que este sector siga prosperando hay organismos como Emprendetur⁴ que han aprobado ayudas para emprendedores en el mundo del turismo rural. Estas ayudas tienen como destinatarios a personas menores de 40 años, y ofrecen una financiación del 100% para aquellos proyectos que no superen el millón de euros.

Esta información es la que nos ha animado a crear nuestro propio negocio, y los buenos datos que ofrece el turismo rural ha sido el último empujón que nos hacía falta para comenzar un negocio propio en este sector.

La idea surgió tras ver, en diferentes medios de comunicación, como el sector rural estaba creciendo y como cada vez estaba siendo más demandado por gente entre 25 y 45 años para realizar sus vacaciones. Nosotras tenemos la suerte de disponer de una gran casa en la ribera alta de Navarra, concretamente en Arróniz. En esta casa no habita nadie de manera permanente, por lo que se nos ocurrió la idea de darle provecho, y sin invertir mucho dinero conseguir montar un buen negocio.

La posesión de la casa nos va a permitir ahorrar gran cantidad de dinero, puesto que está en un buen estado y no necesitaríamos realizar una gran inversión, únicamente el acondicionamiento necesario para cumplir los requisitos exigidos por la ley⁵.

Nuestra idea no es montar la “típica” casa rural donde vas y tienes que hacerte tus propias cosas, sino que nosotras queremos ofrecer una estancia más relajada proporcionando servicio de comidas y limpieza, además de ofrecer distintas actividades que poder realizar tanto en el mismo pueblo como en los alrededores. Nuestro negocio sería convertir nuestra casa en un hotel rural.

Sabemos que el turismo rural está muy de moda, y por ello el número de casas rural ha aumentado en los últimos años⁶. Debemos tener en cuenta que para poder hacer frente a la competencia y destacar entre los demás tenemos que ofrecer servicios que el resto no cubran o los cuales se deban mejorar. Es por ello por lo que nosotras queremos ofrecer una estancia con diferentes servicios, comodidades y actividades planificadas en la localidad y alrededores para poder conocer las actividades típicas, la fauna y flora de la zona

La gente que suele viajar de vacaciones a las casas rurales lo hace para evadirse de la ciudad y del estrés en el que vive, por ello ven una buena opción el viajar a zonas rurales lejos de los atascos de la ciudad, la contaminación y el alboroto de la muchedumbre.

Estamos acostumbrados a ver en los pueblos casas rurales, pero ¿por qué no un hotel rural? Es tener las comodidades que ofrecen los hoteles mezcladas con el encanto y la tranquilidad del mundo rural.

Nuestro hotel va a estar situado en Navarra, en la localidad de Arróniz, catalogada históricamente como Villa⁷. Pertenece a la Merindad de Estella, Comarca geográfica de Piedemonte Sur de Montejurra.

³ Aumento de un 9.35% respecto del mes anterior según encuestas de INE

⁴ Ayudas del Ministerio de Energía, Turismo y Agenda Digital

⁵ Decreto Foral 146/2005, de 26 de Diciembre.

⁶ EDeconomíaDigital, España triplica el número de casas rurales en 13 años. Gabriel Trindade

⁷ Página Web de Arróniz <http://www.aroniz.org/web/>

Arróniz cuenta con 1045⁸ habitantes y una superficie de 55.21km², por lo que cuenta con una densidad de población de 18.93 habitantes por km². Está situado a una altitud de 562m sobre el nivel del mar, y a una distancia de Pamplona (capital de Navarra) de 57.8km.

El pueblo está rodeado por campos de secano, y a pesar de no haber río son muy frecuentes los arroyos, al igual que en los pueblos con los cuales es limítrofes: Barbarin, Arellano, Luquin, Sesma, Dicastillo y Allo.

La villa cuenta con diferentes monumentos religiosos⁹:

- Iglesia Parroquial de San Salvador cuyo origen es medieval del siglo XIII y el estilo con el que fue construida es gótico tardío.
- Basílica de Nuestra Señora de Mendía, construida en el siglo XVII con un estilo neoclásico.
- Ermitas de San Pedro perteneciente al siglo XVI y de estilo barroco, Santa Cecilia también del siglo XVI pero de estilo medieval y Santa María de las Viñas es del año 1712 y en la actualidad está en ruinas.

Monumentos civiles:

- Plaza de los fueros
- Ayuntamiento construido en el siglo XVIII
- Casas señoriales y edificios del siglo XVI situados en el casco urbano
- Yacimiento arqueológico¹⁰, localizado en la sierra de Arrosia, donde se haya cerámica de la Edad de Hierro.

⁸ Dato según INE

⁹ Wikipedia de Arróniz <https://es.wikipedia.org/wiki/Arr%C3%B3niz>

¹⁰ Musas de Arellano

Estructura del trabajo

- Concreción de la idea y elección de la forma jurídica de la empresa:

Repitiendo lo anteriormente dicho, la idea de esta empresa surge por el motivo de darle utilidad a la posesión de una gran casa que actualmente está deshabitada.

La casa se utilizaría como hotel rural, al cual se podrá acudir como método de evasión de la rutina y para poder experimentar y disfrutar de una bonita experiencia en dicha zona rural. A esto se le debe sumar la comodidad de no tener que hacerte cargo de la limpieza ni comidas, y con la ventaja de tener organizadas diferentes actividades que realizar durante los días que dure la estancia.

- Investigación del mercado:

Para saber en qué mundo nos íbamos a meter y contra que vamos a competir hemos estado investigando a través de diferentes páginas webs los catálogos de casas rurales que se ofrecen, tanto en Navarra como de las Comunidades próximas, ya que creemos que con estas también podemos llegar a competir.

A demás de esto hemos visitado la oficina de turismo de Estella, a la cual fuimos en busca de información como turistas a las que les podría interesar conocer la zona de Tierra Estella, y posteriormente como futuras creadoras de un hotel rural a las cuales les interesa saber que reglamentos y leyes deben de seguir para la creación de un hotel.

En ella pedimos información sobre todas las casas rurales que hay en la zona y las actividades que se ofrecen, para saber cómo es la competencia a la cual nos enfrentamos.

- Estudiar el tipo de cliente:

Para este tipo de empresa, como es un hotel rural, el tipo de cliente puede ser muy diverso; desde cuadrillas de amigos de cualquier edad, solteros que busquen tranquilidad, hasta familias completas. Pero investigando y preguntando a nuestro entorno mediante una breve encuesta hemos observado como el rango de edad está entre los 25 y los 45 años, y en la mayoría de los casos suelen ser viajes con amigos.

- Estudio técnico y financiero del funcionamiento de la empresa:

Una vez que ha sido decidido el tipo de servicios que queremos prestar, nos debemos poner en marcha con el plan técnico y los servicios materiales y humanos que deberemos utilizar.

Partimos del punto del que disponemos de una casa, incluida en el Catálogo Monumental de Navarra II: Merindad de Estella, en buen estado, situada en el centro de la villa y nos ofrece todos los requisitos que estábamos buscando.

La casa es grande, tiene amplios espacios donde instalar salas de estar, de juegos, bar, numerosas habitaciones y posee terreno para la creación de un parking.

- Estudio de las necesidades de personal:

Ya que nuestra empresa se basa en el servicio, una parte fundamental de esta es el personal, puesto que consideramos que el capital humano es el capital más importante que posee una empresa.

El perfil de persona que nosotras buscamos debe estar cualificado y preparado para atender siempre las necesidades de nuestros clientes de la forma más profesional y excelente posible.

Al tratarse de un hotel rural nos regiremos por el Convenio Colectivo para la Industria de Hostelería de Navarra¹¹.

- Estudio de comercialización y marketing del producto:

Algo fundamental en el mundo de la hostelería es la publicidad, por ello un punto importante es tener una página web y posicionarse en buscadores especializados para que los clientes puedan encontrar nuestros servicios de una forma fácil.

Las principales páginas webs en las que nos anunciaremos serán:

- Escapada rural
- Toprural
- Booking.com
- TusCasasRurales.com
- Hoteles Rurales de Navarra

También hay que saber asociarse con otras actividades de la zona para que conjuntamente ofrezcamos a posibles clientes unas vacaciones mucho más completas, donde puedan estar relajados en nuestro hotel y realizar actividades culturales con nuestras empresas asociadas.

- Fuentes utilizadas:

Fuentes primarias: han sido de las cuales hemos sacado la mayor cantidad de información y gracias a las cuales hemos podido saber a qué nos vamos a enfrentar y en qué mundo nos vamos a iniciar.

- Empresas competidoras en el mismo sector
- Encuesta sobre los servicios que la gente esperaría de un hotel rural

Fuentes secundarias: las hemos utilizado como método de complementación a las fuentes primarias. Con estas hemos podido ver la parte más objetiva en cuando a datos del sector.

- Legislación
- Artículos y opiniones
- Bases de datos
- Informes

¹¹ Convenio Colectivo para la Industria de Hostelería 2015-2017

Estudio del entorno

Como dijo Stuart Rivas¹² “La empresa es un sistema abierto en fuerte interacción con su entorno. La planificación estratégica requiere el análisis del medio ambiente externo”

Cuando hablamos de entorno empresarial nos referimos a todos los factores que rodean la empresa, tanto los que nos pueden ofrecer ventajas como los que nos producen desventajas.

En el mundo globalizado en el que vivimos nos enfrentamos al cambio constantemente. Por ello las empresas deben de tener bien definidas sus estrategias y objetivos, donde se recoja un plan para afrontar estos cambios e ir innovando y adaptándose a ellos.

Los factores del entorno pueden dividirse en dos:

- Factores generales: son los que influyen en el funcionamiento general de todas las empresas.
- Factores específicos: son los que influyen en las empresas que actúan en el mismo marco de referencia.

Entorno General

El entorno genérico o macroentorno de la empresa son todos aquellos factores externos a esta que pueden tener repercusión en sus resultados. Sobre estos factores no hay control y afectan de la misma forma a todas las empresas, por lo que deben estar presentes en el desarrollo de la estrategia empresarial.

Entre las herramientas que hay para realizar el análisis del entorno de una empresa nos hemos decantado por la técnica PEST¹³. La función de esta técnica es la descripción del entorno a través del análisis de los factores políticos-legales, económicos, sociales, tecnológicos.

- 1. Político-legales:** En el tema de la creación empresarial actualmente el entorno es positivo, puesto que el gobierno lleva ya unos años ofreciendo ayudas para el autoempleo, como bien se refleja en la Ley 11/2013, de 26 de Julio, de medidas de apoyo al emprendedor y de estímulo del crecimiento y de la creación de empleo. En esta ley quedan reflejadas rebajas en el impuesto de sociedades, en la cotización al Régimen Especial de autónomos y facilidades en la creación de Personas jurídicas. Esto viene como consecuencia de gran crisis que ha sufrido nuestro país, en la que el autoempleo lo ve el gobierno como una medida para disminuir el paro.

En lo que a nuestro sector se refiere la Comunidad Foral de Navarra tiene la competencia exclusiva en materia de ordenación y promoción del turismo, la cual queda atribuida en la Ley Orgánica 13/1982, de 10 de agosto, de Reintegración y Amejoramiento del Régimen Foral de Navarra.

De esta manera la política de los establecimientos hoteleros en la Comunidad Foral de Navarra queda regulada en el Decreto Foral 146/2005, de 26 de diciembre, por el que se aprueba el reglamento de ordenación de los establecimientos hoteleros en la Comunidad Foral de Navarra. Este decreto fue creado para actualizar, mejorar y adaptarse al nuevo marco legal, donde la

¹² Stuart Rivas, Creatividad en Mercadeo y Ventas

¹³ Francis J. Aguilar. 1967, “Análisis del entorno empresarial”

innovación más destacada es la regulación de los hoteles rurales, modalidad de establecimiento hotelero ya prevista por la Ley Foral de Turismo¹⁴.

- Económico:** Tras esta gran crisis mundial, la cual ha acusado fuertemente a España, este 2017 ha empezado con un empuje mayor de lo esperado y el PIB ha crecido el primer trimestre un 0.8%¹⁵, y se espera que este 2017 España tenga un crecimiento del 2.5%¹⁶.

