



Trabajo Fin de Grado

PLAN DE EMPRESA DE UNA CASA RURAL EN LA COMARCA DE CALATAYUD

Autor/es

Andrea Santed Luis

Director/es

Juan Miguel Báez Melián

Facultad de Economía y Empresa.

Curso 2017/2018

Resumen

El presente Trabajo de Fin de Grado tiene por objeto, el estudio de un plan de empresa para la rehabilitación de un inmueble para ser un alojamiento de turismo rural, en el municipio de Castejón de Alarba. Los servicios que ofertará en el mercado serán, alojamiento rural y servicios extra, unas actividades gestionadas por la propia empresa.

El estudio realizado nos ha servido para descubrir que tenemos muchos atractivos en la zona que debemos aprovechar, puesto que el turismo rural está en auge y disponemos de los medios para poder llevarlo a cabo.

Dentro de una perspectiva realista, estudiaremos la viabilidad del alojamiento de turismo rural de manera económica y financiera.

Palabras clave: turismo rural, casa rural, actividades, talleres, paquetes experiencias.

Abstract

The purpose of this Final Degree Project is to study a business plan for the rehabilitation of a property to be a rural tourism accommodation, in the municipality of Castejon de Alarba. The services that will be offered in the market will be, rural accommodation and extra services, some activities managed by the company itself.

The study has helped us to discover that we have many attractions in the area that we must take advantage of, since rural tourism is booming and we have the means to carry it out.

From a realistic perspective, we will study the viability of rural tourism accommodation in an economic and financial way.

Key words: rural tourism, rural house, activities, workshops, packages experiences.

INDICE GENERAL

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. ANÁLISIS DE SITUACIÓN.....	5
2.1. ANÁLISIS EXTERNO.....	5
2.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO.....	5
2.1.2. SITUACIÓN GEOGRÁFICA.....	10
2.1.3. ENTORNO CLIMÁTICO E HIDROGRÁFICO.....	10
2.1.4. OROGRAFÍA, FLORA Y FAUNA.....	11
2.1.5. ESPACIOS Y PARQUES NATURALES.....	12
2.1.6. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO.....	13
2.2. ANÁLISIS INTERNO.....	24
2.3. ANÁLISIS DAFO.....	25
3. ...DEFINICIÓN DEL PÚBLICO OBJETIVO.....	25
4. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS.....	26
5. PLAN DE MARKETING.....	27
5.1. DECISIONES SOBRE EL PRODUCTO.....	28
5.2. DECISIONES SOBRE EL PRECIO.....	31
5.3. DECISIONES SOBRE LA DISTRIBUCIÓN.....	34
5.4. DECISIONES DE COMUNICACIÓN.....	35
6. PLAN DE OPERACIONES.....	37
6.1. FUNCIONAMIENTO.....	37
6.2. SUBVENCIONES Y AYUDAS.....	38
6.3. PRECIOS Y PREVISIONES DE VENTAS	38
7. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO.....	39
7.1. PLAN DE INVERSIÓN Y FINANCIACIÓN.....	40
7.2. CIFRA DE INGRESOS PREVISTA PARA EL PRIMER AÑO.....	41
7.3. CIFRA DE GASTOS PREVISTA PARA EL PRIMER AÑO.....	41
8. CONCLUSIONES.....	42
9. BIBLIOGRAFÍA.....	

10. AXENOS.....

Anexo 1: Viajeros, pernoctaciones, estancia media, capacidad, grado de ocupación y personal en la modalidad casa rural por comunidades y ciudades autónomas (2017)

Anexo 2: Viajeros, pernoctaciones, estancia media, capacidad, grado de ocupación y personal en la modalidad casa rural por comunidades y ciudades autónomas (2016)

Anexo 3: Precios de los Alojamientos de la Competencia

Anexo 4: Planos Vivienda Rehabilitada

Tabla de contenido

Tabla 1. Elaboración propia. Consultas Oficinas de Turismo Aragón.....	9
Tabla 2. Elaboración propia: Precio Alojamientos de la Competencia	17
Tabla 3. Elaboración propia. Análisis DAFO	25
Tabla 4. Elaboración propia. Precios “El Capricho de Marga” por persona y noche	33
Tabla 5. Precios Habitaciones según el Número de Personas y de Noches.....	33
Tabla 6 Precio de las Actividades Desglosado y Precio Final	33
Tabla 7. Elaboración Propia. Precio Paquetes de Experiencias por Persona y Días.....	34
Tabla 8. Elaboración propia: Estructura de Ingresos.....	39
Tabla 9. Elaboración propia. Financiación Inversión Inicial	40
Tabla 10 Elaboración propia. Cuadro Amortización Préstamo.....	40
Tabla 11. Elaboración propia. Inversión Necesaria Inicial	41
Tabla 12. Estructura de Ingresos para el Primer Año.....	41
Tabla 13. Elaboración propia: Gastos Fijos Mensuales	41
Tabla 14 Elaboración propia: Previsión Gastos Primer Año.....	42

1. INTRODUCCIÓN

Este proyecto surge de la ilusión de una madre y sus hijas en tener una casa rural en un lugar único, para desconectar de la rutina diaria. Desde el 2017 la casa de mis abuelos paternos, en la que habíamos pasado largos veranos en nuestra niñez, pasa a ser de nuestra propiedad. Un pequeño pueblo que todavía conserva tradiciones como la de dejar la puerta abierta para que cualquier vecino pueda entrar, conservando la esencia de lo que es un pueblo.

Este proyecto lo queremos llevar a cabo la familia ya que somos conocedores y trabajadores de muchos de los gremios que se necesitan para poder emprender en negocio. Mi padre es albañil y cuenta con una pequeña empresa de construcción con la que realizaría las obras para la rehabilitación y mejora de toda la casa. Mi hermana tiene estudios superiores en Historia del Arte, además de talleres y cursos de restauración y artesanía, por lo que desempeñará muchas de las actividades que más adelante detallaremos. Mi novio tiene una empresa de autobuses con las que realizaremos muchos de los viajes para las experiencias previstas.

La idea del proyecto consiste en la puesta en marcha de una casa rural que ofrece servicio de alojamiento y actividades para completar la estancia, bajo la denominación, *Casa Rural El Capricho de Marga*, situada en un pueblo cercano a Calatayud. La casa está dividida en tres plantas y consta de cuatro habitaciones con baño excepto una, salón-comedor y cocina. También dispondrá de sala de eventos o reuniones, salón de juegos para niños y parking privado.

Queremos dirigirnos en mayor medida a un público familiar que quiera estar en contacto de la naturaleza. Como objetivo principal nos fijamos ser uno de los alojamientos rurales de referencia en la Comarca de Calatayud y, para verificarlo, a lo largo del plan desarrollaremos los objetivos específicos, además de un análisis de la situación, un plan de marketing, un plan de operaciones y un plan económico-financiero.

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT) el turismo rural se define como “*las actividades turísticas que se realizan en el espacio rural y que tienen como fin interactuar con la vida rural, conocer las tradiciones y la forma de vivir de la gente y los atractivos de la zona*”.

El turismo rural se está consolidando debido a los cambios en los hábitos de consumo, buscan entornos rurales para desconectar y practicar deportes de aventura. La demanda por parte de los turistas por realizar actividades o visitas guiadas está cogiendo cada vez más adeptos, ya no sólo buscan alojamientos, ahora se informan sobre la oferta turística que hay en la zona.

2. ANÁLISIS DE LA SITUACIÓN

El importante realizar un estudio de todos los factores que influyen o pueden influir a la empresa, es necesario para nuestra supervivencia conocer a nuestros competidores o saber los gustos de los consumidores o los cambios que se producen en el entorno que nos rodea.

2.1. ANÁLISIS EXTERNO

2.1.1. Análisis del Entorno

El objetivo del análisis del entorno general es identificar los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos, ecológicos y legales que puedan afectar en la evolución del negocio, en este caso dentro del turismo rural.

➤ FACTORES POLÍTICO-LEGALES:

El turismo rural rige sus competencias por Comunidades Autónomas, por lo que pueden existir variaciones entre ellas. Según la Cámara de Comercio de Zaragoza, la normativa básica que resulta de aplicación en Aragón donde se ubica nuestro negocio serían (Cámara Zaragoza, 2014):

- Decreto 69/1997 de 27 de mayo del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el Reglamento sobre ordenación y regulación de los alojamientos turísticos denominados Viviendas de Turismo Rural.
- Decreto 247/2008, de 23 de diciembre, del Gobierno de Aragón, de adaptación a diversos procedimientos administrativos.
- Decreto Legislativo 1/2013, de 2 de abril, del Gobierno de Aragón, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Turismo de Aragón.

- Decreto 193/1994 de 20 de septiembre de la Diputación General de Aragón, sobre régimen de precios, reservas y servicios complementarios en establecimientos de alojamiento turístico
- ORDEN VMV/1953/2016, de 7 de diciembre de 2016, del Consejero de Vertebración del Territorio, Movilidad y Vivienda, por la que se convocan subvenciones a fondo perdido con destino a empresas para actuaciones de infraestructura turística.
- Plan Aragonés de Estrategia Turística (PAET) con el objetivo de posicionar el turismo de experiencias a través de la gestión sostenible del destino y de excelencia durante el periodo 2016-2020. (Se basa en tres cuestiones claves: la sostenibilidad, la estrategia de océano azul y la coordinación y alineación con los planes estatales.)

Es importante que tengamos en cuenta este aspecto ya que el turismo rural obtiene ciertas ventajas en subvenciones del Gobierno de Aragón, para la cuales hay que cumplir una serie de requisitos.

➤ FACTORES ECONÓMICOS:

La crisis ha afectado a muchos sectores de la economía debido a la inestabilidad política que sufre el país, exceptuando el turismo que sigue en auge. La actividad turística se ha convertido es uno de los sectores de mayor tamaño y crecimiento en el mundo, siendo clave para la economía por los puestos de trabajo que origina, la creación de nuevas empresas o infraestructuras entre otros. Otro factor a tener en cuenta es el abaratamiento en los costes de transporte, motivo por el cual son cada vez más extranjeros los que nos visitan.

Según el informe realizado por Europa Press, Aragón ha registrado en 2017 las mejores cifras turísticas de su historia, haciéndolo un año histórico en el sector del turismo. El sector turístico también es importante por los puestos de trabajo que genera, en el 2017 se crearon un total de 56.154 empleos, llegando a representar el turismo el 10,1% de los empleos de Aragón (Europa Press, 7 de febrero de 2018).

Uno de los problemas que cada día más afecta a los propietarios de alojamientos rurales es la competencia desleal por parte de establecimientos que no cumplen con los permisos y requisitos necesarios.

➤ FACTORES SOCIALES:

Aragón es la primera comunidad entre todas las españolas que más incrementa entre las de turismo interior, y la segunda que más incrementa su número de turistas superada por Cantabria, según los datos del Instituto Nacional de Estadística (INE) y el Instituto Aragonés de Estadística (IAEST). El territorio aragonés fue visitado por un total de 3.671.254 viajeros, un 7,9% más respecto al año anterior. También es la que más ha crecido en número de pernoctaciones con 7.955.656, presentando un crecimiento del 7,56% lo que nos indica que casi dobla la media estatal (3,82%) (Instituto Aragonés de Estadística, 2017)

El 78% de los turistas que visitan Aragón son españoles con 2.882.906 de turistas estatales, procedentes de Cataluña, Aragón, Madrid, Comunidad Valenciana, País Vasco y Navarra. Son cada vez más los extranjeros que nos visitan, un total de 788.353 viajeros, el primero Francia, seguido de Reino Unido, China, Alemania, Países Bajos e Italia, siendo el total del número de pernoctaciones de extranjeros 1.637.840 en total.

La estancia media en todo Aragón fue de 2,17 días (1,9 en hoteles, 2,8 en viviendas de turismo rural y supera los 3 en campings, albergues y apartamentos turísticos). Los meses que registraron más viajeros son Julio y Agosto frente a Enero y Noviembre que son los que menos tuvieron.

Según la última Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos que realiza el INE sobre el conjunto de alojamientos turísticos colectivos españoles (hoteles, apartamentos, campings, alojamientos de turismo rural y albergues), en el conjunto de 2017 los viajeros fueron un total de 129.134.266 y las pernoctaciones superaron los 471 millones, con un aumento del 3,5% respecto al año anterior (Instituto Nacional de Estadística, 31 de enero de 2018).

Centrándonos en nuestro negocio analizaremos los alojamientos de turismo rural ubicados en Aragón, en la misma encuesta nos dice que durante el 2017 recibieron un total de 182.926 viajeros (total 4.023.983) y las pernoctaciones llegaron a 517.654 de un total de 10.982.085, por lo que crecieron un 10,7% en el año 2017.

Se estima que hay abiertos 1.187 alojamientos de turismo rural en Aragón de un total de 16.283 y ofrecieron de media 9.386 plazas (total 154.904). El grado de ocupación medio fue del 14,95% (siendo el total 19,2%, con un incremento del 6,6%). El grado de ocupación en fin de semana fue del 28,39% frente al total que se situó en el 33,5%, subiendo un 5,2%. La estancia media fue de 2,83 días.

Dentro de este tipo de alojamientos de turismo rural han creado la modalidad casa rural, los datos nos indican que de los 2.596.877 del total de viajeros, 146.701 se decantaron por Aragón como destino para sus vacaciones. Hay un total de 13.984 establecimientos estimados de los cuáles 945 se encuentran en el territorio aragonés, el número de sus pernoctaciones llegó a 399.040 de las 7.303.967 que se produjeron en todo el territorio nacional (Instituto Nacional de Estadística, 31 de enero de 2018) (Anexo 1).

La media de plazas ofrecidas fue de 7.393 de un total de 115.004 plazas y la estancia media fue de 2,72 días. El grado de ocupación medio llegó al 14,64% y el grado de ocupación en fin de semana se situó en el 28,29%, ambos están algo por debajo a la media español. Estos datos son positivos para Aragón, consiguiendo 1.066 nuevos puestos de trabajo de los 17.770 que se crearon.

Si comparamos el grado de ocupación con el 2016, se puede ver claramente el aumento en ambos, siendo el grado medio de ocupación en 2017 de 14,64%, y el anterior de 12,85%, lo mismo pasa con el grado de ocupación en fin de semana siendo en 2017 de 28,29% y el anterior de 24,63% (Instituto Nacional de Estadística, 31 de enero de 2017) (Anexo 2).

La tendencia hacia el turismo rural es notable siendo un punto a favor para el negocio. Empiezan a cambiar los hábitos de consumo de los turistas, además de los servicios de alojamiento y restauración, buscan una mayor oferta de actividades al aire libre, cultural o gastronómico entre otras. Durante el 2016 y 2017 la información más solicitada por parte de los viajeros según la Red de Oficinas de Turismo de Aragón, además de consultas sobre la propia localidad que visitan, también lo hacían sobre (Turismo de Aragón, 23 de enero de 2017).

Tabla 1. Elaboración propia. Consultas Oficinas de Turismo Aragón

2016	2017
<ul style="list-style-type: none"> - Patrimonio histórico artístico (37,89%) - Visitas guiadas (25'02%) - Senderismo (21'48%) - Patrimonio natural (8'16%) - Espacios naturales protegidos (7'55%) 	<ul style="list-style-type: none"> - Patrimonio y monumentos de la zona (17%) - Visitas guiadas existentes (17%) - Museos y centros de interpretación (11%) - Excursiones en la naturaleza, zonas de baño naturales (9%) - Rutas de senderismo (7%) - Red de Espacios Naturales Protegidos (6%)

Estos datos reflejan una nueva forma de viajar rodeados del entorno rural, en busca de hermosos lugares escondidos y que son desconocidos para muchos. El motivo se debe a que viven en las ciudades y son pocos los que tienen un pueblo donde poder ir a veranear. Por otro lado, Calatayud recibió 30.000 consultas acerca de sus valores patrimoniales e históricos en la oficina de turismo (Heraldo, 19 de marzo de 2018), estos datos son positivos para nuestro negocio ya que vemos que la gente se interesa por conocer nuevos lugares y sus culturas

➤ FACTORES TECNOLÓGICOS:

Internet y las nuevas tecnologías se han convertido en herramientas indispensables para cualquier empresa. Durante el 2016 se destaca el incremento del 42,4% más de búsquedas por Internet de alojamientos rurales respecto al año anterior. Siendo lo más buscado por los viajeros la admisión de mascotas en alojamientos rurales, seguida de piscina y barbacoa, jardines, chimenea y jacuzzi (Escapada Rural, 18 de abril de 2016).

Las redes sociales se han convertido en imprescindibles para el sector del turismo porque son muchos los viajeros que buscan información y opiniones sobre un producto o servicio. Siendo el índice de recomendación del turista rural que elige Aragón de un 37,48%, lo que nos indica que hay un elevado nivel de satisfacción y probabilidad de recomendación por parte del viajero. Además para la elección del destino de vacaciones se guían por las recomendaciones de los amigos y para el alojamiento la hacen en base a la opinión de otros viajeros y las sugerencias de los amigos. (Escapada Rural, 18 de abril de 2016).

Por otro lado, los viajeros encuestados a través de www.escapadarural.com para las reservas del alojamiento, un 39% prefiere hacerlo online, un 35,2% lo hace por teléfono lo hace y un 25,8% lo hace vía mail.

➤ FACTORES ECOLÓGICOS:

El cambio climático está agravándose cada día más debido a la alta contaminación de empresas e individuos en el medio ambiente. La gente está cada vez más concienciada y está empezando a sensibilizarse, surgiendo nuevos hábitos beneficiosos para el ecosistema.

Es importante inculcar unos valores a los turistas sobre la protección y la conservación de la naturaleza, en ocasiones la llegada de numerosos turistas tiene consecuencias negativas por el uso indebido. Por otro lado son necesarias para el sector las labores de repoblación y limpieza de montes, para prevenir que un incendio se extienda en caso de que lo hubiese, en épocas más calurosas. El observatorio de turismo rural nos dice que *“el 33% de los viajeros afirman que conocer la naturaleza de manera responsable es un aspecto prioritario para escoger destino”* (Escapada Rural, 31 de enero de 2018).

En nuestro caso deberemos cumplir con el reglamento y protocolos de actuación ante residuos, contaminación atmosférica y acústica. Además existen certificaciones ecológicas para las empresas, que garantizan a los clientes el compromiso con el medio ambiente y la seguridad de los mismos.

2.1.2. SITUACIÓN GEOGRÁFICA

Castejón de Alarba es un pequeño municipio que pertenece a la Comarca Comunidad de Calatayud, y se encuentra a una distancia de 105 kilómetros de Zaragoza. Situado al pie de la Sierra de Pardos, por el norte limita con Olvés, por el sur con Acered, por el este Alarba y Abanto y por el oeste con Monterde. Su población es de 87 habitantes de los 20.173 habitantes que forman el censo de la Comarca de Calatayud de este año (INE, 2017). Tiene una superficie de 17,6 Km² y una altitud de 916 metros y su temperatura media anual es de 11,7º(Wikipedia, 23 de junio de 2018).

La comunicación es por carretera a los pueblos de alrededor aunque la Autovía A2 está a unos 20 km. Se accede por la carretera N-234 tomando un desvío en la A-2507 a la altura de Morata de Jiloca.

2.1.3. ENTORNO CLIMÁTICO E HIDROGRÁFICO

El clima en Calatayud es mediterráneo continentalizado, por lo que los inviernos son largos, fríos y ventosos, y los veranos son cortos y más calurosos. La temperatura media anual oscila entre los 12º y 14º, con grandes diferencias entre la noche y el día. La

temperatura durante el transcurso del año varía de 2° a 31°C y rara vez baja a menos de -3° o sube a más de 36°C (Weather Spark, 31 de diciembre de 2016).

El río que pasa por el término municipal es el Jalón y sus afluentes son el Jiloca, el Perejiles y el Ribota. También tenemos muy cerca el pantano de la Tranquera y los ríos Mesa y Piedra que son los dos ríos que lo abastecen y que en ambas riberas podemos disfrutar de innumerables parajes, caminos y sendas.

2.1.4. OROGRAFÍA, FLORA Y FAUNA

La Comarca Comunidad de Calatayud está situada en el corazón del Sistema Ibérico, entre las provincias de Guadalajara, Soria y Teruel y las Comarcas de Cariñena y Daroca. Se sitúa en torno al río Jalón y sus afluentes.

En la Comunidad de Calatayud nos podemos encontrar con diversos y diferentes ecosistemas. Por un lado, en la sierras, podemos encontrarnos alcornoques, pinos, encinas, sabinas y carrascas. Abundan los barrancos, cortados y terrenos escarpados que la erosión y otros factores naturales han ido modelando con el paso del tiempo (Aula Naturaleza Calatayud, s.f.).

La comarca cuenta con numerosos lugares de interés, así como, las Hoces del Jalón y del Mesa y sus riberas, las Sierras de Vicort, de Pardos y de Nava Alta o las Muelas de Jiloca. Muy ricas todas ellas en flora y fauna.

La flora es variada y abundante y cuenta con especies como los alcornoques, tejos, acebos y algunas orquídeas únicas en territorio aragonés. En estas sierras viven una gran variedad de animales y muy variados, así como, ciervos, jabalíes, corzos, o algunos otros de menor tamaño como pueden ser los gatos y cabras montesas, liebres y conejos. En sus ríos podemos encontrarnos diferentes tipos de trucha, carpas, barbos, etc. En los cielos predominan las aves rapaces, así como, águilas, buitres o búhos y alimoches. Y en menor cantidad patos silvestres, perdices o codornices (Aula 21 Calatayud, s.f.).

Respecto al **paraje natural que rodea el municipio** de Castejón de Alarba, es una zona de secano y la agricultura es la forma de supervivencia para la mayoría de los habitantes en edad de trabajar, sus cultivos se centran en: almendros, cerezos, viñedos, cereales, manzanos y nogales.

2.1.5. ESPACIOS Y PARQUES NATURALES

El **Parque Natural del Monasterio de Piedra** se encuentra en Nuévalos, es el lugar que más turistas recibe de la comarca atraída por su belleza. Un formidable recorrido donde se cruzan cascadas, grutas y lagos con una asombrosa variedad de flora y fauna. Dependiendo de la época del año se realizan exhibiciones de vuelo de aves rapaces. (Monasterio de Piedra, 2018). Es un valor añadido para nuestro negocio ya que nos encontramos a 24 kilómetros cogiendo la carretera dirección Munébrega.

El **Embalse de la Tranquera** también se encuentra en el término municipal de Nuévalos y a unos 2 km del Monasterio de Piedra, fue construido en 1959 para abastecer de agua a toda la comarca de Calatayud. Un lugar perfecto para la práctica de deportes acuáticos y la pesca, donde podrá encontrar especies como la trucha común, la trucha arco iris, la carpa y el black bass. Dependiendo la época del año también podemos encontrar garzas, cormoranes y anátidas. (Ayuntamiento de Calatayud, 2018)

Las **Hoces del río Mesa** es un espacio protegido declarado Espacio de Interés Turístico de Aragón. Entre Jaraba y Calmarza abundan numerosas aves rapaces, desde el **Mirador Ornitológico Hoces del Mesa** podemos observar: el buitre leonado, el búho real, el alimoche y el águila real. Esto les ha permitido estar en la Red Natura 2000.

El **Turismo Ornitológico en las Hoces del Jalón** se inicia en Huérmeda hasta la localidad de Morata de Jalón. Cuenta con importantes poblaciones de aves rapaces como los buitres leonados, los halcones peregrinos, los búhos reales, los alimoches y varios tipos de águilas. Está declarada **Zona de Especial Protección para las Aves (Z.E.P.A)**. Los buitres destacan por ser más de un centenar (A.D.R.I. Calatayud-Aranda, 2018).

Entre las provincias de Zaragoza y Teruel encontramos la **Reserva Natural de la Laguna de Gallocanta**, lugar que acoge a miles de aves durante sus viajes migratorios y en especial los bandos de grullas. Cuenta con los reconocimientos de **Reserva Natural y de Humedal de Importancia Internacional (Convenio Ramsar)**. Es la mayor laguna de agua salada de la Península Ibérica y a su vez la mejor conservada de Europa (Red Natural de Aragón, 2018).

2.1.6. CARACTERÍSTICAS DEL MERCADO

En este punto vamos a realizar distintos análisis para conocer la demanda de posibles clientes potenciales y también la competencia que afectará a nuestro negocio.

La tendencia del turismo rural está produciendo cambios que llevan a la búsqueda de nuevas alternativas al típico turismo de sol y playa. Las motivaciones se deben a varios factores como puede ser el desconectar de la rutina diaria, buscando nuevos lugares alejados de las zonas masificadas por el turismo. Aragón cuenta con diversos parques y reservas naturales, montañas, senderos y ríos para poder realizar actividades deportivas al aire libre.

2.1.6.1. Análisis de la Demanda

Según los datos extraídos del informe sobre el turismo rural aragonés realizado por el Observatorio del Turismo Rural junto a www.escapadarural.com, podemos saber cómo es el perfil y los hábitos de consumo del viajero que elige Aragón como destino para sus vacaciones (Escapada Rural, 18 de abril de 2016).

Los turistas que visitan Aragón son mayoritariamente nacionales (97,2%) y provienen de zonas limítrofes, principalmente de Cataluña, Aragón, Madrid, Comunidad Valenciana y el País Vasco. La mayoría de ellos realizan entre 2 y 3 escapadas al año.

La edad media del viajero es 42 años y le gusta viajar en familia (43,2%), siendo la época estival la preferida para visitar Aragón con un 74,6% de los viajeros, aunque la mayoría disfruta de sus escapadas rurales durante los fines de semana y los puentes. Prefieren para su estancia el alojamiento completo (69,6%) frente al de por habitaciones (30,4%), siendo el gasto medio en el alojamiento está entre 20 y 29 euros y en las comidas y actividades menos de 20 euros.

El perfil del viajero del turismo rural aragonés busca la práctica de deporte, superando en 7 puntos al resto de destinos nacionales. El 87% de ellos busca en internet rutas y excursiones. La motivación principal por la que viajan a Aragón es por el contacto con la naturaleza (84,1%) y en segunda posición el relax y la desconexión.