Uno de los factores que ha impulsado el crecimiento ha sido el empleo, aumentado entre 6 y 7 décimas durante el primer trimestre, y se espera que disminuya a lo largo de este 2017 2.2 puntos, según ha informado BBVA Research.

Estos datos nos hacen pensar en positivo, puesto que vienen a reflejar una recuperación de los hogares españoles, los cuales van a ser nuestros futuros clientes.

Ante esta situación, en la que estamos saliendo de la crisis, podemos dudar de si es un buen momento para crear una empresa, pero según el INE durante el año 2016 las pernoctaciones en turismo rural aumentaron en un 11.5%, hasta llegar a 9.8 millones. Las de residentes un 9% y las de no residentes un 19.2%.

- Social:** La llegada de turistas a España es imparable, el pasado año 2016 fue el séptimo año consecutivo de subida en el cual se llegó a recibir 75.6¹⁷ millones de turistas internacionales. Esto quiere decir que en un año se ha aumentado el número de turistas en 7.5 millones.

La mayoría de estos turistas vienen en busca de calor, playa y fiesta, pero hay un porcentaje de estos turistas que vienen en busca de tranquilidad, naturaleza y aprender de las costumbres y cultura de nuestro país.

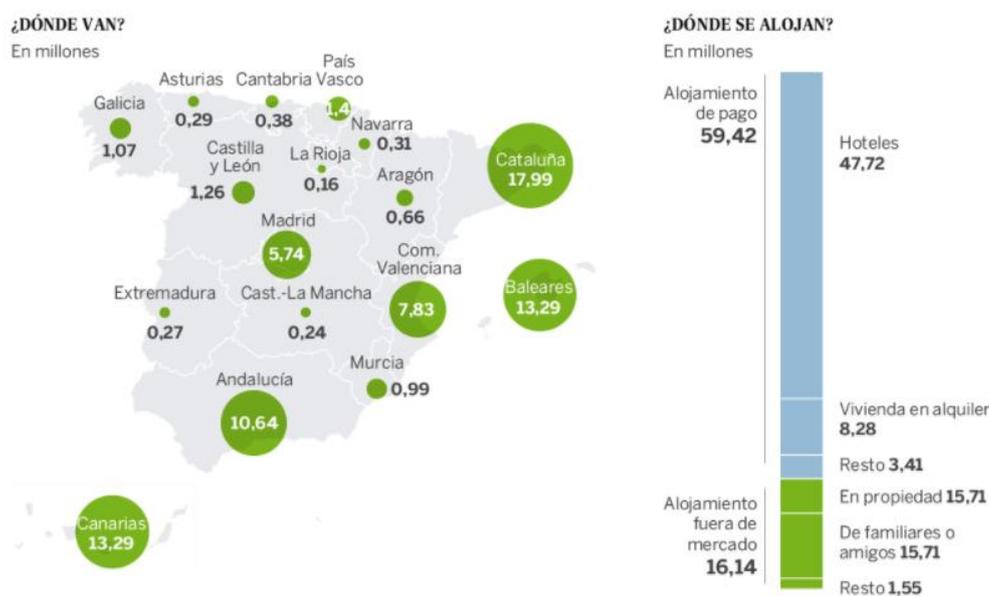


Ilustración 1 ¿Dónde van los turistas extranjeros? Fuente INE

¹⁴ Ley Foral 7/2003, de 14 de febrero, de Turismo de Navarra

¹⁵ Datos estadísticos INE

¹⁶ Presupuestos Generales

¹⁷ Datos estadísticos INE

Según datos del INE de los millones de turistas que España recibió 47.72 millones se hospedaron en hoteles. Las pernoctaciones en este tipo de hospedajes aumentaron un 7.1% en 2016 (séptimo año consecutivo) y se espera que en este 2017 vuelvan a aumentar. Pero no fueron solo los turistas extranjeros quienes ocupan los hoteles, los españoles también viajan por España para hacer turismo.

La mayoría de los viajes de los españoles tiene como destino principal España. El 91,4% elige desplazamientos por el interior, mientras que el 8,6% escoge salir del país. Medido según el número de habitantes quienes más viajan son los madrileños, pero están seguidos por los navarros y aragoneses en salidas a conocer otras comunidades autónomas.

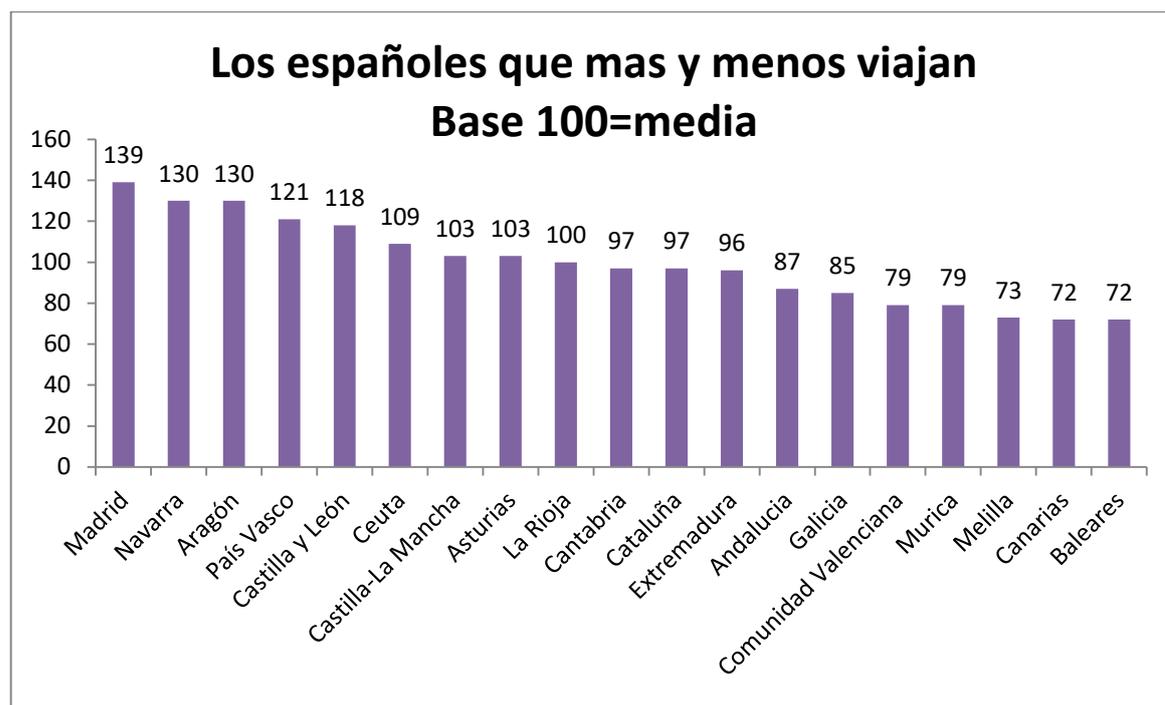


Tabla 1 Fuente INE 2016

¿Pero económicamente es rentable montar un hotel rural? Los datos del INE nos dicen que los alojamientos de turismo rural ofrecieron en 2016, de media 147.892 plazas, un 2,7% más que en 2015. El grado de ocupación medio fue del 18%, con un incremento del 8,2%. El grado de ocupación en fin de semana subió un 7,4% y se situó en el 31,7%.

Durante los últimos años el turismo rural ha experimentado un proceso de expansión, mucho más acusado que cualquier otra actividad, dándose un dinamismo para que este crecimiento se mantenga.

- 4. Tecnológico:** Puede ser que una de las desventajas de este sector plenamente rural, es su posición detrás de los grandes hoteles los cuales cuentan con personal especializado en estas funciones tecnológicas.

Los hoteles propiamente turísticos no destacan por el gran uso de su marketing online, estos hoteles destacan por su encanto y autenticidad, por ello basta con tener una buena página web y aprovecharse del tirón que actualmente tienen las redes sociales en nuestra sociedad.

Lo que realmente puede destacar y llamar la atención es ser natural en tu negocio, atreverse, ser diferente, asumir riesgos y ofrecer servicios que el resto no ofrezca, por ello se debe trabajar esa faceta diferenciadora.

Por todo esto a parte de anunciar nuestro hotel en las páginas anteriormente mencionadas vamos a contar con una página en facebook¹⁸, twitter¹⁹ e instagram²⁰ donde iremos subiendo fotos, realizando ofertas e incluso sorteos en los que la gente a través de su participación muestre nuestras páginas a sus amigos y de esta forma ir llegando a más gente.

Entorno específico

El entorno específico o microentorno son las variables que afectan únicamente a las empresas de un mismo sector. Las empresas que conforman un mismo sector quieren satisfacer las mismas necesidades, por lo que estos factores afectan a las empresas que compiten entre sí para alcanzar a los clientes y así poder conseguir sus objetivos. Por este motivo estos factores pueden ser amenazas u oportunidades para las empresas:

1. **Competencia:** En el estudio de la competencia nos fijaremos en todo el territorio de Navarra y la comunidad vecina de La Rioja, ya que esta podría suponernos también una competencia directa al estar próxima a la zona de Arróniz.

Casas rurales: En Navarra actualmente se encuentran registradas 616²¹ casas rurales. Dentro de estas podemos diferenciar entre las que alquilan habitaciones individualmente o entre las que se alquilan íntegramente.

Según datos proporcionados por INE durante el año 2016 se registraron 357.408 pernoctaciones en este tipo de hospedajes, de las cuales fueron el 90.15% de residentes españoles.

En La Rioja podemos encontrar 200 casas rurales, donde se registraron 80.101 pernoctaciones durante el año 2016, de las que el 93.39% fueron de residentes españoles.

En ambas comunidades aumentaron el número de pernoctaciones con respecto al año anterior, donde se registraron 341.592 en Navarra y 72.724 en La Rioja.

Hoteles rurales: en Navarra podemos encontrar 11 y en La Rioja 9, en los cuales según un estudio de Alejandro Gómez²² se ha registrado un 62% de ocupación

Albergues rurales: en Navarra podemos encontrar 4²³, y en La Rioja 2. La competencia que estos nos suponen es menor que la de los hospedajes mencionados anteriormente, puesto que estos albergues suelen ser utilizados por turistas que se encuentran realizando el Camino de Santiago, el cual pasa por ambas comunidades y cerca de la Villa de Arróniz.

¹⁸ Red social creada por Mark Zuckerberg y fundada con Eduardo Saverin, Chris Hughes y Dustin Moskovitz en 2004.

¹⁹ Servicio de microblogging creado por Jack Dorsey en 2006.

²⁰ Red social de fotografía y video, creada por Kevin Systrom y Mike Krieger y lanzada en 2010

²¹ Registro de Escapada Rural

²² Alejandro Gómez (2016) Montar un Hotel Rural Blog

²³ Registro Top Rural

Podemos observar como la competencia es bastante amplia, pero también podemos decir que lo que ofrece un hotel rural no te lo ofrece una casa rural, por lo que estas casas tampoco nos van a suponer una gran competencia.

Comparando los precios que ofrece la competencia más cercana a nuestro hotel y valorando los servicios que nosotras ofrecemos, la calidad de la estancia en nuestro hotel y los gastos que vamos a tener hemos calculado nuestros precios (puede observarse mas adelante).

Por otra parte los hoteles rurales que podemos encontrar tanto en Navarra como en La Rioja no se encuentran cerca de nuestra localidad, por lo que el nivel de competencia también podemos verla reducida.

Una de las competencias que podemos encontrar, pero que no se ven reflejadas en los datos son las casas rurales ilegales. Esto son casas particulares en las cuales el propietario alquila alguna de las habitaciones de forma ilegal. Este es un método muy común de sacar beneficio de casas grandes que no llegan a ser ocupadas en su totalidad por los inquilinos. En años anteriores este fue un tema muy preocupante para los propietarios de casas y hoteles rurales, puesto que la oferta era muy elevada, pero con el paso de los años este tipo de alojamiento ha ido reduciendo su número.

2. Clientes: Según un informe realizado por Toprural, en colaboración con la Universidad Europea de Canarias y Universidad Europea de Lisboa hemos llegado a una serie de conclusiones acerca de los clientes del turismo rural.