El 60,5% de los viajeros prefiere desconectar, aunque hay un 21% que considera imprescindible una buena cobertura telefónica y un 18,5% que haya conexión a la red.

Los factores decisivos más valorados por los clientes son el precio, las fotos del establecimiento y las opiniones, los cuales condicionarán la reserva.

De los turistas que visitan el territorio aragonés el 73,8% no ha repetido alojamiento en los últimos 2 años. De ellos, el 96,6% no lo hace porque les gusta cambiar su destino. Y si lo hacen se debe a sus instalaciones, siendo las del relax las más valoradas (42%).

Para el viajero que visita Aragón lo más importante es el paisaje o el entorno (70,7%) y la limpieza del alojamiento rural (65,2%), pero destaca por ser el que más valora que haya instalaciones que permitan mascotas con un 15% en el alojamiento, superando en 4 puntos porcentuales la media nacional (11,4%). Lo menos relevante sería el wifi, la granja de animales y servicio de comidas.

2.1.6.2. Análisis de la Competencia

La Comarca de Calatayud cuenta con diversas formas de hospedaje como hoteles, hostales, hospederías, albergues, camping y zona de caravanas. En este trabajo nos centraremos en las casas rurales más cercanas a nuestro negocio ya que en el municipio no existe ninguna, siendo pioneros en Castejón de Alarba.

Nuestros competidores más directos en cuanto a la oferta de casas rurales se encuentran en Munébrega a unos 10 kilómetros, un municipio de 410 habitantes (INE, 2016) que cuenta con un total 8 alojamientos de turismo rural. Analizada la competencia, sólo consideramos los siguientes alojamientos:

➤ CASA RURAL MUNDÓBRIGA:

Casona de 900 metros formada por dos apartamentos y dos suites, con capacidad para un total de 23 personas. Tiene dos apartamentos, el primero cuenta con dos dormitorios para 4 personas con un máximo de 8 y un salón, cocina y baño por 150€ y el segundo tiene dos dormitorios con cama de matrimonio y dos camas individuales, con capacidad para 7 personas por 180€ más la posibilidad de añadir una cama supletoria por 20€ la noche. Tiene dos suites, la primera cuenta con un dormitorio y baño privado por dos personas por 80€ y la segunda tiene un dormitorio con jacuzzi, salón, cocina y baño, como valor añadido en la habitación destacamos el mirador de estrellas y la chimenea, por 120€ para dos personas. Entre sus servicios destacamos la piscina, el jardín y la sala de juegos con billar. La estancia mínima será de dos noches y en puentes será de tres. Realiza ofertas para días de entre semana, paga 2 y disfruta 3 noches, paga 3 y alójate 5 noches y

también para largas estancias un 20% adicional, para evitar la estacionalidad. El precio medio por persona y noche ronda entre 20 y 29€. El alquiler completo dos noches para 12 personas tiene un precio de 995€, el desayuno no está incluido. Cuentan con una página web completa en la que pueden encontrar fotografías del establecimiento, datos de contacto o servicio de reservas. Está actualizada y muestra una imagen cuidada, también se anuncia en los principales portales de reservas de turismo rural, siendo de las mejores valoradas en la mayoría de páginas. (Casa Rural Mundobriga, 2018)

➤ CASA RURAL RUTA DEL AGUA

Antigua casa de labranza del siglo XIX y de estilo rústico, distribuida en cuatro dormitorios. Cuenta con una habitación doble, una habitación triple, dos habitaciones de matrimonio, dos camas supletorias y dos baños, siendo su capacidad máxima para 11 personas. El precio medio por persona y noche son 18€ y durante el fin de semana la noche son 150€, las personas adicionales en cama supletoria por 12€ al día, todo ello en régimen de sólo alojamiento. Admite animales. No tiene página web propia pero sí está en los principales motores de búsqueda rural. En la actualidad tiene todos los fines de semana de verano reservados y muchos días entre semana, vemos que es un fuerte competidor y las opiniones de sus clientes son muy buenas hacia el negocio e incluso lo recomiendan a otros viajeros.

➤ CASA RURAL SOL Y LUNA (PEDRO JOSÉ Y ANA MARÍA).

Una casa de labranza convertida en la actualidad en dos apartamentos con cinco habitaciones dobles de matrimonio y dos habitaciones dobles, pudiendo ser el alquiler íntegro o por habitaciones, con capacidad máxima para 18). El primer apartamento sería para 9 personas y sus precios varían según la estancia, para el fin de semana por un día son 160€ y para más de un día son 140€ la noche, entre semana excepto festivos son 120€ la noche y una semana por 600€. El segundo tiene capacidad para 7 personas y está adaptado para minusválidos. Los precios para el fin de semana por un día serán 120€ y para más de un día 105€ la noche, entre semana excepto festivos son 90€ la noche y una semana por 500€. Entre sus instalaciones tienen un restaurante abierto al público en general, wifi, admite mascotas, bodega, barbacoa y zona de aparcamiento. El precio medio por persona y noche es inferior a 20€, la cama supletoria es de 12€ al día. Tiene página web donde enseña y describe todo lo que hace, además se encuentra en

varias páginas y redes sociales más demandadas por lo que la pueden encontrar con facilidad (Casa Rural Sol y Luna, 2016).

➤ **CASA RURAL PERIQUINA**

Se alquila completa para un mínimo de 6 a 8 personas, cuenta con tres habitaciones dobles con posibilidad de camas supletorias, salón-comedor, cocina, dos baños, terraza exterior e interior y zona de aparcamiento. Entre sus servicios destaca un restaurante abierto a todo el público, la chimenea, el kit de paella, la barbacoa de carbón y la terraza chill out. Además bajo consulta admite mascotas. El precio medio por persona y noche entre semana es de 17€ excepto festivos y en fin de semana son 19€. Tiene su propia página web muy moderna y actualizada y también tiene perfil en Facebook (Casa Rural Periquina, 2018).

➤ **CASA RURAL ALMA MUDÉJAR**

Antigua casa rehabilitada y equipada con tres dormitorios que dan capacidad para 9 personas. Cuenta con una piscina y admite animales. No tiene página web pero se anuncia en portales como Booking.com.

➤ **CASA RURAL BODEGA DE LOS LOBERA**

Casa Señorial rehabilitada ocupada por “Los Lobera”, familia muy importante en la Reconquista. El precio por noche de la suite para dos personas es de 50€, una habitación doble con baño para tres por 75€ y una familiar con baño privado para cuatro por 75€. El precio medio por persona y noche es de 24 euros. Entre sus servicios destaca una gran bodega donde se pueden celebrar eventos. Tiene página web propia y perfiles en redes sociales (Casa Rural Bodega de los Lobera, 2017).

➤ **HOTEL RURAL LA CASONA DEL SOLANAR**

Con más de cinco siglos de antigüedad y restaurada en 2005, consiguió el Galardón al Mérito Turístico en 2009. Dentro de los más de 1.000 metros que ocupan sus instalaciones, encontramos un total de siete habitaciones con capacidad máxima para 22 personas. Tiene dos habitaciones dobles con baño para tres personas con cama de matrimonio y una supletoria por un precio medio por persona y noche de unos 47€. Una de las habitaciones está habilitada para personas de movilidad reducida con todas las necesidades. Entre sus servicios un restaurante de comida tradicional, servicio de recogida AVE Calatayud, una bodega, amplios salones y jardín. Dispone de página web

propia muy actualizada. Los precios por noche para dos personas con desayuno incluido en estancia mínima de dos noches, en habitación doble por 95€, en habitación doble superior por 105€ y en las suites por 140€. Los precios para las camas supletorias para la habitación individual es de 20€ y para la doble de 35€. El menú de fin de semana con IVA incluido es de 25€ (Casona del Solanar, 2018).

➤ El Centro de Ocio “La Zarandilla”

Está formado por un albergue municipal y un albergue juvenil, dirigido a todo el público pero en general a los jóvenes, en verano realizan colonias y campamentos. El primero es una antigua casa de campo rehabilitada, repartida en tres plantas con 32 literas y un sofá-cama. La reserva del albergue es completa, incluye colchón y almohada, las sábanas se pueden alquilar por 2,5€. La limpieza puede ser realizada por los clientes o bien el albergue pagando un suplemento de 200€. Por último, existe la posibilidad de pensión media y completa para grupos de más de 25 personas. El segundo es de nueva construcción, dispone de 76 plazas y una amplia sala de actividades. Anexo a él se encuentra el Centro de Interpretación de la Naturaleza, donde se explica la flora y la fauna de la Comarca (La Zarandilla, 2018).

Tabla 2. Elaboración propia: Precio Alojamientos de la Competencia

ALOJAMIENTOS RURALES	Precio medio persona y noche	Habitación DOBLE (2 personas)		Habitación TRIPLE (3 personas)		ALQUILER COMPLETO	
		1 NOCHE	2 NOCHES	1 NOCHE	2 NOCHES	1 NOCHE	2 NOCHES
CR MUNDOBRIGA (19+4S=23) APARTAMENTOS (x2)(8+7+2S) SUITES (x2)	25-27€ 40-60€	-	50-54€ 80-120€	-	90-94€ 120-160€	-	12 personas por 995€
CR DEL AGUA (9+2S=11)	18€	80€	160€	150€	300€	150€	300€
CR SOL Y LUNA (9+7+2S=18) APARTAMENTO (x9) FINDE SEMANA excepto festivos APARTAMENTO (x7) FINDE SEMANA excepto festivos	18€	160€ 90€	210€ 180€	172€ 102€	280€ 204€		
CR PERIQUINA (x8 + 2S) (mínimo 6 personas)	17-19€	-	228€	-	228€	-	228€
CR ALMA MUDÉJAR (x9)	40€	80€	160€	80€	160€	x5: 100€ x6: 120€ x7: 140€ x8: 150€ x9: 160€	x5: 200€ x6: 240€ x7: 280€ x8: 300€ x9: 320€
CR BODEGA DE LOS LOBERA	25€	50€	100€	75€	150€	-	-
HR LA CASONA DEL SOLANAR	47€	-	210€	-	280€	-	-
“LA ZARANDILLA” (x32)	-	-	-	-	-	200€	400€

En la tabla podemos observar que nuestra competencia directa hace un total de 8 alojamientos rurales en el municipio de Munébrega, repartidos en seis casas rurales, un hotel rural y dos albergues. Los motivos de esta concentración de casas rurales se deben a su origen familiar y la otra es por su ubicación estratégica a escasos 12 kilómetros del Parque Natural del Monasterio de Piedra, punto de reclamo para la mayoría de turistas que visitan la zona.

Tienen en común que entre sus **productos/servicios** todas las casas rurales excepto una alquilan la casa completa, siendo la capacidad media entre 8 y 15 personas. Por el lado de los **precios** vemos que en tres de ellas no ofrecen alojamiento para una noche, siendo la estancia mínima de dos. En cuanto a la **distribución** la mayoría utilizan el canal directo ya que ellas mismas funcionan como su propia fuerza de ventas utilizando su propia página web además de buscadores especializados en turismo rural. La **comunicación** que utilizan todas es a través del marketing directo, aunque unas más que otras ya que se crean sus propias páginas web y perfiles en redes sociales para atraer a un mayor número de clientes. Todas están en portales especializados de reservas en turismo rural ya que si no lo hicieran sería más difícil contactar con ellos al carecer de visibilidad frente a las demás

En cuanto a gastronomía del municipio, hay tres establecimientos que sirven menús del día y platos típicos de la zona: el “Bar Lozano”, el “Hotel Rural La Casona del Solanar” y el “Bar Restaurante Torres”. En cuanto a los servicios básicos disponen de farmacia, tiendas de alimentación, bares, instalaciones municipales, cooperativa del vino o gasolineras. Por último, un Parque Multiaventura donde poder practicar paintball, piragüismo o tiro con arco, bajo reserva (Ayuntamiento de Munébrega, 2016).

Además existen **otros competidores** en los pueblos colindantes con una amplia oferta de alojamientos turísticos, siendo el motivo de reclamo el Monasterio de Piedra y el embalse de la Tranquera en Nuévalos. Por motivos de extensión del trabajo sólo vamos a nombrar los más cercanos al negocio y vamos a comparar sus precios a través de la página web de www.escapadarural.com.

En Nuévalos se concentra un gran número de hoteles debido a su atractivo paisajístico y cultural, con un total de cinco alojamientos donde los precios rondan desde los 30 a los 70 euros por persona y noche. La Vilueña se encuentra a escasos kilómetros de nuestro

negocio donde encontramos dos casas rurales donde los precios rondan entre los 20 y los 35€ por persona y noche. En Carenas, encontramos tres tipos de alojamientos diferentes donde los precios rondan entre los 30 y 32€ por persona y noche. En Olvés hay una casa rural y su precio medio en habitación doble por dos noches es de 272€ con desayuno incluido y en Villafeliche hay una Casa Rural que ronda los 20€ por persona y noche (Escapada Rural, 2018).

Analizada nuestra futura competencia situada en Munébrega, comprobamos que ofrecen una oferta similar a la nuestra a lo que alojamiento rural se refiere, siendo los precios similares entre ellas. Como **puntos fuertes** podemos destacar las actividades que vamos a desarrollar desde la empresa y los paquetes de experiencias. Como **punto débil** encontramos la alta presencia en internet de los competidores, la mayoría de ellas cuentan con página web propia y perfiles en redes sociales como Facebook en pleno funcionamiento.