El objetivo de este tipo de clientes es buscar tranquilidad y desconectar de su vida y rutina diaria. Buscan este tipo de alojamiento motivados por el contacto con la naturaleza y pasar más tiempo junto a sus familias o amigos.

De la cuota de turismo que se ha realizado en España el 27% correspondía al turismo rural, y de las personas que escogieron hacer este tipo de turismo se observa que el 93% son nacionales. Las características de este tipo de clientes son:

- Prácticamente la mitad de estas personas (49%) tienen estudios superiores.
- El 49% de este tipo de turistas tienen un poder adquisitivo entre 20.000 y 40.000€ anuales.
- El 29% de los turistas tienen entre 18 y 34 años, otro 29% entre 35 y 44 años y un 24% entre 55 y 64.
- La media de días de estancia entre los turistas españoles es de 4, mientras que la de los extranjeros es de 8.
- Las fechas preferidas por este tipo de turistas para ir de vacaciones son: 51% entre mayo y agosto, 21% marzo y abril y el 16% entre septiembre y octubre.
- Este tipo de turistas suele viajar en grupos de 4 a 8 personas, y el 44% de ellos viaja con su pareja.
- El gasto diario que suelen tener (sin contar alojamiento) es de 31€ los españoles y 33€ los extranjeros.

Estudio estratégico de las 5 fuerzas de PORTER

Michael Porter posee la cátedra Bishop William Lawrence en la Escuela de Negocios Harvard y dirige el Institute for Strategy and Competitiveness de la misma escuela de negocios. Una de sus grandes aportaciones es el estudio de las cinco fuerzas que caracterizan el entorno específico de los mercados.

- Amenaza de la entrada de nuevos competidores: es utilizada para detectar empresas con las mismas características económicas o con productos similares en el mercado.
Esta amenaza es constante, real e inevitable puesto que no se puede impedir que más gente ofrezca un servicio igual que el tuyo.
Este mercado es muy amplio, y somos conscientes de que el número de competidores puede ir aumentando, pero creemos que el número de competidores que ofrecen nuestros servicios y con nuestras características es muy reducido, por ello contando con la innovación podemos destacar entre el resto y crear una barrera a la entrada de más competidores.
- Poder negociador de los proveedores: es el poder que poseen los proveedores de los productos que vamos a necesitar en nuestra empresa, y que influirá en el precio y servicio que demos a nuestros clientes.
En este caso vamos a depender de las subcontratas de actividades como senderismo, escalada, paseos a caballo... que vamos a ofrecer a nuestros clientes. También nos influirán los gastos que puedan ocasionarnos los proveedores de alimentación, lavandería, electricidad, limpieza...
No nos da demasiada preocupación esta fuerza, puesto que al subcontratar empresas autóctonas de la zona para ellas será un método de publicitarse y aumentar su cartera de clientes.
- Poder de negociación de los clientes: es el poder que tienen los clientes sobre el precio del servicio, al amenazar con un cambio de hospedaje si pueden encontrarlo con un precio inferior.
Este tema no nos da demasiados problemas puesto que nosotras vamos a ofrecer mayor cantidad de servicios de los que pueden encontrarse en una casa rural, que es la competencia que hay en nuestra zona, por lo que si el precio es algo mayor está totalmente justificado. De todas formas no hay demasiada diferencia en el precio de una noche en una casa rural con respecto al de una noche en nuestro hotel, por lo que esta fuerza no tiene gran relevancia contra nuestra empresa.
- Amenaza de productos sustitutivos: empresas que ofrecen un servicio igual o similar al nuestro. En nuestro caso esas empresas son los hoteles, pero no nos es ningún gran impedimento puesto que este tipo de alojamientos se encuentran en ciudades o pueblos de un considerable tamaño, por lo que en ellos no hay relación directa con el mundo rural. Por este mismo motivo nuestros clientes no están interesados en hoteles normales, y esta fuerza no nos afecta con gran intensidad. También podríamos encontrar aquí las casas rurales, pero como ya hemos mencionado anteriormente no ofrecen los servicios que ofrece nuestro hotel, por lo que no estarían cambiando productos del mismo valor, sino que se irían a productos de nivel inferior.
- Rivalidad entre competidores: competición directa con empresas que ofrecen el mismo servicio. Como anteriormente se ha dicho no tenemos competidores que ofrezcan el mismo servicio que nosotras, puesto que en la zona únicamente hay casas rurales y estas ofrecen únicamente la residencia, sin dar ningún tipo de servicio. Por este mismo motivo nuestros hoteles rurales van a ser únicos en la zona y no van a tener una competencia directa que les afecte.

Conclusión del análisis del entorno

Actualmente nos encontramos en nuestro país en un periodo de expansión en el cual el gobierno está ofreciendo ayudas para la innovación y creación de nuevos proyectos y las leyes están facilitando la creación de nuevos negocios.

Este tiempo de expansión está animando a la población a volver a viajar y hacer turismo por la geografía española, y el turismo rural es uno de los que más fuerza está cogiendo y más está incrementando su demanda.

En cuanto al entorno específico nos situamos ante un mercado el cual está en parte abastecido por la cantidad de casas rurales que podemos encontrar, pero por otra parte desabastecido en el estilo de servicio que nosotras pretendemos ofrecer. Hemos podido observar como cada vez son más los turistas españoles los que optan por viajar al medio rural y estar en contacto con la naturaleza, lo que nos da señales de que este sector está en expansión y la demanda cada año será mayor.

Si somos capaces de ofrecer lo que la gente está buscando y sabemos cómo diferenciarnos del resto de competidores el éxito va a estar asegurado.

Con todo esto creemos que el entorno puede ser complicado, pero haciendo un buen trabajo de investigación y ofreciendo al cliente calidad, una buena estancia y experiencias nuevas podremos conseguir los objetivos que nos propongamos.

Estudio de debilidades y fortalezas

Para montar un buen negocio es imprescindible hacer un estudio lo más real posible de las posibilidades que hay de conseguir cumplir nuestros objetivos. Para ello el mejor método que hay es comparar nuestra empresa con las demás del sector para poder ver cuáles son nuestras debilidades y fortalezas. Para realizar tal estudio uno de los mejores métodos que hay es el análisis DAFO (Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades), el cual se divide en dos partes:

- Análisis interno (fortalezas y debilidades)
- Análisis externo (amenazas y oportunidades)

Cuando ya está hecho el análisis hay que definir la estrategia empresarial, en la cual hay que superar las debilidades, controlar las amenazas, potenciar las fortalezas y sacar beneficio de las oportunidades.

Análisis DAFO

Gracias al análisis DAFO²⁴ vamos a saber cuál es la situación de nuestra empresa, y como de viable es nuestro proyecto gracias al análisis de las características internas y externas.

Matriz DAFO	
Debilidades	Fortalezas
<ul style="list-style-type: none">- Poca experiencia- Pueblo poco conocido en la geografía española	<ul style="list-style-type: none">- Poca inversión- Buen servicio y calidad- Buen precio- Servicio de actividades
Amenazas	Oportunidades
<ul style="list-style-type: none">- Reducción de la población rural y el sector primario- Explotación de recursos paisajísticos naturales- Gran número de casas rurales	<ul style="list-style-type: none">- Aumento del turismo rural- No hay hoteles rurales en la zona- Entorno de gran valor- Creciente interés de la población por la naturaleza

Tabla 2 Análisis DAFO Fuente: Elaboración propia

²⁴ Albert S Humphrey. (1960-01970), Stanford Research Institute

Variables Internas

- Debilidades:

- Poca experiencia: empezamos en el sector desde cero, por lo que no sabemos muy bien a que nos enfrentamos y podemos encontrarnos con situaciones en las que no habíamos pensado.
- Pueblo poco conocido: el hotel va a estar situado en Arróniz, en la zona oeste de Navarra. Dentro de Navarra y en la zona de La Rioja la cual se encuentra próxima sí que es conocido, pero a la hora de enfrentarnos al público nacional no tiene fama.

- Fortalezas:

- Poca inversión: al disponer ya de la casa que vamos a convertir en hotel y estar esta en buen estado no vamos a necesitar realizar una gran inversión económica. La inversión será destinada en hacer pequeñas adaptaciones en la casa para cumplir los requisitos marcados en la ley²⁵ y en los gastos de personal y proveedores.
- Buen servicio y calidad: queremos que la estancia de nuestros clientes en nuestro hotel sea lo más agradable y confortable posible, por ello les vamos a tratar con el mayor cariño posible y les vamos a ofrecer un servicio de alta calidad atendiendo a las necesidades que tienen en cada momento y a los gustos de cada uno. Es por ello que vamos a ofrecer un servicio personalizado a cada cliente.
- Buen precio: los precios están puestos según los que ofrece la competencia, intentando ir más allá y ofreciendo más servicios por menos precio.
- Servicio de actividades: queremos diferenciarnos de nuestra competencia dando a nuestros clientes una experiencia única en la que puedan contar con actividades culturales, deportivas y de relajación estando en contacto permanente con el mundo rural.

Variables externas

- Amenazas:

- Reducción de la población rural y el sector primario: el desarrollo económico de las ciudades ha atraído a la población rural y como consecuencia hay una menor continuidad en el desarrollo de las actividades rurales. Los pueblos, durante los días laborales, cada vez tienen menos habitantes como consecuencia de los que se van a vivir a la ciudad y la baja natalidad que hay en la actualidad. Esto y que el nivel de estudios cada vez es mayor hace que los trabajos tradicionales y del sector primario se estén dejando de lado y cada vez haya menos.

²⁵ Decreto Foral 146/2005, del 26 de diciembre.

- Explotación de recursos paisajísticos naturales: la baja protección que se da al medio ambiente hace que este cada vez esté peor cuidado y se exploten estas zonas para diferentes actividades que solo hacen alterar su naturaleza. Además cada vez el nivel de contaminación que producen las industrias y ciudades es mayor.
 - Gran número de casas rurales: como hemos podido ver en datos reflejados anteriormente hay un gran número de casas rurales, que pueden quitarnos clientela, y que pueden afectar a nuestra imagen para aquellas personas que no conozcan la diferencia entre casa rural y hotel rural, puesto que pueden pensar que es lo mismo sin ser conscientes de los servicios que nosotros ofrecemos.
- Oportunidades:
- Aumento del turismo rural: Como anteriormente se ha mencionado el turismo rural está en pleno crecimiento, por lo que debemos aprovechar esta situación para atraer el mayor número de clientes posibles a nuestro hotel a través de la publicidad, las redes sociales y el boca a boca de los clientes. De esta manera podemos conseguir hacernos con una gran cartera de clientes.
 - No hay hoteles rurales en la zona: en la zona donde van a estar situado nuestro hotel no hay ninguno más. Es cierto que si hay gran cantidad de casas rurales, pero al no ofrecer ellas los mismo servicios que nosotros debemos aprovechar este vacío hotelero para colarnos entre la oferta de hospedajes rurales para conseguir un buen número de clientes.
 - Entorno de gran valor: el pueblo en el que vamos a situar el hotel tiene una gran riqueza natural, en sus alrededores puede encontrarse gran riqueza de flora y fauna. El pueblo está rodeado por cultivos de secano, olivos y vid además de otros vegetales silvestres. También pueden encontrarse arroyos, sierras y montes por los que realizar diferentes actividades.
 - Creciente interés de la población por la naturaleza: cada vez la población está más concienciada de que hay que cuidar el medio ambiente, y en estos momentos hay una corriente de moda en la que la gente cada vez está más interesada en hacer actividades al aire libre y estar en contacto con la naturaleza. Por estos motivos debemos aprovecharnos de la situación y ofrecer actividades y experiencias únicas en las que nuestros huéspedes pueden estar en contacto con la naturaleza y hacer actividades que nunca antes habían hecho y que en las ciudades no pueden realizar.

Análisis CAME

El análisis CAME (corregir, afrontar, mantener y explotar) es la herramienta que vamos a utilizar para definir la estrategia empresarial, tras la realización del análisis DAFO.