2.1.6.3. Análisis de la Oferta Turística en Calatayud

Castejón de Alarba es uno de los 67 municipios que pertenece a la Comarca Comunidad de Calatayud. El término municipal de Calatayud tiene una superficie de 154.2 km², residen en la capital aproximadamente 19.724 habitantes y se les conoce por el gentilicio de bilbilitanos (Turismo de Zaragoza, 2016).

A nivel nacional tiene una buena posición estratégica, siendo la principal vía de comunicación la autovía A-2 dirección Madrid-Barcelona o bien en tren, con trayectos de media distancia o el AVE Madrid-Barcelona. También existe la opción de viajar en autobús a través de dos empresas diferentes, Automóviles Zaragoza que realiza la línea regular Calatayud-Zaragoza y viceversa, diferentes expediciones durante el día que pueden consultarse en su página web. ALSA realiza la línea Madrid-Barcelona con parada de descanso en la Estación de Autobuses de Calatayud, la venta de billetes es a través de su página web. A unos 85 kilómetros se sitúa Zaragoza que cuenta con un aeropuerto internacional.

La Comarca de Calatayud tiene una gran riqueza patrimonial y paisajística, es un valor añadido con el que cuenta el negocio ya que atraerá a distintos públicos tanto a nivel cultural como de ocio (Departamento de Turismo del Ayuntamiento de Calatayud,

2012). A continuación hablaremos de lo más importante y característico de la zona (MILLAN.J, s.f).

➤ TURISMO CULTURAL:

El **yacimiento de Bilbilis** se encuentra a unos 6 kilómetros de Calatayud y son los restos de la antigua ciudad celtíbero-romana que cuenta con foro, termas y teatro. Destaca su lugar estratégico donde se controlaban todos los accesos. Desde 1917 y hasta la actualidad se siguen realizando trabajos de excavación cada verano, todos los restos encontrados hasta la fecha pueden verse expuestos en el Museo de Calatayud.

Calatayud es una ciudad fundada por los romanos y muy defendida por los árabes. En los siglos VIII y IX los musulmanes construyeron el **Conjunto Fortificado Islámico de Calatayud**, formado por cinco castillos unidos mediante largos tramos de muralla y torreones: el castillo Mayor o de Ayyub, el castillo de la Peña, el castillo Real o del Reloj, el castillo de Doña Martina y por último el castillo de la Torre Mocha.

El **Casco Histórico de Calatayud** es muy amplio y variado, la **Puerta de Terrer** es una de las entradas a la antigua ciudad amurallada del siglo XVI, ahora alberga la sede del Centro de Estudios Bilbilitanos. A pocos metros esta la **fuente de Ocho Caños** del siglo XVI que fue construida para atraer las aguas al municipio.

La **Plaza de España** es de origen medieval y en origen fue el zoco, núcleo mercantil musulmán. Con sucesivas modificaciones, en la actualidad la componen viviendas y pequeños comercios, donde destacamos la Antigua Casa Consistorial del siglo XVI.

El **Mesón de la Dolores** es un edificio histórico del siglo XV que en origen fue un palacio renacentista. En la actualidad es una hospedería de categoría tres estrellas y su nombre se debe a María de los Dolores Peinador Narvión, que consiguió ser un mito popular por sus coplas. La obra más conocida es el romance que compuso José Feliú y Codina para teatro, el cual oyó cantar a un mendigo. Son muchas las versiones pero todas tienen como tema central “La Dolores”.

En 2001 la Comarca de Calatayud fue declarada Patrimonio de la Humanidad por la Unesco por su Arte Mudéjar, que se caracteriza por la utilización de yeso y ladrillo con decoraciones geométricas en sus muros en cerámica y ladrillo. Otros ejemplos se

encuentran en Aniñón, en Cervera de la Cañada, en Ateca, en Terrer, en Maluenda, en Morata de Jiloca o en Tobed.

Por otro lado los interesados en el turismo religioso, pueden encontrar en Calatayud lugares de interés como en el Santuario de la Virgen de la Peña, las Colegiatas del Santo Sepulcro y la de Santa María la Mayor, declarada Monumento Nacional en 1984. Las iglesias de San Juan el Real, San Pedro de los Francos, San Andrés y San Benito. Los Conventos, el de las Carmelitas y el de San Benito. Las ermitas de San Roque y de Nuestra Señora de Consolación. Y por último, las sinagogas mayor y menor.

➤ MUSEOS:

El **Museo de Calatayud** se inauguró en el año 2007 y ocupa el antiguo Convento de las Carmelitas en la Plaza Santa Teresa y expone elementos arqueológicos hallados en las excavaciones de Bilbilis. El edificio obtuvo tres premios por su arquitectura haciéndolo accesible y sin barreras. La entrada es gratuita.

El **Museo de la Dolores** se ubica en las antiguas caballerizas del Mesón de la Dolores, lugar para conocer la historia que convirtió a este personaje en leyenda. En la bodega del mesón se encuentra un **Centro de Interpretación del Vino de la DO Calatayud**, un lugar donde poder conocer su cultivo y elaboración. El precio es de 2€ por persona y los niños gratis.

El **Museo del Vino D.O.P. Calatayud** se inauguró en 1998 y está ubicado en las inmediaciones del Monasterio de Piedra, muestra la historia del vino en Calatayud la cual se remonta a la época celtíbero-romana.

El **Museo de la Colegiata Santa María** se inauguró en el 2006 y alberga todo tipo de patrimonios mueble, además de ornamentos litúrgicos y una importante colección de platería. El precio es 2€ por persona y niños gratis, los sábados de 11 a 13:30 horas.

➤ FIESTAS Y FERIAS:

Calatayud tiene dos grandes celebraciones, sus fiestas patronales en **Honor a la Virgen de la Peña** en torno al 8 de Septiembre que cuenta con la Feria de Muestras Anual. Y las **Fiestas de San Roque** a mediados del mes de Agosto con un total de 10 peñas, declaradas fiestas de Interés Turístico.

Las **Alfonsadas** son una recreación histórica medieval de la Reconquista de Calatayud por el rey aragonés Alfonso I "El Batallador" en el año 1120. Se celebran sobre el tercer fin de semana de junio y sus jaimas se sitúan en el casco histórico y alrededores, fiesta que año tras año atrae a más turistas.

TapeanDO: Feria del Vino y de la Tapa. El Ayuntamiento de Calatayud junto al Consejo Regulador de la DO Calatayud, organizan una feria gastronómica anual en la que se pueden degustar platos bilbilitanos y vinos de la zona a precio reducido, las tapas son elaboradas por establecimientos de la ciudad acompañadas con un vino de la Denominación de Origen Calatayud.

➤ VINO Y GASTRONOMÍA:

Calatayud es una de las zonas vitivinícolas de mayor altitud de España, cuenta con viñedos centenarios con climatologías extremas, que hacen un vino de excelente calidad y marcada personalidad.

La **Denominación de Origen de Calatayud** está formada por 5 bodegas repartidas por diferentes municipios. Las Bodegas Castillo de Maluenda (Maluenda), las Bodegas Esteban Castejón (Ibdes), las Bodegas Langa (Calatayud), las Bodegas San Alejandro (Miedes) y las Bodegas Virgen de la Sierra (Villarroya de la Sierra). La variedad predominante de uva en la DO Calatayud es la Garnacha tinta. Todas ellas realizan visitas guiadas para conocer sus bodegas y viñedos, con explicaciones de los procesos de elaboración del vino, catas y degustaciones (*Denominación Origen Calatayud, 2015*)

La gastronomía es muy amplia y variada, algunos platos típicos son los garbanzos con congrio o el ternasco de Aragón. El **congrio seco** llegó a Calatayud gracias al contacto con los marinos gallegos a cambio de las famosas sogas de cáñamo. Otro producto local a destacar son los "**fardeles**", producto artesano a base de hígado de cerdo. Entre las verduras y hortalizas está la **borraja**, desconocida en la mayor parte de España.

➤ BALNEARIOS:

En la zona hay una gran oferta de **balnearios** en localidades muy cercanas, un total de seis repartidos en tres municipios: Paracuellos de Jiloca, Alhama de Aragón y Jaraba. Sus aguas termales son un atractivo turístico que atrae a muchos visitantes.

- El **Balneario de Paracuellos de Jiloca** se inauguró en 2008 y es una de las mayores zonas termales de agua sulfurada de Europa. Está recomendado para temas de la piel por su composición sulfurosa, motivo que le hace tener ese olor tan característico.
- El **Balneario Termas de Pallarés** se encuentra en Alhama de Aragón y es poseedor de un espectacular lago natural con aguas mineromedicinales, abierto en cualquier época del año por estar a 32º. Dentro de sus instalaciones cuenta con dos hoteles, el Parque Termas de Pallarés y el Gran Hotel Cascada, que ofrecen paquetes de vacaciones desde su página web.
- El **Hotel Balneario Alhama de Aragón** cuenta con la riqueza mineral de aguas termales. Tiene la característica de que se puede ver nacer el agua de la tierra dentro de sus instalaciones.
- El **Balneario de la Virgen**, el **Balneario Serón** y el **Balneario Sicilia** están en el municipio de Jaraba y es recomendado para dolencias renales, reumas y las vías respiratorias.

➤ OTROS SERVICIOS Y LUGARES DE INTERÉS:

El sector del turismo es de gran importancia en la zona y por ello el Ayuntamiento y la Oficina de Turismo de Calatayud, ponen a disposición de los viajeros en su página web información más detallada para descubrir la Comarca. Disponen de un Servicio de Guías de Turismo Cultural.

Podemos encontrar en la ciudad dos piscinas polideportivas, un rocódromo, pistas de tenis, fútbol y baloncesto y una pista de patinaje. Hay un campo de golf de 18 hoyos homologado por la Real Federación Española de Golf y unas pistas de pádel.

A lo referente a estudios está la **Academia Logística** del Ejército de Tierra que forma cada año a unos 2.000 alumnos en especialidades técnicas y de logística del ejército. Y por último la **UNED**, por donde pasó Baltasar Gracián el escritor más importante del siglo XVII en Aragón. La Biblioteca es la parte más importante del edificio que ocupa lo que fue la caja de escaleras que uniría el Colegio con la contigua Iglesia de San Juan el Real.

2.2. ANÁLISIS INTERNO

Debido a que nuestra casa rural es de nueva creación no podemos analizar las debilidades y fortalezas de ejercicios pasados, para analizar la evolución de la empresa. Por lo que vamos a realizar un análisis sobre la situación inicial del negocio en su creación.

➤ ORGANIZACIÓN:

En cuanto a la **clasificación de la empresa** según el tamaño, diríamos que es pequeña ya que sólo cuenta con dos personas, la propietaria y una trabajadora.

La **propietaria** asumirá la mayoría de las funciones relacionadas con los clientes por lo que se encargará de dirigir y gestionar todo lo referido al negocio, como pueden ser también las reservas o nuevas publicaciones en redes sociales.

La **trabajadora** que será su hermana, se encargará de gestionar las actividades de la empresa, realizará las visitas guiadas y los talleres, ya que cuenta con la formación y preparación para llevarlos a cabo.

En cuanto a la forma jurídica de la empresa, dentro de las alternativas legales, nos parece oportuna la Sociedad Limitada Unipersonal (SLU) como alternativa a la forma de autónomo, ya que permite separar el patrimonio de la persona jurídica y del empresario, como principal diferencia de la forma tradicional. De esta manera, en caso de que los resultados de la actividad no fueran los esperados, no tendría que hacer frente a las deudas con el patrimonio personal (Centro de Información y Red de Creación de Empresas, 2018).

➤ FINANCIACIÓN:

La emprendedora con una aportación de su propio capital va a llevar a cabo parte de la inversión inicial del negocio. La vivienda al ser un inmueble propiedad de la familia, sólo deberá ser reformada y acondicionada con los requisitos necesarios para una correcta explotación de la misma, por lo que en este caso, necesitaremos menos financiación que los que tengan que comprar el edificio o el terreno.

Para poner en marcha el negocio serán necesarias otras fuentes de financiación como subvenciones y ayudas, además de un préstamo bancario ya que los recursos iniciales con los que contamos son limitados.

2.3. ANÁLISIS DAFO

Una vez realizado el análisis de la situación actual para conocer en qué punto se sitúa la empresa, se elabora el análisis DAFO para saber las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Debilidades que pueda tener nuestra casa rural.