- Corregir las debilidades

- Gracias a los estudios que ambas poseemos y a los análisis y planes realizados la falta de experiencia no supondrá un gran problema, además de que con el tiempo esta será superada.
 - A pesar de que el pueblo no sea de renombre sí que está situado próximo a otros que sí lo son, por lo que utilizaremos eso como estrategia para dar publicidad a nuestro hotel.
- Afrontar las amenazas
- La reducción de la población es algo que no está en nuestra mano el poder solucionarlo. Pero contamos con que las fechas en las que nuestro hotel contará con más huéspedes será los fines de semana, puentes y vacaciones, y es justo en estas cuando la gente de la ciudad va a los pueblos y estos aumentan significativamente el número de habitantes.
 - Con respecto a la reducción del sector primario esperamos que mostrándole a la gente las actividades del mundo rural, dándoles importancia y haciendo fama de ellas la gente de los pueblos, o incluso gente joven de la ciudad que las descubre, se interese por estas y vuelvan a resurgir.
 - Vamos a hacer todo lo que esté en nuestras manos para proteger el medio ambiente que rodea nuestro pueblo. Por ello vamos a tratar de concienciar a la población, tanto de nuestro pueblo como a de los pueblos próximos, para que pongan de su parte y se impida la continua destrucción y contaminación de los campos que nos rodean.
 - Que haya un gran número de casas rurales significa que pueden quitarnos clientela, por ello vamos a hacer gran publicidad de la diferencia que hay entre nuestro hotel y cualquier casa rural dando gran importancia en esta a todos los servicios y actividades que nosotras ofrecemos y el resto de competencia no. Además mostraremos al público que por un precio parecido pueden conseguir tener muchos más servicios y de una gran calidad.
- Mantener las fortalezas
- Gracias a que ya tenemos la casa, y esta está en buen estado, la inversión que vamos a tener que realizar es mínima. Vamos a aprovecharnos de esto para invertir ese dinero en otras cosas como la publicidad, algo que para comenzar un negocio es muy importante, puesto que se necesita llegar a la mayor cantidad de gente posible para conseguir una buena cartera de clientes. Además invertiremos dinero en ofrecer una gran cantidad y variedad de actividades, de esta forma podremos ver que es lo más demandado y mayor satisfacción da a nuestros clientes para en un futuro poder centrarnos en esas actividades y darles mayor calidad e importancia.
 - En nuestro hotel vamos a contar con trabajadores de la zona, queremos ayudar a dar trabajo en el mundo rural a esas personas que acaban de terminar de estudiar y necesitan un trabajo en el que poner en práctica lo aprendido, aparte de dar trabajo a esos jóvenes que están desempleados por falta de experiencia y necesitan un lugar en el que

introducirse al mundo laboral. Otro beneficio que vemos de dar trabajo a gente de la zona es que pueden contarles a nuestros huéspedes sus experiencias en actividades de la zona, lo que más les gusta del pueblo...

- Nuestros precios están calculados, tras una profunda investigación donde observamos los precios de la competencia, nuestros gastos y los beneficios que queremos obtener, de tal manera que son asequibles para todo tipo de público y no tienen gran diferencia con los de nuestra competencia. De esta manera hemos encontrado un punto en el que el ofrecemos más servicios por menos precio.
 - Servicio de actividades: contamos con un gran servicio de actividades rurales, culturales y de turismo. Próximo a nuestro pueblo hay gran variedad de actividades que hacer, como pesca por el río Ega, paseos a caballo por el río Ebro, senderismo, visita a museos... Uno de los puntos fuertes de nuestro hotel, y gracias al cual queremos diferenciarnos de la competencia, es la gran variedad de actividades que ofrecemos, un punto de innovación con respecto a los servicios que suele ofrecer un hotel normal o una casa rural.
- Aprovechar las oportunidades
- El turismo rural, como anteriormente se ha dicho, está en pleno crecimiento por lo que es la mejor época para crear este tipo de hoteles. Queremos aprovechar el tirón que tiene este tipo de vacaciones para lanzar nuestro negocio dando a los turistas una experiencia única y agradable
 - La inexistencia de hoteles rurales en la zona nos va a suponer que todo el que quiera hospedarse en uno de estos venga al nuestro. Además de que si sabemos hacerlo bien y conseguimos una buena cartera de clientes podemos provocar barreras a la creación de nuevos, y ser líderes en este tipo de hospedajes.
 - La zona en la que están situado nuestro pueblo tiene una gran riqueza, tanto en fauna como flora, lo que nos supone enriquecimiento y aporte de valor a nuestro hotel, ya que podemos ofrecer unas vistas que no pueden conseguirse en otros lugares. La zona próxima a Arróniz está protegida, ya que en ella se encuentran unas especies únicas en Europa y que no pueden encontrarse en ningún otro lugar. Por este motivo debemos aprovechar la oportunidad y utilizar esto como publicidad para atraer a curiosos de la naturaleza a nuestros hoteles
 - En las redes sociales se puede observar como cada vez la gente está más concienciada con el medio ambiente. Cada vez está más de moda un estilo de vida sano y saludable, donde las personas no solo se cuidan ellas sino que también les gusta cuidar del planeta. Por ello debemos aprovechar esta nueva forma de vivir para enseñar a todas esas personas que quieren cuidar el medio ambiente a conectar con este y mostrarles como es la vida en el mundo rural, rodeado de campo y de naturaleza.

Estudio estratégico

Una vez que hemos analizado el entorno tanto general como específico, y sabemos cuáles son las amenazas y oportunidades, es hora de concretar cuál es la nuestra estrategia empresarial a seguir.

Como decía Robert Lynn Asprin²⁶ “La superioridad numérica no tiene ninguna importancia. En la batalla la victoria será para el mejor estratega”

Nosotras como bien hemos mencionado anteriormente queremos diferenciarnos del resto, por ello vamos a llevar una estrategia de diferenciación.

Para poder realizar una buena estrategia primero hay que definir la misión, visión y valores de la empresa, como hemos podido ver en el área de psicología durante la carrera.

Misión

Con ella hacemos una declaración clara y concisa del propósito que nuestra empresa pretende desarrollar en la economía y en sociedad.

Por ello: “Nos dedicamos al servicio del hospedaje de personas que buscan aprender más sobre el mundo rural, a la vez que relajarse y vivir nuevas experiencias. Por esto buscamos superar las expectativas de nuestros huéspedes, dándoles un servicio de alta calidad, con una buena infraestructura, personal y muy profesional, capacitado para atender todas sus peticiones y ser competentes en el servicio.”

Nuestra cultura está enfocada en el respeto, cariño y apoyo a las personas que vienen desde cualquier punto del mundo y en el cuidado de su bienestar ; en la protección del medio ambiente y los recursos que poseemos.

Por todo esto buscamos contribuir en el desarrollo medioambiental, económico y sostenible del mundo rural.

Visión

Con ella mostramos la imagen ideal de lo que sería el proyecto de nuestra empresa, sirve para que todos los miembros de la organización puedan tomar sus decisiones en la misma dirección.

Por ello buscamos: “Ser una empresa líder en el sector del turismo rural al ofrecer experiencias excepcionales, acercando a nuestros visitantes al medio ambiente y a los pueblos que tanta riqueza aportan a nuestra cultura y diferenciarnos de todo lo que ya se ofrece en el mercado del turismo rural.”

Queremos destacar entre nuestra competencia por la distinción en servicios, trato amable y familiar, y unas instalaciones que transmiten el gran interés por cuidar el mundo rural y satisfacer las necesidades de cada uno de los clientes.

²⁶ Escritor de ficción

Valores

Los valores son las variables que van a influir en la definición de nuestro objetivo final. Dirigirán la filosofía que sigan las acciones que llevemos a cabo y definirán nuestra cultura.

Nuestros valores son:

- Hospitalidad, dando el mejor servicio posible a nuestros clientes
- Darle el valor necesario a nuestros huéspedes
- Tener una cultura de alta calidad y mejora continua
- Liderazgo en nuestro sector
- Desarrollar el trabajo en equipo
- Constante diferenciación
- Respeto hacia el medio ambiente y el mundo rural
- Sostenibilidad en nuestras tareas

Modelo Canvas

Con la ayuda de este modelo pretendemos definir y analizar, a través de los 9 elementos que presenta este sistema, si nuestro negocio, en este caso nuestro hotel rural “El muro” es viable y rentable.²⁷

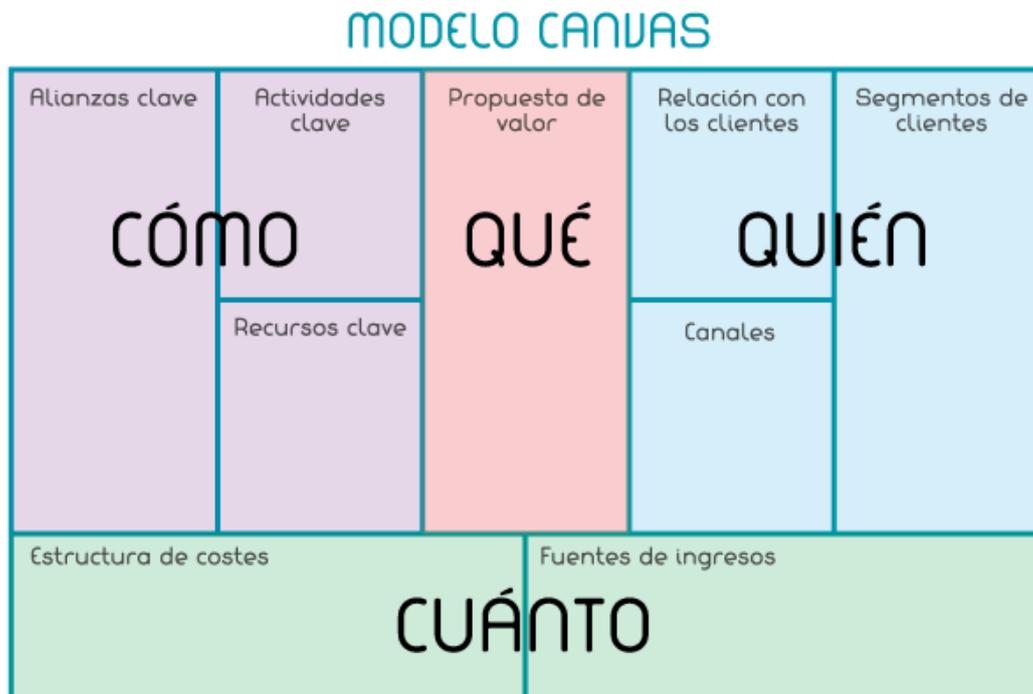


Tabla 3. Modelo canvas. Fuente: coguaype.blogspot.com

²⁷ Business Model Generation- modelo canvas

Segmentos de clientes: Destinado a familias, grupos de amigos, parejas que quieran alojarse en un cómodo y completo hotel.

Propuesta de valor: Ofrecemos una estancia cómoda y completa mezclando el encanto del entorno rural con la comodidad de un hotel, además de que se puede disfrutar de todo tipo de actividades y excursiones que ofrecemos.

Canales: Utilizamos las redes sociales, pagina web propia del hotel rural y a través de agencias de viajes y webs de turismo y alojamientos.

Relaciones con los clientes: Nuestros clientes podrán ponerse en contacto con nosotros a través del teléfono, pagina web o correo donde obtendrán una atención personalizada y cercana.

Ingresos: El 100% de nuestros ingresos vendrá dado por nuestros clientes que decidan alojarse en nuestro hotel rural, así como el servicio del restaurante y bar del que disponemos.

Recursos clave: Disponemos de personal cualificado y especializado en el sector rural, así como de la vivienda situada en una buena zona rural la cual ha sido reformada para que pueda satisfacer todas las necesidades que tengan nuestros clientes.

Actividades clave: Atención al cliente, servicio de bar y restaurante, asesoramiento en la realización de actividades de ocio rural y cultural.

Colaboradores clave: Colaboramos con agricultores y granjeros propios de la zona los cuales nos proporcionan productos típicos y naturales para nuestro servicio de comidas, así como trabajamos con compañías que se encargan a la realización de actividades en la comarca de Estella para que puedan ser ofrecidas a nuestros clientes.

Costes: Pago del personal, pago de impuestos, pago costes de la vivienda, adquisición de materias primas necesarias en el hotel rural.