Tabla 3. Elaboración propia. Análisis DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
<ul style="list-style-type: none"> - Poca experiencia en el sector - Empresa de reciente creación - Inversión inicial elevada - Alojamientos de tipo rural ilegales - No existe reputación, puesto que es el elemento clave necesario para las recomendaciones - No hay apenas transporte público 	<ul style="list-style-type: none"> - La situación de incertidumbre económica actual hace reducir el consumo - Alta competencia y madura en el sector - Predomina la imagen turística del modelo “sol y playa” - Aparición de nuevos competidores con características similares a nuestro negocio - No hay fidelización por parte de los clientes - Estacionalidad del turismo
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
<ul style="list-style-type: none"> - Su buena ubicación en la plaza del pueblo junto a la Iglesia - Habitación doble adaptada para personas de capacidad reducida - El capital humano, es joven y con estudios de grado en Marketing e Investigación de Mercados y en Historia del Arte - Paquete de Experiencias: Casa Rural + Visita Guiada y/o Rutas - Vivienda rehabilitada, con capacidad para 12 personas - Sala de eventos para grupos o empresas 	<ul style="list-style-type: none"> - Única casa rural en el pueblo - Auge del turismo rural y turismo activo - Recursos naturales de gran atractivo e interés - Subvenciones para rehabilitar la vivienda - El perfil del viajero que visita Aragón lo hace en busca de desconectar de la rutina y la práctica de deportes de aventura disfrutando del paisaje y la naturaleza. - El Parque Natural Monasterio de Piedra como reclamo turístico en la zona - Destacar la riqueza patrimonial de la Comarca (el arte mudéjar, las ruinas de Bilbilis, el vino y su gastronomía entre otros). - Autovía A2 y AVE, ambas dirección Madrid-Barcelona - Mayor concienciación en cuidar y respetar el medio ambiente

3. PÚBLICO OBJETIVO

Tras el análisis externo vamos a determinar el público objetivo al que va a dirigirse el negocio, un público con una media de edad de 42 años y que viaja mayoritariamente en familia y también los grupos, ambos se decantan por los fines de semana y los puentes. En su decisión a la hora de elegir el tipo de viaje, tienen como objetivo principal el

desconectar rodeados de la naturaleza donde poder practicar deporte y actividades al aire libre, como rutas en bicicleta o el senderismo.

Influye que haya conexión a internet como motivo imprescindible para la búsqueda de nuevas rutas y excursiones. La gran mayoría de viajeros destacan la importancia de que el alojamiento debe disponer de todas las comodidades básicas que pueda necesitar durante su estancia, además de ser confortables. Sin embargo, las valoraciones más altas son a favor de la admisión de animales, seguido de tener piscina y barbacoa.

4. OBJETIVOS Y ESTRATEGIAS

Después de realizar el análisis de situación del mercado, la competencia y el análisis DAFO, se establecerán los objetivos que guiarán a la empresa a conseguir satisfacer las necesidades del público objetivo al que nos vamos a dirigir y por otro lado, lograr un posicionamiento que nos permita diferenciarnos de nuestros competidores. Se marca como **objetivo general** ser uno de los alojamientos rurales de referencia de la Comarca de Calatayud. En cuanto a los **objetivos específicos** los podemos dividir en los del tipo cuantitativo y cualitativo.

➤ OBJETIVOS CUANTITATIVOS:

- Conseguir el posicionamiento de la empresa en el mercado en un plazo máximo de dos años.
- Alcanzar un nivel de ocupación medio de un 35% a lo largo de los tres primeros años de existencia, incrementándose paulatinamente hasta llegar al menos a un 50% en el quinto año.
- Alcanzar un nivel de satisfacción en los clientes del 80%.

➤ OBJETIVOS CUANTITATIVOS:

- Lanzar la casa rural al mercado ya que somos una empresa de nueva creación, debemos darnos a conocer y estar presentes en redes sociales, para conseguir atraer clientes al alojamiento.
- Conseguir y alcanzar una buena reputación a través de las recomendaciones y valoraciones de nuestros clientes a través de portales especializados como Escapada Rural.
- Promover el marketing interno de la empresa para suscitar reacciones en nuestro público objetivo.

Para conseguir los objetivos propuestos debemos definir las **estrategias de marketing** que llevaremos a cabo para alcanzarlos. Nos servirá de ayuda para obtener una posición ventajosa frente a los competidores, aprovechando las oportunidades que nos brinda el mercado, maximizando todos los recursos de los que dispone la empresa y minimizando las amenazas que puedan surgir.

En primer lugar debemos elegir la **estrategia de marketing competitiva**, en nuestro caso será la de diferenciación. La Casa Rural el Capricho de Marga posee unas características y servicios que le hacen ser diferente de sus competidores, tanto en las características del alojamiento rural como en los **servicios complementarios** para completar la estancia, con una oferta variada de actividades propuestas por la propia empresa o dossiers gratuitos con rutas e información para conocer el entorno de la zona.

Los que eligen la opción del turismo rural lo valoran muy positivamente y además siendo los únicos de nuestro entorno con este tipo de oferta, generará un alto valor percibido hacia el Capricho de Marga por parte del cliente. Con el fin de atraer no sólo a gente interesada en buscar alojamiento sino también en otro tipo de personas que quieren saber de las culturas y tradiciones además de otro tipo de actividades. Para llevar a cabo dicha estrategia será importante la elección de a quién lo vamos a dirigir.

Los pasos a seguir para alcanzar la ventaja de diferenciación será a través de una **estrategia de segmentación**, siendo la de segmentación diferenciada la que más se ajusta al negocio. Así nos dirigiremos a cada segmento de mercado con una oferta distinta y atractiva que consiga llamar la atención del público al que nos dirigimos, ya que no buscarán lo mismo los que viajen en familia a los que lo hagan en grupos de amigos.

Por último una vez puesto en marcha el negocio, utilizaremos la **estrategia de crecimiento** de penetración en el mercado. Queremos diferenciarnos de nuestros competidores y lo lograremos a través de nuestra comunicación con publicaciones actualizadas en nuestra página web y en las redes sociales más demandadas del sector.

5. PLANES DE ACCIÓN

Una vez realizado todo el estudio y establecido el público objetivo como sus estrategias de marketing, diseñaremos las acciones de marketing que vamos a seguir sobre el

producto/servicio, los precios, la distribución y la comunicación para cumplir con todo lo nombrado anteriormente.

El plan de marketing sirve como herramienta para dar a conocer nuestro negocio y así ser más competitivos en el mercado a través de sus estrategias.

5.1.DECISIONES SOBRE EL PRODUCTO

5.1.1. Definición del Producto/Servicio

➤ LA CASA RURAL

Su ubicación la sitúa en el centro del pueblo junto a la Iglesia en la Plaza Mayor de Castejón de Alarba, que pertenece a la Comarca de Calatayud (Zaragoza) y que se encuentra a unos 25 kilómetros de distancia (en coche unos 30 minutos).

El Capricho de Marga es una vivienda familiar en proceso de rehabilitación para ser una casa rural con encanto. El **edificio** está compuesto por tres plantas, una sala de conferencias, una bodega y un garaje. Las cuatro habitaciones dan capacidad para 12 personas, distribuidas en tres camas de matrimonio y una individual, más la opción de añadir tres camas supletorias bajo petición del cliente con un suplemento en el precio, excepto la de baño compartido por falta de espacio. Todas ellas dispondrán de todas las comodidades que pueda necesitar el cliente para una perfecta estancia. Una vez realizada la reforma de rehabilitación y mejora de la casa rural, la **distribución de la vivienda** quedaría:

En la **planta baja** hay un salón-comedor con chimenea y barra de bar, un asador, una cocina completamente equipada, una habitación doble con baño privado ambos adaptados para minusválidos con una rampa para facilitar el acceso de todas nuestras instalaciones, un baño mixto, un almacén y la recepción.

La **primera planta** tiene tres habitaciones (una habitación doble con baño compartido, una habitación doble y una habitación triple ambas con baño privado). También cuenta con un baño mixto y un amplio salón con algunas mesas que harán de comedor y de sala de juegos. Hay una **segunda planta** que cuenta con dos habitaciones abuhardilladas sin amueblar, un baño, y solárium con terraza chill-out.

La **bodega** es un lugar pequeño pero con encanto en él que se podrán disfrutar vinos y productos de la zona mediante pequeñas catas y degustaciones. Por último el **garaje**, es

una zona muy amplia que además de tener tres plazas de parking para los clientes también pueden repararse las bicicletas en el taller. Desde el garaje y subiendo unas escaleras podemos acceder a una amplia habitación donde se realizarán los talleres y podrá ser utilizada para jugar cuando nos visiten familias con niños.

Los **planos** de la distribución de la casa rural están en el ANEXO 3.

Además la familia cuenta con varias **fincas en propiedad** de almendros y cerezos, a escasos metros de la casa tenemos un **pequeño huerto ecológico**.

Por otro lado, el pueblo dispone de **servicios básicos** como un centro de salud en el que se pasa consulta médica dos veces por semana, una panadería, un bar en el centro del pueblo, las piscinas municipales, dos parques, un pabellón polideportivo y unas pistas donde poder practicar fútbol y baloncesto.

5.1.2. Definición de las Actividades de la Empresa

El objetivo es diferenciarnos de nuestros competidores en los servicios que ofrece de más nuestra casa rural, ya que ahora el cliente está cambiando su manera de viajar, interesándose en conocer los atractivos paisajísticos o socioculturales de pequeños pueblos de interior.

El rasgo fundamental que otorgará un valor añadido y nos hará diferentes al resto serán las actividades de la empresa. Pasarán a llamarse experiencias y las dividiremos en dos, la primera será una visita guiada por Calatayud y la segunda se compone de tres talleres de restauración, mimbre y cerámica.

➤ VISITA GUIADA

La **Visita Guiada por Calatayud** dará comienzo el sábado a las 9 de la mañana en la entrada al municipio de Castejón de Alarba, desde donde partirá el autobús siendo las 9:30 la hora estimada de llegada. Una vez en el lugar, se iniciará la visita a pie por los sitios más emblemáticos de la ciudad. Durante el trayecto recibirán explicaciones de interés sobre monumentos, culturas y tradiciones. La comida será sobre las 14:00 y no viene incluida por lo que podrán comer en algún establecimiento de la zona o traer su propia comida. Por la tarde, retomaremos a las 16:00 nuestra visita guiada durante una hora y después tiempo libre por la ciudad. Para finalizar, cogeremos el autobús sobre las

18:30 hacia la casa rural. El viaje incluye el transporte de ida y vuelta, la visita guiada y el seguro de viaje

➤ TALLERES

Los **talleres** tienen una duración de unas 4 horas con un descanso con algo de picoteo, se podrán realizar por la mañana o por la tarde. En el transcurso de la actividad se darán nociones básicas y explicaciones sobre los materiales y técnicas. Se realizarán en el mismo establecimiento por lo que no será necesario el transporte. El precio incluye los materiales necesarios para iniciar la actividad y el picoteo del descanso, podrán llevarse el trabajo terminado.

- **Taller de Restauración y Reciclaje de Muebles.** Técnicas básicas de restauración de muebles. Si el cliente lo desea puede restaurar alguna pieza pequeña de su propiedad.
- **Taller de Mimbre.** Realizar uno o dos canastos de mimbre mediante las técnicas de trenzado y cierre con tus propias manos.
- **Taller de Cerámica.** Construir con arcilla piezas de barro mediante sus técnicas básicas y conocer las fases de secado, cocción y acabados.

El desarrollo de las actividades será impartido por personas especializadas en el tema a tratar. En nuestro caso, la empresa al ser familiar y de nueva creación cuenta con recursos limitados los cuales tienen que ser aprovechados al máximo ya que nos darán un valor añadido para nuestro negocio a un menor precio. Una de las propietarias tiene estudios superiores en historia del arte y varios cursos de restauración y artesanía, todos ellos relacionados con la madera, la arcilla, el mimbre o el esparto, por lo que será ella quién imparta las visitas guiadas y talleres desde la puesta en marcha del negocio. Más adelante y dependiendo de la demanda de nuestras actividades, ampliaremos la oferta con nuevas actividades para darle al cliente más opciones donde elegir.

➤ PAQUETE DE EXPERIENCIAS

Para el buen funcionamiento del negocio es importante alcanzar un elevado número de pernoctaciones para garantizamos cubrir los gastos que se pudieran ocasionar durante nuestro primer año de vida. Para conseguirlo queremos lanzar al mercado una oferta atractiva mediante un paquete de experiencias que incluirá alojamiento y actividades,

con diferentes opciones. Habrá dos tipos, el paquete de experiencias de un día o el de dos días o fin de semana.

- **El paquete de experiencias de un día** incluye el alojamiento + desayuno + actividad a realizar.
- **El paquete de experiencias de dos días o fin de semana** incluye el alojamiento y desayuno, dos actividades a realizar, el transporte, el seguro de viaje y una degustación de productos típicos de la zona.

En cuanto a la **duración de las actividades**, será de un día entero para la visita guiada y unas 4 horas aproximadamente para los talleres, indistintamente de mañanas o tardes.

5.2.DECISIONES SOBRE EL PRECIO

Los precios de nuestros servicios tienen que ser acordes con la calidad que ofrecemos y también atractivos para el mercado, con el objetivo de asegurarnos la continuidad del negocio. Las habitaciones tendrán precios diferentes en función de cuando se realiza la estancia (entre semana o fines de semana), del tipo de habitación (doble o triple) y su baño (privado o compartido). La otra opción es el alquiler completo de la casa. Por otro lado si el cliente lo desea, podrá completar la estancia con actividades impartidas por la propia empresa.

Según el informe sobre la evolución de precios y consumo en el turismo rural que ha realizado del Observatorio de Turismo Rural, “*el 29% de los viajeros consideran que el turismo rural tiene una buena relación calidad precio*” y para “*el 38% de los viajeros encontrar una oferta es una motivación total para practicar turismo rural*” Además, “*un 38% de los viajeros repetirá alojamiento si le hiciesen una buena rebaja en el precio*. Por último decir que “*el 33% de los alojamientos no ofrecen ningún tipo de oferta*” (Escapada Rural, 10 de enero de 2018).

El método elegido para fijar el precio a nuestro alojamiento se basará en los de la competencia, ya que tras analizarla vemos que la mayoría son maduras en el mercado por lo que dificultará la entrada a nuevas empresas, este hecho se confirma porque algunas ya tienen ocupados todos los fines de semana del verano y también les han realizado muchas reservas entre semana. Además cuentan con reseñas y valoraciones positivas por parte de sus clientes en algunas de las páginas web más conocidas de turismo rural. Por lo tanto **nuestros precios durante el primer año serán inferiores a**

los tuyos ya que necesitamos captar la atención de los viajeros. Debemos buscar un equilibrio entre las tarifas y los servicios, ya que el cliente siempre buscará la mejor relación entre calidad y precio, con precios algo más bajos tenemos más posibilidades de conseguirlo.

- Para la habitación doble (2 personas), el **precio de una noche** varía entre 48 y 56 euros, y para **dos noches** está varía entre 96 y 112 euros.
- Para la habitación triple (3 personas), el **precio de una noche** varía entre 72 y 84 euros, y para **dos noches** varía entre 144 y 168 euros.
- Para una habitación de 4 personas, el **precio medio de una noche** está entre 84 y 96 euros, y para **dos noches** está entre 168 y 192 euros.
- El alquiler completo de la casa para **una noche** será de 200 euros y para **dos noches** serán 400 euros.

Para las actividades de la empresa utilizaremos la estrategia de precios por línea de productos, que consiste en una oferta que incluye el alojamiento + desayuno + actividad a elegir (visita guiada y/o talleres), siendo el total de la suma de los tres productos inferior al precio de adquirirlo de manera individual. El conjunto de la oferta la denominaremos como **paquete de experiencias** y su tarifa dependerá de la duración de la estancia, entre una o dos noches.

Según el estudio realizado por el Observatorio de Turismo Rural, en Aragón el gasto medio en el **alojamiento** está entre 20 y 29 euros y en las **comidas y actividades** menos de 20 euros (Escapada Rural, 18 de abril de 2016).

➤ ALOJAMIENTO RURAL:

Ofrecemos dos posibilidades de reserva, por habitaciones o alquiler completo. Ambas opciones son válidas para el público objetivo hacia el que nos queremos dirigir, familias y grupos, aunque también resultará interesante para aquellos individuos que quieran pasar unos días en pareja, por lo que no debemos descuidarlos. El **precio de las habitaciones** dependerá del número de personas y de noches en su estancia, además el precio cambia en función de si la reserva es **entre semana** o en **fin de semana**. Todos los precios incluyen el desayuno.

Tabla 4. Elaboración propia. Precios “El Capricho de Marga” por persona y noche

PRECIOS POR PERSONA y NOCHE				
	Habitación DOBLE SIN BAÑO	Habitación DOBLE	Habitación TRIPLE	Alquiler COMPLETO
Entre Semana	18€	24€	24€	150€
Fin de Semana	22€	28€	28€	200€

Los precios de la tabla son **por persona y noche** y varían en función de si la habitación tiene baño privado o compartido. La opción de la **cama supletoria** tiene un precio de 12€ por noche, sólo una por habitación excepto en la doble con baño compartido ya que carece de espacio.

Tabla 5. Precios Habitaciones según el Número de Personas y de Noches

	Habitación DOBLE SIN BAÑO		Habitación DOBLE		Habitación TRIPLE		Alquiler COMPLETO	
Noches	1	2	1	2	1	2	1	2
Entre Semana	36€	72€	48€	96€	72€	144€	150€	300€
Fin de Semana	44€	88€	56€	112€	84€	168€	200€	400€

La **capacidad total** de la casa será de 12 personas (9 pax + 3 supletorias), distribuidas en cuatro habitaciones, tres son dobles siendo la de la planta baja adaptada para personas de movilidad reducida, y la otra, es una habitación triple. En la habitación doble sin baño no podrá hacer uso de la cama supletorio por falta de espacio.

➤ ACTIVIDADES DE LA EMPRESA:

El precio de las actividades impartidas por la empresa es por persona, incluye los materiales necesarios y al guía/monitor de la actividad a desempeñar. Las tarifas serán diferentes según sean compradas por **individual** o en un **paquete de experiencias**, ya que su precio será inferior. A continuación, los costes desglosados de las visitas guiadas y de los talleres serían:

Tabla 6 Precio de las Actividades Desglosado y Precio Final

VISITA GUIADA	COSTES	TALLERES	COSTES
Ruta a Calatayud	11€	Taller	11€
Transporte	6,60€	Materiales	26€
Picoteo	3€	Picoteo	3€
Seguro de Viaje	5€	Comisiones por Ventas	10€
Comisiones por Ventas	6,4€	PRECIO VENTA AL PÚBLICO	50€
PRECIO VENTA AL PÚBLICO	32€		

Las tablas nos indican el precio de las actividades desglosado y su precio final de venta al público, en nuestro caso sería de 32€ por persona para la visita guiada y 50€ por persona para los talleres. Estos precios serían si los cogiesen por individual, una vez en la casa rural o personas interesadas en realizarlos, todo ello bajo reserva anticipada.

Para los precios de las actividades dentro del paquete, aplicaremos un 30% de descuento en cada una de ellas. Los precios de nuestras actividades quedarían:

Visita Guiada: $32\text{€} \times 30\% = 22,4\text{€}$ por lo que fijaremos el precio en 22 euros.

Talleres: $50\text{€} \times 30\% = 35\text{€}$ por lo que fijaremos el precio en 35 euros.

Visita Guiada + Taller: $32\text{€} + 50\text{€} \times 30\% = 57,4\text{€}$ por lo que serán 57 euros.

Tabla 7. Elaboración Propia. Precio Paquetes de Experiencias por Persona y Días

		Personas	1	2	3	4	
DOS DÍAS	UN DÍA	Entre Semana	TALLER VISITA	(24€+35€)= 59€ (24€+22€)= 46€	(48€+35€x2)= 118€ (48€+22€x2)= 92€	(72€+35€x3)= 177€ (72€+22€x3)= 138€	(72€+12€+35x4)= 224€ (72€+12€+22x4)= 172€
	Fin de Semana	TALLER VISITA	(28€+35€)= 63€ (28€+22€)= 50€	(56€+35€x2)= 126€ (56€+22€x2)= 100€	(84€+35€x3)= 189€ (84€+22€x3)= 150€	(84€+12€+35x4)= 236€ (84€+12€+22x4)= 184€	
DOS DÍAS	Entre Semana	TALLER VISITA	(48€+35€)= 83€ (48€+22€)= 70€ (48€+57€)= 105€	(96€+35€x2)= 166€ (96€+22€x2)= 140€ (96€+57€x2)= 210€	(144€+35€x3)= 249€ (144€+22€x3)= 210€ (144€+57€x3)= 315€	(72€x2+24€+35x4)= 308€ (72€x2+24€+22x4)= 256€ (72€x2+24€+57€x4)= 96€	
	Fin de Semana	TALLER VISITA	(56€+35€)= 91€ (56€+22€)= 78€ (56€+57€)= 113€	(112€+35€x2)= 182€ (112€+22€x2)= 156€ (112€+57€x2)= 226€	(168€+35€x3)= 273€ (168€+22€x3)= 234€ (168€+57€x3)= 339€	(84€x2+24€+35x4)= 332€ (84€x2+24€+22x4)= 280€ (84€x2+24€+57x4)= 420€	

5.3.DECISIONES SOBRE LA DISTRIBUCIÓN

El desarrollo de las nuevas tecnologías es un hecho muy importante en la comunicación y distribución del sector del turismo. Su gran evolución a lo largo de los años está produciendo cambios en los hábitos de consumo y permite al turista recabar información a través de internet mediante opiniones de otros viajeros o páginas web de las propias empresas.

Por ello internet será el canal principal de distribución de la empresa, las reservas de nuestros servicios serán ventas directas gestionadas a través de nuestra página web y de plataformas web especializadas en turismo rural.

Desarrollaremos nuestro sitio web con toda nuestra información acerca del entorno, el alojamiento, las actividades de la empresa, fotografías o las tarifas de los servicios. De

esta manera los clientes podrán comparar las opciones y elegir la que más le convenga. Además, si nos eligen para su escapada podrán realizar directamente la reserva desde nuestra página web sin intermediarios.

Otra forma sería a través de **buscadores especializados de alojamientos rurales**, en estos momentos son muchas las páginas que ofrecen estos servicios de forma gratuita. Hemos elegido para el negocio las páginas web sobre turismo rural más conocidas a nivel nacional, serían *Escapada Rural*: www.escapadarural.com y *Top Rural*: www.toprural.com porque será beneficioso para la empresa estar presentes en internet para que nos conozcan si todavía no lo hacen, y también, para ampliar el número de pernoctaciones ya que de esta manera abarcamos a más gente.

Por último, ponemos a disposición otro tipo de métodos más tradicionales para realizar las reservas, **el teléfono y correo electrónico**.

5.4.DECISIONES SOBRE LA COMUNICACIÓN

Para llegar a una gran cantidad de público llevaremos a cabo distintas acciones de comunicación para darnos a conocer y conseguir aumentar el número de clientes. Todo ello a través del marketing en internet con nuestra propia página web, perfiles en las redes sociales más demandadas y webs especializadas en turismo rural.

Por tanto nuestros objetivos están enfocados en dar a conocer nuestro alojamiento rural al consumidor y conseguir posicionamiento y reputación para la casa rural a nivel comarcal. En la mayoría de las ocasiones nuestra página web y perfiles en redes son nuestra carta de presentación, por lo que habrá que cuidar todos los detalles y poner toda la información necesaria para que sepan quién soy y dónde estoy.

➤ PÁGINA WEB

En primer lugar para que nuestros futuros clientes puedan conocer los servicios que ofrecemos es importante estar presente en internet, tenemos que ser visibles y lo conseguiremos con constancia en nuestras acciones, llevaremos a cabo varias estrategias.

Diseñaremos una **página web** y su contenido dará información sobre el lugar y el entorno, el contacto y cómo llegar, una galería fotográfica del alojamiento y de los

servicios que ofrecemos, los paquetes de experiencias, las tarifas y un sistema de reservas online, un espacio destinado a comentarios y reseñas de los clientes.

Para controlar el tráfico de nuestra página web para saber todo lo relacionado con los clicks que recibimos, podemos usar herramienta Google Analytics. Una herramienta que nos da toda información posible y detallada sobre la página del negocio, información sobre los individuos, rato que dedican en la página y si al final se deciden por hacer una reserva. También nos dice que contenidos están teniendo más relevancia entre los internautas, deberemos hacer más hincapié si podemos ver que nos van a reportar más rendimientos hacia el negocio (Google Analytics, 2018).

➤ REDES SOCIALES

Las **redes sociales** es una forma fácil y rápida de transmitir un mensaje instantáneo a un amplio número de personas, de forma gratuita. Para las empresas es una vía rápida para darse a conocer en el mercado, sobre todo si son pequeñas o se encuentran en pueblos aislados.

La creación de perfiles en redes sociales **Facebook o Instagram** no supondrá ningún coste en dinero, pero sí en tiempo y dedicación, ya que habrá que actualizar y publicar nuevos contenidos semanalmente. Es importante hacer un buen uso de las redes y tener una actividad constante para conseguir atraer a un mayor número de posibles clientes. Si desarrollamos una buena comunicación e interactuamos con los seguidores, hará que nuestro perfil tenga más seguidores y a su vez una mayor visibilidad. Todo esto se consigue gracias a las opiniones de los clientes que sirven en muchas ocasiones para otros viajeros en la toma de su decisión.

Contar con perfiles en estas plataformas permite dar a conocer la empresa y mostrar cómo somos y lo que queremos llevar a cabo con el Capricho de Marga. Para la mayoría de nuestros clientes vamos a ser completamente desconocidos por lo que tendremos que cuidar mucho la calidad, podemos subir fotografías, vídeos, enlaces o mensajes, queremos estar activos e interactuar con nuestros seguidores. Además a través de ellas promocionaremos la casa rural mediante sorteos y regalos de paquetes de experiencias para conseguir una mayor difusión de la empresa, ya que para participar habrá que darle a me gusta a nuestro perfil, compartir la publicación y nombrar a la persona o personas con la que te gustaría disfrutar la experiencia.

Por otro lado, Facebook tiene la herramienta **Facebook Ads**, con baja inversión se puede llegar a un alto número de posibles clientes ya que realiza una segmentación haciéndoles llegar anuncios sobre los gustos y preferencias, creemos que es una herramienta importante a tener en cuenta.

➤ PORTALES ESPECIALIZADOS

Una vez diseñada nuestra página web debemos registrar la casa rural en las distintas páginas sobre turismo rural, las nombradas anteriormente (www.escapadarural.com y www.toprural.com) y otras páginas relacionadas con los alojamientos en general serían, www.tripadvisor.com y www.booking.com, ambas sirven de ayuda en la elección gracias a las aportaciones de otros viajeros sobre su estancia, con sus propios comentarios, fotografías y puntuación de los servicios.