Conclusión estratégica

Observando cuáles son nuestras debilidades y amenazas, pero pensando en el éxito del proyecto aprovechando las oportunidades y fortalezas podemos pensar que el desarrollo de nuestro plan es realista y factible.

El no tener que realizar una gran inversión para conseguir nuestra misión nos da una gran ventaja sobre nuestra competencia, al poder ofrecer desde un principio mucho más que el resto y poder llegar a alcanzar así nuestra visión.

El mercado del turismo rural está abastecido, pero en el sentido que nosotros pretendemos darle a este tipo de turismo está desabastecido de forma que nosotros vamos a destacar entre todo lo que ya se ofrece.

Dando al público profesionalidad y experiencias únicas podemos hacernos un hueco en el mercado del turismo, teniendo siempre en mente nuestra misión, visión y valores. Si conseguimos coger fama en el sector todo lo demás vendrá solo, la cartera de clientes, los beneficios y ser los líderes en el sector.

Para conseguir nuestros objetivos vamos a llevar a cabo la estrategia de diferenciación, donde buscamos que en el mercado se nos vea como algo único. Queremos que nuestros clientes sientan que lo que van a sentir en nuestros hoteles no lo va a poder conseguir en ningún otro lugar.

Esta estrategia se llevara a cabo a través de:

- Diferenciación del servicio: dando al público algo que no puede conseguir en otro sitio.
- Publicidad: invirtiendo en la marca de nuestros hoteles y haciéndola llegar a todos los puntos de la geografía.
- Calidad: dando un servicio de alta calidad y profesionalidad para conseguir la mayor satisfacción.

Estudio de marketing

En primer lugar, ¿Qué es el estudio del marketing? Entendemos por ello el interés empresarial que se tiene para conocer la viabilidad comercial que puede tener una actividad económica, como es en nuestro caso nuestro hotel rural. Es una forma de dirigir y gestionar cuyo foco principal es el cliente y su satisfacción. Por ello se entiende que el marketing debe ser un punto clave en todas nuestras actuaciones.

Nuestros clientes buscan la comodidad de un gran hotel en un lugar tranquilo y rural donde poder disfrutar de un servicio de calidad acompañado de actividades que les permitan evadirse de la rutina y estar en contacto con la naturaleza y encanto de nuestro pequeño pueblo. Así mismo debemos ser capaces de satisfacer las necesidades que nuestros clientes presenten de la forma más rápida y eficaz posible.

Este proyecto gira en torno a las necesidades de las personas que quieran disfrutar de su estancia en nuestro hotel rural y la satisfacción que estas tengan con nuestras instalaciones, por ese hecho los servicios que ofrezcamos deberán amoldarse a los deseos de nuestro consumidor.

Por ello hemos decidido basar nuestro estudio de marketing en una técnica llamada *marketingmix*²⁸ la cual realiza un análisis basándose en cuatro variables, las cuales son explicadas en el siguiente apartado.

Marketingmix

El *marketingmix* se emplea para establecer una lista de elementos esenciales que debemos tener en cuenta si queremos que nuestro producto o servicio tenga éxito.

Esta lista es denominada como las “Cuatro P”: **producto, precio, distribución y promoción.**

Producto o servicio: Se entiende por todo aquello que se comercializa para satisfacer las necesidades de los clientes. En nuestro caso es el ofrecer a nuestros clientes servicios que satisfagan sus necesidades.

- Alojamiento y estancia agradable en nuestro hotel rural
- Habitaciones totalmente equipadas con baño
- Servicio de desayuno, comidas y cenas
- Limpieza
- Aparcamiento gratuito
- Zona wifi

Debemos tener en cuenta el ciclo de vida de nuestros productos o servicios que ofrecemos los cuales van variando a lo largo del tiempo como consecuencia de la competencia y las necesidades de los clientes.

Debemos tener en cuenta que el producto o servicio que ofrecemos tienen un Ciclo de vida el cual va variando a lo largo del tiempo y el cual va a depender de la competencia y de los gustos y necesidades de nuestros clientes. En nuestro caso, nada más empezar, nos encontraremos en la etapa de introducción en la cual casi no tendremos ventas, y conforme vayamos avanzando pasaremos por todas y cada una de las etapas de dicho ciclo.

²⁸ Concepto desarrollado por Neil Borden en 1950

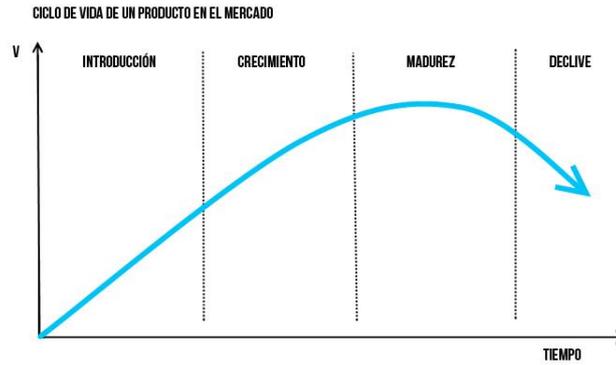


Ilustración 2. Ciclo de vida del producto

6.1.1 **Precio:** Es el dinero el que define el intercambio y el cual está ligado a la sensación de calidad del producto. Para establecer un precio debemos compararnos con el resto de empresas que ofrezcan los mismos servicios o parecidos, para que de esta forma podamos ofrecer los mismo o mejores servicios a precios mucho más competitivos.

Por ello hacemos una comparativa con el resto de hoteles rurales de la zona alta de Navarra, así como de La Rioja para conocer el precio de las empresas que ya están situadas en el mercado.

COMPARATIVA PRECIOS		
Nombre	Localidad	Precio
Casa rural Arkupe	Arróniz	22€/ noche
Casa rural Arantzaenea	Arróniz	340€ (Casa completa- fin de semana) 680€ (casa completa- semana)
Casa rural Mayayi	Arróniz	170€/noche (casa completa)
Casa rural Kedenar	Arellano	350€ (casa completa- fin de semana) 780€ (casa completa- semana)
Casa La Reina	Lodosa	110€/noche (casa completa)
Casa rural María Pilar	Sesma	112,5€/noche (casa completa)

Tabla 4. Comparativa de precios. Fuente: Elaboración propia

6.1.2 **Distribución (Punto de venta):** Define donde va a ser comercializado el producto o servicio que se va a ofrecer a los clientes. En este caso nuestro servicio va a ser prestado en nuestro hotel rural situado en Arróniz, nuestros servicios podrán ser contratados mediante teléfono, agencia y a través de nuestra página web o distintas webs de viajes.

6.1.3 **Promoción:** Consiste en la comunicación al cliente para que nuestros productos o servicios que ofrecemos sean consumidos. Aquí debemos planificar la promoción de ventas, publicidad, venta directa, e.t.c

Debemos tener claro que para conseguir una mayor cartera de clientes debemos contar con buenas técnicas que nos promocionen. Una de las formas que actualmente mejor funciona es promocionarse a través de Internet. El gran tirón que están teniendo las redes sociales es una forma fácil y sin costes la cual nos permite dar a conocer nuestros servicios a todo el mundo, para ello debemos estar activos en todo momento en todas las redes sociales con las que contemos.

Otro punto importante es la promoción a través de la página web propia del hotel, la cual debe ser atractiva y tener buena presencia, así como que este ordenada y sea clara, y en esta se incluyan fotografías tanto de las instalaciones del hotel como del entorno.

De poco sirve tener una página web bonita y cuidada si no nos encontramos en las primeras páginas del buscador de Google, por eso debemos tratar que los clientes nos encuentren antes a nosotros que al resto de nuestra competencia, por ello debemos trabajar en nuestro posicionamiento SEO²⁹ creando blog, utilizando palabras clave, añadiendo links...

Otra técnica también muy utilizada para la promoción de los servicios es ofrecer promociones especiales que capten la atención del tipo de clientes que queremos conseguir.

Un foco de atracción turístico que tendrá nuestro hotel rural será la clasificación que hace ASETUR³⁰ de los alojamientos rurales, con la que nosotros contaremos con la clasificación de tres espigas como consecuencia del entorno en el que se encuentra nuestro hotel rural, su estructura, diseño, equipamiento con el que cuenta y por el trato con el cliente que ofrecemos, pudiendo destacar, con respecto al resto de alojamientos turísticos rurales, por nuestros completos servicios e instalaciones.



Lugares y actividades para realizar

Lugares que visitar

- **Ekolo Productos Ecológicos S.A.:** Empresa de productos ecológicos que promueve la alimentación saludable y el cuidado sostenible del medio ambiente. La empresa fue fundada en Arróniz, villa en la que se ubica. Y en su catálogo de productos tiene zumos, aceites, mermeladas y conservas entre otros.
- **Trujal de Mendía:** Cooperativa fundada en Arróniz en el año 1992 por la asociación de antiguos trujales de la zona media. Actualmente cuenta con más de 4.000 socios, siendo el trujal más representativo de la Comunidad Foral de Navarra. En él se puede ver el proceso de elaboración del aceite, el cual es totalmente mecánico y en el que sólo se utilizan aquellas aceitunas que a la hora de recolectar permanecen en el árbol, y que han alcanzado el óptimo estado de madurez.

²⁹ **Search Engine Optimization.** El posicionamiento en buscadores u optimización de motores de búsqueda es el proceso de mejorar la visibilidad de un sitio web en los resultados orgánicos de los diferentes buscadores.

³⁰ Asociación Española de Turismo Rural

- Villa Romana de las Musas: Yacimiento arqueológico situado en el término municipal de Arellano. Los restos arqueológicos encontrados demuestran que la villa fue construida entre los siglos I y V d.C. Allí se encuentra la reproducción del Mosaico de Las Musas, el cual está en el Museo Arqueológico Nacional, así como catavinos de cerámica (iconos del museo), entre otras cosas.
- Nacedero de Urederra: Manantial del que nace el río Urederra, perteneciente a la Sierra de Urbasa y declarado reserva natural en 1978. Esta salida natural de agua proviene del acuífero formado por el macizo Kárstico de Urbasa, y está rodeado por numerosas cascadas y pozas de agua azul turquesa de gran belleza natural.
- Pantano de Alloz: Segundo embalse más importante de Navarra, construido en 1930 en la cabecera del río Salado junto a la localidad de Alloz en la Merindad de Estella. Recibe agua de los ríos Ubagua y Salado, y está rodeado por pastizales, matorrales y pinos.
- Montejurra: Montaña de 1042 metros de altitud situada en la zona del Prepirineo. Desde la cumbre puede verse toda la Merindad de Estella y las Sierras de Urbasa, Andía y Lóquiz³¹. Este monte posee un alto valor simbólico puesto que fue escenario de guerras carlistas³²
- Sierra de Urbasa: Meseta montañosa con una altitud de 1000 metros localizada en el noroeste de la Comunidad Foral de Navarra. Es uno de los componentes del Parque Natural Urbasa-Andía, y está caracterizado por los corredores y valles secos
- Sierra de Andía: Meseta con suaves ondulaciones situada en la Comunidad Foral de Navarra que forma parte de la Reserva Natural de Urbasa-Andía desde 1997.
- Pamplona: Capital de la Comunidad Foral de Navarra. Fue fundada en el 74 a. C. por el General Romano Pompeyo. Gracias a su patrimonio tanto histórico como patrimonial la convierten en una ciudad receptora de turismo durante todo el año gracias a las fiestas y celebraciones que tienen lugar en ella. La festividad más famosa y que la hacen conocida mundialmente son los Sanfermines³³, que tienen lugar del 6 al 14 de julio.
- Estella: Ciudad española ubicada en la zona media occidental de la Comunidad Foral de Navarra, cabecera de su merindad. Fue fundada por Sancho Ramírez en el año 1090, monarca de Pamplona y Aragón, y es conocida como la Toledo del Norte gracias a los monumentos que se encuentra en ella como el Palacio de los Reyes de Navarra.
- Casa de cultura de Carmen Thyssen Bornemisza: Casa de cultura de Los Arcos en la que podemos ver numerosos actos culturales como exposiciones de pintura y fotografía, proyecciones, charlas y teatro entre otras cosas.