6. PLAN DE OPERACIONES

6.1. FUNCIONAMIENTO Y TRÁMITES PARA SU APERTURA

Según la Cámara de Comercio el titular deberá solicitar a la Comarca una autorización para la apertura de una Vivienda de Turismo Rural, será necesaria la siguiente documentación (Cámara Zaragoza, 2014):

1. Documentación acreditativa de la personalidad titular de la propiedad y de la explotación.
2. Declaración responsable del título que acredite la disponibilidad del inmueble para Vivienda de Turismo Rural.
3. Memoria y plano en el que se detalle la ubicación de la Vivienda de Turismo Rural, el número y características de sus habitaciones, elementos y espacios comunes, fechas en las que el establecimiento esté abierto al público y servicios complementarios que se ofrezcan.
4. Certificación del Ayuntamiento que acredite que la vivienda está conectada a la red pública de agua y vertido municipal. En caso contrario deberá aportarse Certificado de Sanidad sobre la potabilidad del agua.

La Comarca en cuanto reciba la documentación y previa inspección, comunicará la autorización de apertura al Ayuntamiento correspondiente.

Para el ejercicio de la actividad, los establecimientos autorizados deberán exhibir junto a la entrada principal una placa identificativa normalizada en la que figure el logotipo de Vivienda de Turismo Rural.

6.2.AYUDAS Y SUBVENCIONES

En la actualidad existen varias ayudas y subvenciones para dar comienzo a una actividad empresarial, es fundamental para la puesta en marcha aunque no es recomendable depender sólo de este tipo de financiación, ya que sólo sirven para pagar los costes de rehabilitación y mobiliario.

El programa LEADER, es una ayuda que tiene carácter de subvención de capital y da financiación a proyectos que van a ser desarrollados en el medio rural. La cuantía de las ayudas para la provincia de Zaragoza será entre el 10% y el 35% del gasto elegible justificado, con un máximo de 120.000 euros por beneficiario. Será imprescindible mantener la actividad e inversión subvencionada como mínimo cinco años desde la fecha del último pago de la ayuda y el empleo durante tres años (Boletín Oficial de Aragón, 6 de noviembre de 2017).

- ORDEN DRS/1691/2017, de 26 de octubre, por la que se aprueba la convocatoria de las ayudas LEADER para la realización de operaciones conforme a las estrategias de desarrollo local LEADER, para el ejercicio 2018.

6.3.PRECIOS Y PREVISIONES DE VENTAS

Los ingresos del negocio se basan en el alquiler del alojamiento turístico rural y los servicios extra de la empresa. Consideramos que en un año está formado por 52 semanas, repartidas en 261 días **entre semana** y 104 días los **fines de semana**. Según los datos sobre casas rurales en Aragón, el gasto medio fue del 14,64% (17,22%) y del fin de semana sería del 28,29% (32,08%) (Instituto Nacional de Estadística, 31 de enero de 2018).

Según nuestro método fijado de precios basado en la competencia el **precio medio** de:

- **Un día para 1 personas** sería de 24€ entre semana y de 28 los fines de semana,
- **Un día para 2 personas** sería de 48€ entre semana y de 56€ los fines de semana,
- **Un día para 4 personas**, sería de 84€ entre semana y 96€ los fines de semana
- **Dos días para 1 personas** sería de 48€ entre semana y de 56 los fines de semana,

- **Dos días para 2 personas** sería 72€ para entre semana y de 88€ los fines de semana
- **Dos días para 4 personas** sería 168€ para entre semana y 192€ fines de semana.

Con todo lo dicho anteriormente, la ocupación estimada de clientes pasaría a ser:

$$\text{Clientes (x1)} = (261 \times 14,64\%) + (104 \times 28,29\%) = 67,632$$

$$\text{Clientes (x2)} = (261 \times 14,64\% \times 2) + (104 \times 28,29\% \times 2) = 135,264$$

$$\text{Clientes (x4)} = (261 \times 14,64\% \times 4) + (104 \times 28,29\% \times 4) = 270,528$$

$$\text{Total Clientes} = 135,264 + 270,528 = 405,792 \text{ clientes (406 clientes anualmente)}$$

Vamos a suponer que un 40% de los clientes compran actividades de la empresa durante el primer año, haciendo un gasto medio de unos 40€ por persona, obteniéndose una comisión sobre las ventas del 20% de las actividades.

$$\text{Actividades} = 406 \text{ clientes} \times 40\% \times 40\text{€} \times 20\% = 1.299,2 \text{ euros} = \mathbf{1.300\text{€}}$$

La siguiente tabla nos muestra la **estimación de los ingresos previstos para el primer año**, cuatro habitaciones para nueve personas con posibilidad de tres supletorias más, por lo que hemos calculado, para unas 6 personas.

Tabla 8. Elaboración propia: Estructura de Ingresos

	Entre Semana	Fin De Semana	Entre Semana	Fin De Semana		
PERSONAS	2	2	4	4		
Nº días en total	261	104	261	104		
% Ocupación media	14,64%	28,29%	14,64%	28,29%		
Precio Medio Diario	48€	56€	84€	96€		
Ventas Alojamiento Rural	$(261 \times 48\text{€}) \times 14,64\% = 1.834,1\text{€}$	$(104 \times 56\text{€}) \times 28,29\% = 1.647,6\text{€}$	$(261 \times 84\text{€}) \times 14,64\% = 3.209,7\text{€}$	$(104 \times 96\text{€}) \times 28,29\% = 2.824,5\text{€}$		
Ventas Totales	$(1.834,1\text{€} + 1.647,6\text{€}) = \mathbf{3.481,7\text{€}}$		$(3.209,7\text{€} + 2.824,5\text{€}) = \mathbf{6.034,2\text{€}}$			
Total Ventas Alojamiento	$(3.481,7\text{€} + 6.034,2\text{€}) = \mathbf{9.515,9\text{€}}$					
Comisiones por Ventas	$(406 \text{ clientes} \times 40\% \times 40\text{€} \times 20\%) = 1.300\text{€}$					
TOTAL VENTAS	$(9.515,9\text{€} + 1.300\text{€}) = \mathbf{10.816\text{€}}$					

7. PLAN ECONÓMICO Y FINANCIERO

En este apartado realizamos un análisis sobre la viabilidad de la empresa y los aspectos contables de la creación del negocio, con toda la información financiera queremos saber la rentabilidad del negocio.

7.1. PLAN DE INVERSIÓN INICIAL

El proyecto necesita una inversión inicial prevista de **79.240,46 euros** para la creación del negocio, se financiará **internamente** a través de una aportación de la propietaria de 30.000 euros, y el resto, **externamente** mediante un préstamo bancario de 50.000 euros.

Tabla 9. Elaboración propia. Financiación Inversión Inicial

Inversión Total	79.240,46€
Recursos Propios	30.000€
Préstamo Bancario	50.000€

El préstamo bancario será de 50.000 euros a pagar en 15 años y con un interés del 6%, la **cuota mensual** ascendería a 295 euros.

Cálculo del Préstamo:

- Intereses = $50.000\text{€} \times 6\% = 3.000\text{€} \rightarrow 50.000\text{€} + 3.000\text{€} = 53.000\text{€}$
- $53.000\text{€}/15 \text{ años} = 3.533,33 = 3.534 \text{ euros/año}$
- $3.534\text{€}/12 \text{ meses} = 294,5 = 295 \text{ euros/mes}$

La amortización del préstamo para el primer año ascendería a 3.534 euros y la del mobiliario sería de 1.050€, haciendo un total de 4.584 euros.

Tabla 10 Elaboración propia. Cuadro Amortización Préstamo

CAPITAL	INTERESES	CUOTA AMORT	AÑO
50.000	3.000	3.534	15
49.466	2.968	3.746	14
48.688	2.921	3.969	13
...	12

La **vivienda** es propiedad de la familia por una herencia familiar, un bien aportado como capital inicial con el que podría responder si hubiese algún compromiso económico o financiero. El **inmueble** necesita una reforma interior para hacerlo cómodo y accesible, su **coste de rehabilitación** ascenderá a 65.740,76€ con IVA incluido.

Los trámites de creación de una sociedad generan unos **gastos de constitución** que ascienden a 2.000 euros. Los **equipos y aplicaciones informáticas** son para gestionar la empresa y la adquisición de un portátil por un total de 1.000 euros. El **mobiliario y equipamientos** ascenderá a un total de 10.500€.

Tabla 11. Elaboración propia. Inversión Necesaria Inicial

CONCEPTO	CUANTÍA
Gastos de Constitución (Gestoría + Permisos Apertura)	2.000€
Rehabilitación Vivienda	65.740,46€
Equipos y Aplicaciones Informáticas	1.000€
Mobiliario, Equipamientos y Decoración:	(10.500)
- Habitaciones	4.000€
- Baños	1.500€
- Cocina	2.500€
- Salón	2.000€
- Actividades	500€
TOTAL INVERSIÓN NECESARIA INICIAL	79.240,46€

El mobiliario y sus equipamientos forman parte de la amortización del inmovilizado de la empresa. La cuantía total asciende a 10.500€ y se amortizará en 10 años siendo su **amortización anual de 1.050 euros** (10.500€/10 años).

7.2. CIFRA DE INGRESOS PREVISTA PARA EL PRIMER AÑO

Tabla 12. Estructura de Ingresos para el Primer Año

	Entre Semana	Fin De Semana	Entre Semana	Fin De Semana
PERSONAS	2	2	4	4
Nº días en total	261	104	261	104
% Ocupación media	14,64%	28,29%	14,64%	28,29%
Precio Medio Diario	48€	56€	84€	96€
Ventas Alojamiento Rural	(261x48€) x 14,64% = 1.834,1€	(104x56€) x 28,29% = 1.647,6€	(261x84€) x 14,64% = 3.209,7€	(104x96€) x 28,29% = 2.824,5€
Ventas Totales	(1.834,1€ + 1.647,6€) = 3.481,7€		(3.209,7€ + 2.824,5€) = 6.034,2€	
Total Ventas Alojamiento	(3.481,7€ + 6.034,2€) = 9.515,9€			
Comisiones por Ventas	(406 clientes x 40% x 40€ x 20%) = 1.300€			
TOTAL VENTAS	(9.516€ + 1.300) = 10.816€			

7.3. CIFRA DE GASTOS PREVISTA PARA EL PRIMER AÑO

Tabla 13. Elaboración propia: Gastos Fijos Mensuales

GASTOS FIJOS MENSUALES	Precio/mes
Seguro Responsabilidad Civil	116€
Asesoría (1.200/12)	100€
Página Web y Buscadores	70€
Sueldo y SS	1.000€
Suministros (1500/12)	125€
Alimentación y bebidas	150€
TOTAL	1.561€

Tabla 14 Elaboración propia: Previsión Gastos Primer Año

PREVISIÓN GASTOS PRIMER AÑO	
CONCEPTO	CUANTÍA
Gastos Constitución Sociedad + Apertura (2000 + 300)	2.300€
Servicios Externos (Limpieza ropa de cama/baño y Gestión Central Reservas)	5.000€
Suministros (Agua, Luz, Teléfono)	1.500€
Reparaciones y mantenimiento	350€
Amortización	
- Mobiliario (10.500/10años)	1.050€
- Préstamo bancario (50.000€ al 6% en 15 años)	3.534€
Interés del préstamo bancario (6% de 50.000€)	3.000€
Personal	1.000
Seguros	1.000€
TOTAL GASTOS	18.734€ (al mes 1561,2€)

8. CONCLUSIONES

La situación económica que sufrió el país durante años por la crisis no afectó al sector del turismo, ya que los datos muestran que cada año crece más, tanto en número de viajeros como de pernoctaciones a nivel nacional. En Aragón durante el 2017 se han conseguido datos históricos, ha sido la que más ha incrementado entre todas las Comunidades de turismo interior y la segunda que más ha incrementado el número de viajeros.

Si concretamos para la modalidad de casas rurales en Aragón, vemos como aumenta en más de dos puntos porcentuales el grado de ocupación, tanto en medio como en fin de semana, dato más que favorable para el turismo real. Siendo en ambos la media por estancia de 2,7 días.

Tras analizar el mercado y la competencia, encontramos alguna barrera de entrada ya madura en el sector, la mayoría son de carácter familiar, por lo que como en nuestro caso, no tienen que adquirir el inmueble siendo una ventaja para ellos. Comprobamos que sería fácil introducirse y marcar una diferenciación a lo referido a internet y las redes sociales, ya que sus interacciones son mínimas. También vemos que la mitad de ellos cuentan con página web propia aunque sin darle todo el partido que deberían, tanto en información, fotografías o servicios, exceptuando una, el resto deberían adecuarla y mejorarla.

La realidad sobre esto es que tenemos que aprovechar el punto de inflexión que están teniendo al no promocionarse lo suficiente en internet. El motivo puede ser debido a que el número medio de reservas que tienen al mes lo consideran aceptable para cubrir los gastos, por lo que no ven necesario dedicar tiempo ni recursos en páginas webs.