Actividades que realizar

- Circuito de Navarra: circuito deportivo especializado en el motor que cuenta con cinco pistas específicas: un Circuito de Velocidad, un Circuito de Karting, una Pista de AutoCross, una Pista Deslizante y una Zona 4x4. Está localizado en Los Arcos³⁴ y en él se desarrollan eventos deportivos de máximo nivel, jornadas para aficionados, actividades para particulares y eventos para empresas.

³¹ sierra situada al oeste de Navarra, en la merindad de Estella

³² contiendas civiles que tuvieron lugar en España a lo largo del siglo XIX

³³ celebración en honor a San Fermín de Amiens

³⁴ villa de la Comunidad Foral de Navarra, situado en la merindad de Estella

- Paseos a caballo por el Ebro: en la localidad de Mendavia³⁵ un grupo de jóvenes que poseen caballos realizan paseos por el río Ebro a lo largo de 6km. De esta manera los turistas pueden ver la flora y fauna del río de un punto de vista diferente, a la vez que tienen una nueva experiencia y tienen un contacto directo con la naturaleza.
- Escuela de vuelo AEROSSESMA: Club de vuelo situado en Sesma. En él se pueden realizar diferentes cursos de vuelo, además de realizar excursiones en diferentes tipos de avionetas.
- Pesca en el río Ega: a lo largo del río Ega, que discurre cercano a la Villa de Arróniz puede practicarse el deporte de la pesca.
- Recolección de setas: En Navarra es muy habitual la recolección de setas, donde las especies más preciadas son los boletus aereus, las cuales se recogen en la época de otoño en robledales, hayedos y castañares; boletus edulis que se buscan durante el verano y el otoño en bosques de coníferas y caducifolios; la amanita caesarea la cual es uno de los hongos más cotizados y la estrella de las setas que son los perretxikos.

Como atractivo del pueblo también podemos encontrar fechas claves en las que se celebran diferentes festividades:

- Fiestas Patronales en honor a la Virgen de Mendía: tienen lugar a lo largo de 8 días, dando comienzo en primer sábado de septiembre y finalizando en la madrugada del sábado siguiente. Durante estos días tienen lugar numerosas actividades para todas las edades como hinchables, comidas populares, encierros y capeas, orquestas, partidos de pelota...
- Santa Cecilia: romería que realiza el pueblo a la ermita de Santa Cecilia el último sábado del mes de abril, donde se realiza una comida en el campo amenizada por la banda del pueblo y donde se practican diferentes actividades.
- Santa Águeda: se celebra un sábado del mes de febrero en el que por la mañana los niños del pueblo van de casa en casa pidiendo dinero para posteriormente pagar con él una merienda. Las cuadrillas realizan comidas y cenas y durante la noche hay música en la plaza del pueblo.
- Fiestas de la juventud: tienen lugar un fin de semana del mes de marzo, donde la asociación de jóvenes del pueblo preparan diferentes actividades como conciertos de rock, cena popular, hinchables...
- Fiestas de mayo: tienen lugar un fin de semana del mes de mayo (cercano al día de San Isidro), durante este fin de semana tienen lugar encierros, comida popular, orquestas y diferentes actividades de ocio para todo tipo de públicos.
- Durante los fines de semana, a lo largo del verano, se realizan actividades culturales como cine al aire libre, actuaciones cómicas, teatro, conciertos...

³⁵ Villa de la Comunidad Foral de Navarra, situada en la comarca geográfica de la Ribera del Alto Ebro

Conclusión de marketing

En esta empresa nos basamos en la satisfacción de las personas con nuestro servicio por ello la técnica de marketing es un pilar fundamental y debe estar presente en todo momento como herramienta de ofrecer a nuestros clientes el servicio que desean.

Nuestra promoción de ventas estará basada en la información que reciba el cliente acerca de nuestros servicios e instalaciones, y obviamente de su decisión final de pasar la estancia con nosotros en nuestro hotel rural.

La comunicación no solo debe ser parte del servicio si no que forme parte de nuestra seña de identidad.

Estudio técnico

Mediante el estudio técnico, vamos a explicar en qué consisten los servicios que son ofrecidos por nuestra empresa, así como los medios que son necesarios para llevarla a cabo.

Descripción

Nuestra empresa se dedica a la prestación de servicios propios de un hotel rural situado en la localidad de Arróniz, en la parte alta de Navarra. Estos servicios que ofrecemos, son:

- Alojamiento: nuestros clientes podrán disfrutar de nuestras habitaciones totalmente equipadas, cada una de ellas con el número de camas que deseen y cuarto de baño en cada habitación, así como televisión y teléfono.
- Desayuno, comidas y cenas: el cliente podrá tener opción a alojamiento más desayuno, media pensión o pensión completa, lo cual tendrá un coste extra dependiendo de la opción elegida.
- Limpieza: cuidado y limpieza de las habitaciones diariamente para que nuestros clientes se despreocupen lo máximo posible del mantenimiento del orden de sus habitaciones.
- Parking: será gratuito durante la estancia que el cliente pase en nuestro hotel rural.
- Wifi: podrán disfrutar de wifi gratuito a lo largo de toda su estancia.
- Excursiones y visitas guiadas: Nuestros clientes podrán disfrutar, en el caso de que lo deseen, de las excursiones organizadas que ofrecemos junto al ayuntamiento de Arróniz, así como de las visitas guiadas.
- Actividades rurales: a lo largo de la estancia los clientes podrán disfrutar de distintas actividades como visitas a ganaderías y granjas, talleres de artesanía, club de vuelo de helicópteros, paseos a caballo...

Equipamiento

Como ya ha sido mencionado anteriormente, contamos con una vivienda disponible la cual está deshabitada, y vamos a transformarla en un hotel rural. Contamos con la ventaja de que está en buenas condiciones y únicamente haría falta acondicionarla a nuestro gusto.

La vivienda cuenta con 1000m², los cuales serán distribuidos en zonas de ocio, dormitorios, cocina, bodega, y salas de mantenimiento de los servicios.

En el primer piso podemos encontrar la recepción, un pequeño comedor con chimenea y un pequeño bar del cual pueden disfrutar tanto los clientes como los vecinos del pueblo y alrededores.

Una planta más abajo encontraremos el comedor principal donde se dispondrán de los diferentes alimentos para que el cliente se sirva a su gusto, una zona en la que poder relajarse con sofás y televisión después de realizar las comidas, la cocina en la cual nuestros trabajadores realizaran las comidas que se sirvan, una bodega de vinos, que puede visitarse y disfrutar de una pequeña cata y acceso a una pequeña terraza decorada por una parra y en la cual se encuentra un pozo.

En la primera planta superior encontramos dos miradores; uno dedicado a actividades de lectura, el cual cuenta con una biblioteca privada, y otro con televisión y diversos juegos de ocio para poder disfrutar de ratos de ocio en familia y con amigos.

En las plantas superiores se encuentran las 15 habitaciones, las cuales cuentan con baño, armario, televisión y teléfono individual. Las habitaciones son de diferentes tamaños y con decoraciones distintas, y podemos encontrar tanto individuales como de dos camas.

A parte de las habitaciones e instalaciones de las que pueden hacer uso y disfrute nuestros clientes la casa cuenta con habitaciones de despensa para almacenar los alimentos y diversos útiles, vestuario para los trabajadores, y lavandería.

Además de la parte de vivienda el hotel cuenta con 150 metros más de parking gratuito con 15 plazas de coche disponibles, así como 4 de moto y una pequeña zona ajardinada con un parque de juego para el disfrute exclusivo de nuestros clientes.³⁶

Conclusión estudio técnico

Tal y como se muestra en este apartado, nuestro proyecto de este hotel rural, supone una reforma y acondicionamiento de toda la vivienda así como el gran uso de recursos, lo que supone una gran cantidad de inversión inicial, la cual va a ser sufragada mediante un préstamo ICO, que esperamos que consigamos lo antes posible, si todo va como esperamos, el retorno de dicha inversión.

³⁶ Se incluyen fotos de la vivienda en el Anexo

Estudio de recursos humanos

El activo más valioso con el que puede contar una empresa hoy en día es su personal, tal y como dice Leif Edvinsson³⁷ “El único valor vital que una empresa tiene es su experiencia, habilidades, innovación y conocimientos de sus empleados.” Por ello debemos tener muy claro qué tipo de trabajadores queremos en nuestra empresa y cuantos, para que nuestro trabajo sea lo más efectivo y eficaz posible.

Necesidades de personal

Para nuestro hotel rural será fundamental la contratación de una persona que se ocupe de la recepción, que se encontrará en la planta principal del hotel, así mismo será necesario un camarero inicialmente, en el caso de que exista algún momento de temporada alta contrataremos tantos como sean necesarios, igual ocurriría en el caso de las 2 personas que inicialmente se ocuparían del comedor, sirviendo los desayunos comidas y cenas, así como limpiando y poniendo las mesas. Tendremos un cocinero encargado de realizar y preparar los desayunos, comidas y cenas. Contaremos con 4 personas encargadas de la limpieza cuyo objetivo será la limpieza y mantenimiento en perfectas condiciones de todas las instalaciones de nuestro hotel rural. Nosotras formaremos la directiva y nos encargaremos de la dirección y gestión de la propia empresa, así como del departamento de recursos humanos y la promoción y marketing de la misma.

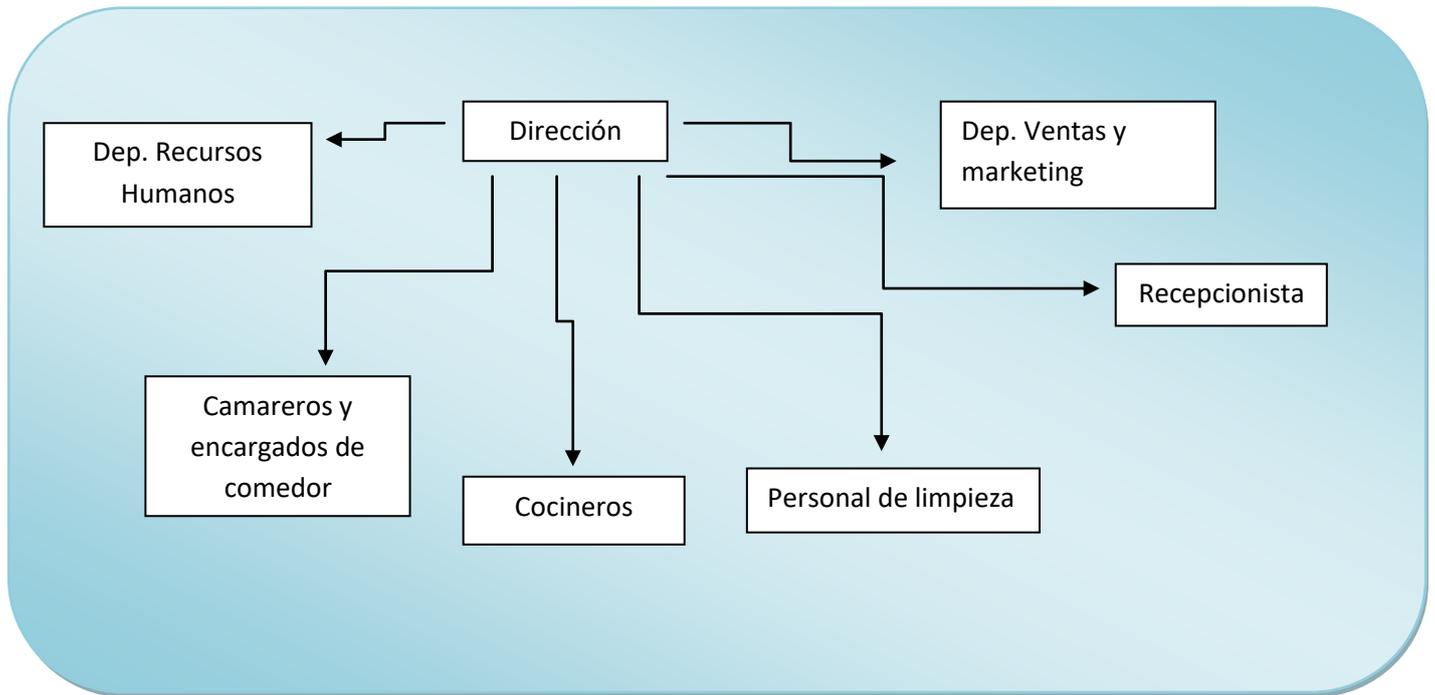
Con respecto a los costes laborales que va a suponer cada persona que va a formar parte de nuestra empresa, durante el año inicial, tenemos que la/el recepcionista tendrá un sueldo mensual de 1.300 euros, necesitaremos que tenga experiencia en el sector, así como un dominio de la lengua inglesa y francesa para posibles clientes extranjeros.

El personal de limpieza limpiará diariamente, en el caso de que sea necesario, todas las instalaciones y contará con un salario de 800 euros, así mismo tanto los camareros como el personal encargado del comedor tendrán un salario mensual de 1.100 euros a los cuales se les exigirá como mínimo 3 años de experiencia en el sector, mientras que el de los cocineros tendrán un sueldo de 1.200 euros, y deberán contar con años de experiencia así como conocer la comida típica de la zona, para ofrecer la mejor calidad a nuestros clientes.

Con respecto a los gastos de mantenimiento que puedan surgir, (fontanería, electricista, informático...) estos servicios serán contratados por personal externo al hotel siempre que sea necesario.

³⁷ Uno de los mayores expertos en capital intelectual, conocimiento e innovación.

Organigrama



Con respecto a los gastos de personal programados para el año inicial de apertura, se presentaría según esta tabla, así:

Ocupación	Nº Trabajadores	Salario
Recepcionista	1	1.300
Limpieza	2	800
Camareros	1	1.100
Cocineros	1	1.200
Comedor	2	1.100
GASTO TOTAL (1º año)	7	97.600€

Tabla 5. Gasto personal. Fuente: Elaboración propia³⁸

Plan de formación de la empresa

La formación es un aspecto fundamental para nuestra empresa, queremos darle el valor que merecen a nuestros empleados, y para ello queremos contar con los mejores ocupen el puesto que ocupen.

³⁸ Salarios establecidos a partir del Convenio Colectivo para la industria de hostelería 2015-2016-2017

Para todos los puestos que forman nuestra empresa, exigimos unos requisitos mínimos de formación, así como que cuenten con experiencia la cual es fundamental para un mejor desempeño de las tareas y funciones que a cada uno le correspondan.

En nuestra empresa queremos ofrecer a nuestros trabajadores la formación que sea necesaria y la cual ayude a mejorar la realización de sus trabajos. De forma inicial se realizara un día de bienvenida a los cuales deberá presentarse toda la plantilla que vamos a formar parte de dicho hotel rural, y a los cuales se les expondrá nuestra misión, visión y valores, con los que deberán contar día tras día mientras realicen las tareas pertinentes de sus puestos de trabajo. Esto nos ayudara a tener una toma de contacto entre todos y crear un buen clima y ambiente de trabajo.

Como idea principal, tenemos pensado que sean impartidos cursillos, uno al año aproximadamente, acerca de la prevención de riesgos y mediación y prevención de conflictos, la cual será de gran ayuda para todos y cada uno de los puestos, ya que todos están en contacto con nuestros clientes y queremos que todos ellos, durante los días que dure su estancia, se sientan cómodos y como en casa, evitando mal entendidos y posibles conflictos que puedan surgir entre el personal de nuestro hotel y nuestros clientes.

Así mismo siempre estaremos al tanto de posibles cursos o nuevas técnicas que puedan ir surgiendo y sea posible su aplicación en nuestro negocio en cualquiera de nuestros puestos de trabajo, para ser más novedosos y ofrecer posibles servicios que el resto de nuestros competidores no presenten.

Conclusiones del plan de recursos humanos

Como he comentado durante el apartado, el personal en una empresa es el capital más importante con el que cuenta, por ello debemos hacer una buena elección del número y personas que queremos que ocupen nuestros puestos de trabajo, en un servicio los gastos de personal son el coste más alto para la empresa y para poder sacar provecho de ese coste debemos garantizar que las personas contratadas realizan su labor con profesionalidad. Esa garantía pasa por dejar bien clara la política de la empresa en cuanto al tratamiento de los clientes y en un plan de formación que les facilite su labor.

Estudio de la forma jurídica y de cómo constituir la empresa

Elección de la forma jurídica

Con respecto a la forma jurídica de los alojamientos rurales destacan dos como la creación de una Sociedad Limitada (SL).

Comprobamos que las características de dicha sociedad son:

S.L	
Nº Socios	1 (como mínimo)
Responsabilidad	Limitada
Capital	3.005,06 €
Impuestos	Impuesto de Sociedades
Registro Mercantil	Si

Tabla 6. Características Sociedad Limitada

Con la creación de una Sociedad Limitada: limitamos la responsabilidad frente a posibles deudas que puedan surgir en el caso de que nuestro hotel rural no fuese como esperamos. Consideramos que es una de las mejores opciones cuando se trata de la apertura de un nuevo negocio, puesto que el capital mínimo para su creación es de 3005,06€, pese a que nuestra inversión va a ser mucho mayor. Además cuenta con la ventaja de que al tratarse de una sociedad, se tiene más facilidades de acceso a la obtención de un crédito.

Trámites necesarios

Con respecto a la creación de una Sociedad Limitada en Navarra hemos acudido a la Red de Información y orientación profesional de Navarra (Servicio Navarro de Empleo)

Realizaremos los trámites a través de los nuevos puntos de asesoramiento e inicio de tramitación (P.A.I.T.)³⁹ que sustituyen las ventanillas únicas aunque hacen el mismo, nuestro punto más cercano es en Pamplona en la Cámara de Comercio de Navarra, C/ General Chinchilla, 4. El uso de este servicio reduce los costes y los tramites, además de que nos permite un ahorro en tiempo.

El servicio P.A.I.T tiene un coste de 150€ incluyendo notario, además de otros 100€ son destinados para el registro, el resto de trámites necesarios se realizan de forma gratuita.

³⁹ Los Puntos de Asesoramiento e Inicio de Tramitación

Gracias a las facilidades que nos da, únicamente se necesita un documento para poder poner en marcha nuestra empresa, este documento es el Documento Unificado DUE⁴⁰, el cual es tramitado en unas 48 horas.

El orden y la estructuración de los pasos y trámites que deben seguirse, tal y como se indica en la página de PAE⁴¹, son:

1. Solicitud del Certificado de denominación social al Registro Mercantil.
2. Depósito en entidad bancaria del capital social aportado (mínimo de 3.005,06€).
3. Redacción de Estatutos.
4. Firma de la Escritura de Constitución ante notario.
5. Solicitud de CIF provisional para empezar a operar.
6. Pago de Impuestos correspondientes.
7. Inscripción en el Registro Mercantil.
8. Solicitud de CIF definitivo, Impuesto de Actividades Económicas y declaración censal.
9. Solicitud del Código Cuenta de Cotización y alta de trabajadores en caso de ser necesario.
10. Solicitud de Licencia de Actividades expedida por el Ayuntamiento.

No debemos olvidarnos, que deberemos inscribirnos en el registro de turismo de establecimientos hoteleros de la comunidad foral de Navarra en la cual se deben presentar la declaración responsable debidamente cumplimentada y firmada, así como los planos finales del inmueble reflejando las instalaciones de protección contra incendios y que este firmado por un técnico competente.

Puesto que en nuestro hotel rural es necesario realizar obras, deberemos solicitar al ayuntamiento una autorización para la realización de las mismas, así como la autorización para la apertura del hotel, una vez que este todo terminado.

⁴⁰ Se incluye el documento DUE como anexo

⁴¹ Punto de atención al emprendedor: <https://subsede.pyme.minetur.gob.es/es-ES/CreaEmpresa/Paginas/ProcesoConstitucion.aspx>

Estudio financiero

En este apartado pretendemos justificar los gastos que conllevara montar nuestro hotel rural y demostrar la viabilidad y sobretodo la rentabilidad de esta empresa.

Tal y como se comentó en el apartado 7 “Estudio técnico” de este proyecto, contamos con una vivienda la cual va a ser reformada y organizada para la construcción de 15 habitaciones totalmente equipadas, cada una de ellas con su baño, así como comedor y demás zonas comunes para el disfrute de todos y cada uno de nuestros clientes.

La inversión inicial, tras un estudio del presupuesto, es de **350.000 euros**, la cual irá destinada a:

- Reforma de la casa
- Mobiliario (Camas, mesillas, armarios, mesas, sillas...)
- Equipos informáticos (Recepción y dirección)
- Equipamiento de la cocina

Financiación

Somos dos socias, las cuales vamos a hacer una inversión inicial cada una de 50.000 euros de nuestro propio dinero, los cuales serán 100.000 de capital social. Además pediremos un préstamo bancario ICO⁴² de 350.000€, el cual su plazo de amortización y carencia será de 20 años, con un interés del 2.25%, con hasta 2 de carencia⁴³.

La devolución del realizará

- Durante el periodo de la obra se pagará un pequeño interés según el dinero prestado, por certificado de obra, hasta alcanzar los 350.000€.
- Tras la finalización de la obra, durante el primer año se devolverá únicamente intereses, que será de 2.25% (656€ mensuales)
- Durante los 20 siguientes años se continuará pagando el 2.25%, que serán 1.812,33€ mensuales.

Además contaremos con otros gastos a pagar que serán:

- Suministros (agua, luz, internet, basuras) aproximadamente unos 8000€ anuales. 60€ de tarifa plana de internet mensuales, 400 agua y 800 de luz cada dos meses.
- Sueldos de los trabajadores: 2 cocineros, 1 recepcionista, 4 personales encargados de la limpieza, 2 camareros y 4 personas encargadas del comedor. **97.600€/año**
- Seguros 900€ /año

⁴² Instituto de Crédito Oficial

⁴³ Información obtenida a través del banco Caja Rural de Navarra

Temporadas

Ocupación del hotel en el primer año (aproximadamente)

- Temporada alta (Abril- Septiembre): 90%
- Temporada baja (Octubre- Marzo): 55%

Precios

Alojamiento (incluido desayuno)	35€
Media pensión	45€
Pensión completa	55€

Tabla 7. Precios. Fuente: Elaboración propia

Beneficios

Según el estudio de mercado y el análisis DAFO que hemos realizado anteriormente, hemos conseguido obtener los datos que necesitábamos para realizar un estudio sobre los beneficios que vamos a obtener a lo largo de los tres primeros años. En primer lugar observamos cómo hay una gran cantidad de visitantes en la Villa de Arróniz en fechas en las que tienen lugar eventos, tanto en la localidad como en los pueblos de alrededor, lo que provoca una gran demanda de alojamiento hotelero. Así mismo también contamos con nuestra ventaja competitiva de ofrecer servicios más completos y exclusivos que nuestros competidores, puesto que el resto de casas rurales de la zona únicamente ofrecen el alojamiento. Un atractivo que creemos que nos traerá más clientes a nuestro alojamiento son las actividades que ofrecemos para su disfrute durante el tiempo de ocio.

El primer año debido a la gran cantidad de inversión y el comienzo del negocio esperamos poca cantidad de beneficio, pero confiamos que a lo largo de los siguientes años, con forme nuestro hotel vaya cogiendo más popularidad y la posición que le corresponde dentro del mundo del turismo rural, obtengamos unos mayores beneficios

- Primer año

GASTOS ⁴⁴	GANANCIAS
Préstamo: 7.872	Alojamiento: 77.000
Salarios: 97.600	Servicio bar/restaurante: 50.500
Wifi, agua y luz: 7.920	Excursiones/ actividades: 500
Gastos en alimentación/bebidas: 10.000	
Seguro: 900	
Posibles gastos que puedan surgir: 2000	
TOTAL: 126.292	TOTAL: 128.000

Ganancia: 1.708€

⁴⁴ Datos proporcionados por el Hostal Villa de Lodosa

- Segundo año

GASTOS	GANANCIAS
Préstamo: 21.747,96	Alojamiento: 90.000
Salarios: 97.600	Servicio bar/restaurante: 70.500
Wifi, agua y luz: 7.920	Excursiones/ actividades: 600
Gastos en alimentación/bebidas: 12.000	
Seguro: 900	
Posibles gastos que puedan surgir: 2000	
TOTAL: 142.177,96	TOTAL: 161.100

Ganancia: 18.932,04€

- Tercer año

GASTOS	GANANCIAS
Préstamo: 21.747,96	Alojamiento: 105.000
Salarios: 97.600	Servicio bar/restaurante: 90.000
Wifi, agua y luz: 7.920	Excursiones/ actividades: 800
Gastos en alimentación/bebidas: 12.000	
Seguro: 900	
Posibles gastos que puedan surgir: 2000	
TOTAL: 142.177,96	TOTAL: 195.800

Ganancia: 53.622,04€

Es un cálculo aproximado de las ganancias que esperamos tener en los próximos tres años, en el caso de que el personal contratado inicialmente el primer año sea escaso, contrataremos a más personal para un mejor servicio y calidad de nuestro hotel rural.