Si el motivo de no usar las redes es por la alta ocupación, es una señal más que positiva para el negocio ya que con una escasa o nula inversión en internet para promocionarse, la mayoría tiene completos todos los fines de semana del verano, incluso algunas llegan sus reservas hasta octubre.

También podría ser el caso, que no les interese ni el alojamiento ni los servicios que se ofrecen, sólo hacen la reserva para conocer el entorno y su cultura o descubrir los atractivos y encantos que hay por toda Comarca. Otro punto que también nos resultará ventajoso hacia nuestro negocio, ya que viajan para conocer nuevos lugares en los que realizar actividades al aire libre o practicar algún deporte de aventuras.

Por último otro factor que puede influir en el mal uso de las redes la edad, ya que muchos propietarios con más edad no llegan a familiarizarse con las nuevas tecnologías, prefiriendo métodos más tradicionales. Aunque si no hacen por aprender o mejorar a utilizarlas, ellos mismos estarán creando un problema hacia su negocio, en cuanto a comunicación y reservas se refiere. Es muy importante saber usar las redes sociales para conseguir aumentar las ventas, también pueden contratar a un community manager para que se encargue de gestionarlo todo, además de estar en activo mediante nuevas publicaciones.

Es imprescindible la presencia de cualquier negocio en internet, independientemente del tamaño o lugar de ubicación de la empresa, es que sepan de nuestra existencia con la mayor información posible y detallada. Deberemos cuidar todos los detalles para que el viajero en la búsqueda de su estancia, no tenga ninguna duda y lo pueda hacer de una forma fácil y cómoda, sin tener que buscar en otras páginas o alojamientos.

Queremos marcar la diferencia desde nuestra propia página web, cuidando mucho la estética y los pequeños detalles, que tendrán que mostrar calidad y un buen servicio. Nuestra página web representa al negocio, y por tanto, actuará como tal haciendo de carta de presentación para futuros clientes, por lo que tendremos que causar una buena primera impresión. Para conseguirlo subiremos publicaciones interesantes y fotografías

de buena calidad que muestren la realidad del alojamiento, ya que será la imagen que se lleven de nosotros.

Por otra parte, si hablamos de servicios extra, podemos llegar a ser unos competidores fuertes con un valor añadido, visitas guiadas y talleres impartidos por la propia empresa. Ya que por el momento no hay ninguna casa rural que ofrezca este tipo de actividades, sólo empresas dedicadas a cajas de experiencias o similares, con una gran variedad de servicios y productos. Con todo esto decir que el trato por parte del personal del alojamiento tendrá que ser muy bueno ya que será importante que sus valoraciones sean positivas hacia la empresa, para conseguir así la recomendación que tanto deseamos.

El entorno cumple las expectativas de los viajeros ya que valoran que haya una amplia oferta turística en la zona para completar sus viajes a través de actividades o rutas que sirvan para conocer mejor el lugar, o bien, poder disfrutar de la práctica de algún deporte o de la tranquilidad que nos da la naturaleza.

El público al que nos vamos a dirigir es a familias y grupos que buscan un cambio en su vida cotidiana para desconectar y a ser posible en un entorno rural. Quieren relajarse y hacer deporte, además de conocer las culturas y tradiciones de los lugares que visitan, los nuevos cambios en los hábitos de consumo ha ayudado a este tipo de actividades que son complementarias.

Son muchas las empresas que realizan paquetes promocionales con sus productos a precios más reducidos bien para atraer a más gente o bien por evitar la estacionalidad. En nuestro caso y con los precios medios algo inferiores a los de la competencia, hemos querido demostrar aquí nuestro atractivo, ya que ni nuestros competidores más directos como otros de pueblos colindantes, no realizan ningún tipo de promoción de este tipo, y si la realiza, contrata a un especialista externo. Por lo que en este punto marcamos una gran diferencia del resto, que tendremos que aprovechar y sobre todo en los primeros años de creación, porque cuando quieran imitarnos ya seremos los pioneros y contaremos con más experiencia, y si esperemos que a su vez gran reputación.

Para llevar a cabo todas las acciones será muy importante el saber transmitirlo de una manera adecuada, por lo que la comunicación es un punto clave para el éxito, ya que si no lo hiciésemos bien estaríamos perdiendo posibles ventas.

El primer año vamos a tener que soportar una gran inversión que financiaremos a través de un préstamos bancario de 50.000€, si se diese el caso que la ayuda solicitada para la rehabilitación de la vivienda rural nos fuese concedida, pudiendo llegar a ser de un máximo del 35% de la obra, por lo que añadiendo los 30.000€ de la aportación inicial, nos dejaría en una buena situación, ya que el precio del préstamo no sería tan elevado.

Tras la realización del plan de empresa sobre la rehabilitación y puesta en marcha de una casa rural, podemos confirmar que el proyecto es rentable ya casi desde los inicios, debido a que el inmueble es de la propiedad aunque necesitará una rehabilitación de unos 66.000 euros, la propietaria y emprendedora hará un desembolso inicial de 30.000 euros.

La **inversión inicial prevista para el primer año**, incluyendo la rehabilitación del edificio y el acondicionamiento interior ascendería a 79.240,46 euros.

Los **costes fijos mensuales** serían de 1561,2 euros para poner en marcha la casa rural y se **estiman para el primer año unos ingresos** de 10.816 euros.

9. BILIOGRAFÍA

A.D.R.I. CALATAYUD-ARANDA (s.f). *Turismo Ornitológico en las Hoces del Jalón*.

Extraído de: <http://www.turismocalatayud.com/punto/ficha/303>

AGENDA 21 CALATAYUD (s.f). *Documento de síntesis*... Extraído de:

<http://agenda21calatayud.dpz.es/pdf/sistemas.pdf>

AULA NATURALEZA CALATAYUD (s.f).[archivo pdf]. Secundaria Naturaleza:

Guía didáctica. Extraído de:

<http://www.calatayud.es/admin/resources/contenidos/files/2/SegundariaNaturaleza.pdf>

AYUNTAMIENTO DE MUNÉBREGA (2016). *Munébrega muy cerca de ti*. Extraído

de: <http://www.munebrega.es/>

BOLETÍN OFICIAL DE ARAGÓN (6 de noviembre de 2017).[archivo pdf].

Departamento de Desarrollo Rural y Sostenibilidad. ORDEN DRS/1691/2017, de 26 de octubre. Extraído de:

<http://www.boa.aragon.es/cgi-bin/EBOA/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=986851285959>

CAMARA ZARAGOZA (2014).[archivo pdf]. *Viviendas de Turismo Rural: Emprende tú idea de negocio*. Extraído de:

<https://www.camarazaragoza.com/docs/BolsaProyectos/ViviendaTurismoRural.pdf>

CASA RURAL BODEGA DE LOS LOBERA (2017). Extraído de:

<http://www.casaruralbodegadeloslobera.com/>

CASA RURAL MUNDOBRIGA (2018). Extraído de: <http://www.mundobriga.com/>

CASA RURAL PERIQUINA (2018). Extraído de:

<http://www.casaruralperiquina.es/lacasa/>

CASA RURAL SOL Y LUNA (2016) Extraído de:

<http://casaruralsolyluna.com/habitaciones>

CASONA DEL SOLANAR (2018). Extraído de:

<http://www.casonadelsolanar.com/#inicio>

CENTRO DE INFORMACIÓN Y RED DE CREACIÓN DE EMPRESAS (CIRCE) (2018). *Sociedad Unipersonal de Responsabilidad Limitada.* Extraído de: <http://portal.circe.es/esES/emprendedor/SRL/Paginas/SRLSociedadUnipersonaldeResponsabilidadLimitada.aspx>

MILLAN.J (s.f). *Comarca de la Comunidad de Calatayud.* Extraído de: <http://movbrs01.aragon.es/cgi-bin/IDOT/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=839593392727>

DEPARTAMENTO DE TURISMO DEL AYUNTAMIENTO DE CALATAYUD (2012). [Archivo pdf].*Guía Turismo: Calatayud patrimonio y mucho más.* Extraído de: <http://www.calatayud.es/admin/resources/contenidos/files/179/guiaturismo.pdf>

DENOMINACIÓN ORIGEN CALATAYUD (2015) *Calatayud Denominación de Origen.* Extraído de: <http://www.docalatayud.com/bodegas/>

EL MONASTERIO DE PIEDRA (2018). Extraído de: <http://monasteriopiedra.com/el-monasterio-de-piedra/>

EL PERIÓDICO DE ARAGÓN (7 de febrero de 2018). *El turismo de Aragón escala al noveno puesto nacional tras un 2017 histórico.* Extraído de: [http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/economia/turismoaragonescalanovenopuestonacional-2017-historico_1262548.html](http://www.elperiodicodearagon.com/noticias/economia/turismoaragonescalanovenopuesto-nacional-2017-historico_1262548.html)

ESCAPADA RURAL (10 de enero de 2018). *Evolución de precios y consumo del turismo rural 201.* Extraído de:

<http://www.escapadarural.com/observatorio/evoluciondepreciosyconsumodelturismoru7-2/>

ESCAPADA RURAL (18 de abril de 2016). *El turismo rural en Aragón.* Extraído de: <http://www.escapadarural.com/observatorio/informe-aragon/>

ESCAPADA RURAL (31 de enero de 2018). *El ecoturismo en España.* Extraído de: <http://www.escapadarural.com/observatorio/el-ecoturismo-en-espana/>

ESCAPADA RURAL (2018). Extraído de: <https://www.escapadarural.com/>

EUROPA PRESS (7 de febrero de 2018). *Aragón bate todos sus récords en 2017 con un año "histórico" para el turismo.* Extraído de:

<http://www.europapress.es/aragon/noticiaaragonbatetodosrecords2017anohistoricoturio20180207130023.html>

GOOGLE ANALYTICS (2018). Extraído de: <https://www.google.es/intl/es/analytics/>

GRAN ENCICLOPEDIA ARAGONESA (1 de agosto de 2011). *Comarca de la Comunidad de Calatayud.* Extraído de:

http://www.encyclopediaaragonesa.com/voz.asp?voz_id=2832

HERALDO (19 de marzo de 2018). *Crecen un 10% las visitas a las Oficinas de Turismo de Zaragoza.* Extraído de:

<https://www.heraldo.es/noticias/aragon/turismo/2018/03/19/crecenlasvisitassolasoficinasaturismo-zaragoza-1230425-2261087.html>

INSTITUTO ARAGONÉS DE ESTADÍSTICA (IAEST) (2017).[archivo pdf]. *Evolución del Turismo en Aragón 2017.* Extraído de: https://static.hosteltur.com/web/uploads/2018/02/Indicadores_turismo_Aragyn_2017.pdf

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE).(31 de enero de 2018).[Archivo pdf]. *Coyuntura Turística Hotelera (EOH/IPH/IIH. Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos Extrahoteleros.* Extraído de: <http://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/eoat1217.pdf>

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE) (31 de enero de 2017).[archivo pdf]. *Coyuntura Turística Hotelera (EOH/IPH/IIH). Encuesta de Ocupación en Alojamientos Turísticos Extrahoteleros.* Extraído de: <http://www.ine.es/daco/daco42/ocuptr/eoat1216.pdf>

LA ZARANDILLA (2018). *La Zarandilla. Ocio, Educación y Actividades en la Naturaleza.* Extraído de: <https://lazarandilla.es/>

OBSERVATORIO DEL TURISMO RURAL (septiembre de 2015). *El Turismo Rural en Aragón.* Extraído de:

<http://www.escapadarural.com/observatorio/wpcontent/uploads/2016/04/InformeTurismoRural-en-Arag%C3%B3n2.pdf>

PLAN ARAGONÉS DE ESTRATEGIA TURÍSTICA (21 de Junio de 2016). [Archivo pdf].

Plan Aragonés de Estrategia Turística PAET 2016 - 2020. Extraído de:

<http://www.famcp.es/wp-content/uploads/Plan-Aragones-estrategia-turistica.pdf>

RED NATURAL DE ARAGÓN (8 de enero de 2018). Reserva Natural de la Laguna de Galocanta. Extraído de:

<http://www.rednaturaldearagon.com/reservanatural/reservanaturaldelalagunadegallocana/>

TURISMO DE ARAGÓN (23 de enero de 2017). *Aumentan las consultas en las Oficinas de Turismo de Aragón un 4.51% respecto al 2015.* Extraído de: <https://www.turismodearagon.com/en/node/17610#.WzSeSNUzbIU>

TURISMO DE ZARAGOZA (2 de noviembre de 2016). *Calatayud.* Extraído de: <https://www.turismodezaragoza.es/provincia/pueblos/calatayud.html>

TURISMO DE ZARAGOZA (13 de agosto de 2017). *Castejón de Alarba.* Extraído de: <https://www.turismodezaragoza.es/provincia/pueblos/castejon-de-alarba.html>

WEATHER SPARK (31 de diciembre de 2016). *El clima promedio en Calatayud.* Extraído de:

<https://es.weatherspark.com/y/40581/ClimapromedioenCalatayudEspa%C3%B1adurante-el-a%C3%B1o>

WIKIPEDIA (23 de junio de 2018). *Castejón de Alarba.* Extraído de:

<http://movbrs01.aragon.es/cgi-bin/IDOT/BRSCGI?CMD=VEROBJ&MLKOB=839593392727>