Resumen ejecutivo

Presentación

Nuestro hotel rural "El muro" con domicilio en C/ Murillo nº 13 en el municipio de Arróniz (Navarra), es un pequeño hotel con estructura típica de la zona e inmerso en el pequeño pueblo, el cual pretende ofrecer los mejores servicios y calidad en cada uno de sus detalles, contando con un personal con experiencia en el sector y cuya principal tarea es la satisfacción de nuestros clientes.

Con un capital inicial de inversión de 350.000€ que por la limitación de la responsabilidad toma forma de Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Como principales directoras y gerentes, nos encontraremos Erika Mauleón y Julia Sesma, autoras de este trabajo, las cuales estamos recién graduadas en la carrera de Relaciones Laborales y Recursos Humanos por la Universidad de Zaragoza este último año 2017, y creemos que contamos con la suficiente preparación, pese a nuestra falta de experiencia de enfrentarnos a este reto, además de por nuestras ganas y nuestro espíritu emprendedor.

Resumen del plan de empresa

Tras un largo proceso de búsqueda y de investigación, nos pareció montar un hotel rural una de las mejores ideas dentro de las opciones que teníamos, gracias al gran tirón que está teniendo últimamente, aumentando el porcentaje de personas que decidía pasar sus vacaciones en lugares rurales, además de que disponíamos de dos grandes casas en diferentes municipios, Sesma y Arróniz, las cuales nos permitirían un ahorro bastante grande en la inversión que debíamos hacer.

En concreto en nuestro hotel queremos ofrecer unos servicios especiales, que vayan un poco más allá de lo que suele ser el turismo rural, normalmente las personas deciden irse a casas rurales donde deben hacerse la comida y mantener la limpieza de la casa, por ello nos pareció una buena opción ofrecer un espacio de paz y tranquilidad acompañado de todos los servicios propios de un hotel incluyendo la limpieza y desayunos, comidas y cenas de todos nuestros residentes, ya que el resto de las casas y albergues rurales que se encuentran cerca de la zona no ofrecían ningún servicio tan completo como el nuestro.

Por ello los servicios principales que queremos ofrecer son:

- Alojamiento
- Desayunos, comidas y cenas
- Wifi gratuito
- Aparcamiento gratuito
- Organización de excursiones y visitas guiadas por la zona
- Actividades rurales
- Servicio de limpieza

Analizando la competencia que tenemos en dicho sector del mercado, nuestros precios han sido puestos de tal forma que se ajusten a un precio justo del servicio que ofrecemos y que a su vez sean competitivos.

Lo que queremos es que los clientes se fijen antes en nuestro hotel por los servicios y calidad que ofrecemos que en otro de nuestros competidores, y por ello nuestra gran fijación por el marketing publicitario que queremos hacer de nuestro negocio. Debemos aprovechar cualquier oportunidad de promoción frente a nuestros posibles clientes, destacando por nuestra cercanía de trato con ellos y unos servicios completos e inmejorables, mediante nuestras redes sociales, página web, folletos publicitarios...

Con respecto a la organización y puesta de la empresa, ha sido, todo hay que reconocerlo tarea fácil gracias a la ley de emprendedores con el método D.U.E en uno de sus centros P.A.I.T ya que en tan solo 48 horas como máximo puedes tener todos los tramites hechos.

Sabemos que nuestra falta de experiencia en el sector hotelero es nuestro punto más débil, ya que no tenemos tanta preparación para afrontar posibles problemas o desavenencias que pudiesen surgir, pese a ello confiamos en nuestra formación adquirida durante estos cuatro años, la cual creemos que nos puede facilitar mucho la labor de dirección y gestión de nuestro negocio llevándonos a buen puerto.

Realmente la inversión que debemos hacer en dicho negocio es muy grande, y solo podremos conseguirla mediante el préstamo bancario ICO, el cual nos permitirá conseguir la reforma y mobiliario necesario para la apertura y puesta en marcha de nuestro negocio.

Después de revisar las cuentas y posibles previsiones nos hacen confiar y ser optimistas en pensar en incrementar, en un futuro, nuestro negocio del hotel rural "El muro" en Arróniz, reformando, porque no, la segunda de nuestras casas de la que disponemos en Sesma para otro de nuestros hoteles rurales.

Conclusión

Nos decidimos a realizar este Trabajo Final de Grado porque nos atrajo la idea de conocer el importante proceso de creación que tiene una empresa, y que mejor que hacerlo mediante esta oportunidad siendo nosotras mismas participes de la creación de algo nuestro desde el principio hasta el fin del proyecto.

Con la elaboración de este trabajo hemos podido comprobar la situación actual del mercado en el área de alojamientos rurales, la cual desconocíamos hasta ahora. La idea surgió a partir de la disponibilidad que teníamos de una vivienda propia deshabitada lo que nos permitiría un gran ahorro a la hora de enfrentar este proyecto.

Nuestro hotel rural "El muro" quiere ofrecer una gran cantidad y calidad de servicios más completos en todas y cada una de nuestras instalaciones, lo que le permita destacar, positivamente, con respecto a la competencia de alojamientos rurales con los que cuenta la zona.

Estamos en un buen momento para montar empresas, por el apoyo institucional al emprendimiento y al desarrollo de este sector en concreto con el aumento de las vacaciones en zonas rurales.

Por ello hemos querido demostrar cómo es rentable y viable el montar un hotel rural, pese a la gran paciencia e inversión que supone inicialmente introducirse en un mercado desconocido para nosotras, pero que se espera que tenga un retorno de la inversión lo más rápido posible.

Durante la elaboración del trabajo hemos aprendido a conseguir los datos necesarios en los que basar los resultados y ver la gran cantidad de información que hay que manejar para conseguir algún resultado y creo que gracias a ello consigues ver una perspectiva del Grado muy amplia y práctica.

Nos sentimos satisfechas con nuestro trabajo de investigación y elaboración después de ver el proyecto de creación completo, ya que gracias a nuestra motivación y empeño puesto diariamente podemos decir que el esfuerzo a merecido la pena, además del apoyo recibido por parte de nuestro tutor en la elaboración del mismo.

Trabajos citados

Normativa

Ley Orgánica 19/1982, de 10 de agosto. (1982). *Reintegración y mejoramiento del Regimen Foral de Navarra*. Comunidad Foral de Navarra.

Decreto Foral 48/1994, de 21 de febrero. (1994). *Ordenación de los establecimientos hoteleros de Navarra*. Comunidad Foral de Navarra.

Decreto Foral 243/1999, de 28 de junio. (1999). *regulación del alojamiento en casas rurales (Navarra)*. Comunidad Foral de Navarra.

Ley Foral 7/2003, de 14 de febrero. (2003). *Turismo de Navarra*. Comunidad Foral de Navarra.

Decreto Foral 146/2005, de 26 de diciembre. (30 de enero de 2006). *Decreto Foral 146/2005, de 26 de diciembre por el que se aprueba el reglamento de ordenación de los establecimientos hoteleros en la Comunidad Foral de Navarra*. Pamplona, Comunidad Foral de Navarra, España.

Ley 11/2013, de 26 de julio. (2013). *Medios de apoyo al emprendedor y de estímulos del crecimiento y de la creación del empleo*. España.

AEHN, ANAPEH, UGT, CCOO. (2015). *Convenio Colectivo para la Industria de Hostelería de Navarra 2015-2017*. Comunidad Foral de Navarra.

Sitios web

Arróniz. (2010). Obtenido de Datos de interés: <http://www.aroniz.org/web/>

ASETUR. (2017). Obtenido de Clasificaciones de Asetur: <http://www.ecoturismorural.com/index.php?accion=clasificaciones&actopc=3>

Escapada Rural. (2017). Obtenido de Casas rurales en Navarra: <https://www.escapadarural.com/casas-rurales/navarra>

Guiarte. (2017). Obtenido de Villa Romana de las Musas: <http://www.guiartenavarra.com/index.php?m=4&subm=25&id=6>

Instituto Nacional de Estadística. (2017). Recuperado el 2017, de Cifras INE: <http://www.ine.es/>

Navarra.es. (2017). Obtenido de Registro de turismo: http://www.navarra.es/home_es/servicios/ficha/4126/registro-de-turismo

Observatorio de turismo rural. (22 de mayo de 2017). Recuperado el 2017, de IV Congreso Europeo de Turismo Rural: relación de datos presentados: <http://www.escapadarural.com/observatorio/iv-congreso-europeo-de-turismo-rural-relacion-de-datos-presentados/>

Oficina de Turismo de Estella-Lizara. (2017). Obtenido de Qué ver y qué hacer: <http://www.turismo.navarra.es/esp/organice-viaje/recurso/oficinasdeturismo/3270/Oficina-de-Turismo-de-EstellaLizara.htm>

Red de información y orientación de Navarra. (2017). Obtenido de Servicio Navarro de Empleo: http://www.navarra.es/home_es/Temas/Empleo+y+Economia/Empleo/Empleo/Orientacion+Laboral/riion/home/Trabajar/AutoEmpleo/Guia+Emprendedor/tramites+puesta+en+marcha.htm

TusCasasRurales.com. (2017). Obtenido de Casas rurales en Navarra: <http://www.tuscasasrurales.com/casas-rurales-navarra.asp>

Wikipedia. (2017). Obtenido de Arróniz: <https://es.wikipedia.org/wiki/Arr%C3%B3niz>

Gómez, A. (junio de 2016). *Alejandrogomezblog.com.* Obtenido de Radiografía del turismo rural: <http://www.alejandrogomezblog.com/category/desarrollo-proyecto-hotel-resort-naturaleza/montar-un-hotel-rural/>

Informes

Canalis, X. (2017). *Radiografía del turismo rural en España, ¿un sector rentable?*

Clemente, H. G. (31 de enero de 2017). De dónde son, a dónde van y cómo viajan los turistas que inundan España. *El País.*

5 razones por las que es rentable emprender en turismo rural. (10 de marzo de 2015). *El Confidencial Digital.*

BBVA. (2017). *Previsiones económicas.*

Gobierno de España. (s.f.). *Presupuestos Generales del Estado 2017.*

García, J. (2016). *Barómetro del turismo rural en España.* ClubRural.

Libros

A., N. J. (2012). *Fundamentos de dirección estratégica de la empresa.*

Aguilar, F. J. (1967). *Análisis del entorno empresarial.*

Gobierno de Navarra. (1982). *Catálogo Monumental de Navarra II: Merindad de Estella.*

Grant, R. H. (1996). *Dirección estratégica. Conceptos técnicos y aplicaciones.*

Ministerio de Economía, Industria y competitividad. (s.f.). Obtenido de ICO empresas y emprendedores 2017: <https://www.ico.es/web/ico/ico-empresas-y-emprendedores>

Pérez-Crespo, J. C. (2013). *Estudio internacional sobre el turismo rural en España.*

Río, A. A. (2017). *Formación y Desarrollo. Los objetivos de la formación.*

Trindade, G. (06 de agosto de 2014). España triplica el número de casas rurales en 13 años. *Economía Digital.*

Osterwalder, A. e Pigneur, Y. (2010). "Generación de modelos de negocio."

Castro Abancens, I. y Rufino Rus J.I (2016) "Creación de empresas para emprendedores". Piramide