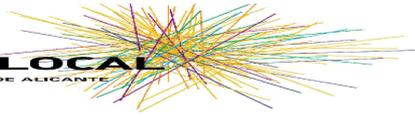


## PLAN DE EMPRESA: CASA DE TURISMO RURAL

1. Identificación del proyecto
2. Datos de las personas que promueven el proyecto
3. Descripción del producto y mercado
4. Estudio del mercado
5. Plan de Márketing
6. Plan de Producción
7. Organización y recursos Humanos
8. Plan económico –financiero
9. Aspectos Formales
10. Valoración Final
11. Anexos



## 1. IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

### 1. EMPRESA / PROYECTO:

Nombre de la empresa

### 2. DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD

La actividad consiste en la oferta de servicios de alojamiento realizadas en un espacio rural y dirigidas principalmente a los habitantes de ciudades que buscan un entorno autóctono y en contacto con la población local.

El espacio donde se desenvolverá la actividad será una casa rural o albergue turístico de alojamiento compartido donde habrá instalaciones de uso colectivo, cuya estancia será como máximo de 15 días. En el entorno cercano hay disponibilidad de disfrutar de las actividades más comunes de turismo rural: senderismo, alquiler de bicicletas, visitas guiadas, equitación, actividades agrícolas, etc.

### 3. UBICACIÓN DE LA EMPRESA

La casa rural estará situada en una localidad interior de la Comunidad Valenciana.

### 4. FECHA DE INICIO DE LA ACTIVIDAD

### 5. FORMA JURÍDICA ADOPTADA

Empresario individual en régimen de autónomo.

## 2. IDENTIFICACIÓN DE LOS PROMOTORES

### 1. DATOS PERSONALES

Nombre:

Domicilio:

DNI:

### 2. VIDA LABORAL Y EXPERIENCIA

El promotor tiene formación y experiencia en actividades turísticas.

## 3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO Y DEL MERCADO

### 1. SEGMENTOS DE MERCADO AL QUE VA DIRIGIDO

El perfil de persona que visita los lugares de turismo rural en la Comunidad Valenciana está formado principalmente por valencianos que valoran positivamente un emplazamiento lo más natural posible, saliendo del estrés de la ciudad.

### 2. DESCRIPCIÓN DE LAS CARACTERÍSTICAS DEL PRODUCTO O SERVICIO.

Nuestro servicio se dedicará al turismo de interior, en oposición a aquel turismo que tiene lugar en las áreas litorales. Nuestra actividad se dedicará principalmente al alojamiento en una casa rural donde se pueda disfrutar del turismo de naturaleza y esparcimiento.

### 3. ELEMENTOS INNOVADORES QUE APORTAN

4.

Nos centraremos en prestar servicio de alojamiento, aprovechando la existencia de terceras empresas del alrededor que prestan las actividades típicas del turismo rural. De esta forma podremos prescindir de costes de personal e instalaciones. Nuestra labor será informar al cliente y facilitar el contacto con dichas empresas.

## 4. ESTUDIO DEL MERCADO

### 1. ESTUDIO DEL MACROENTORNO Y SECTOR

En el 2008 el número de plazas de alojamiento rural en España ascendió a 114818 y experimentó un crecimiento del 11,1% respecto al año anterior.

Los principales destinos fueron Castilla y León, Cataluña, Asturias, Andalucía y la Comunidad Valenciana (ocupando un 5º puesto y suponiendo una cuota del 7,13%). En la Comunidad Valenciana existen un total de 1039 establecimientos y 9619 plazas de alojamiento rural. La oferta viene registrando un crecimiento continuo.

Sin embargo este crecimiento de la oferta ha venido acompañado de un descenso del grado de ocupación progresivo.

Los alojamientos de turismo rural en España en el año 2008 emplearon a 19828 personas. En la Comunidad Valenciana registró el 6,45% del total de empleados.

El uso de nuevas tecnologías en comercialización y promoción en los establecimientos de alojamiento rural en la Comunidad Valenciana es todavía reducido. Aunque la mayoría dispone de página Web y se promocionan a través de ella, las ventas por Internet son todavía muy reducidas y se encuentran por debajo de la media nacional.

La demanda en alojamientos rurales, en cambio ha experimentado en el año 2008 una evolución negativa en el conjunto de España con decrecimiento tanto en el número de viajeros como en el de pernoctaciones. Esta tendencia va acorde al comportamiento del turismo en general dada la situación económica

general. De todas formas según Informe de Turismo del 2008 de la Comunidad Valenciana de la Consellería Valenciana de Turismo, España pasa a ocupar el tercer lugar en el movimiento turístico internacional respecto a llegadas turísticas mientras que se mantuvo en un segundo puesto en la escala de ingresos. De ahí la importancia que tiene el sector turístico en la economía española

El grado de ocupación por plazas en alojamientos de turismo rural en España fue del 18,14% alcanzando el 30,5% durante los fines de semana. El mes de agosto registró los niveles máximos de ocupación (44,8%). La estancia media de los turistas españoles fue de 2,7 días mientras que para los extranjeros fue de 5,2 días. La estancia media total de los turistas ha disminuido en 0,3 puntos respecto al 2007.

La demanda en establecimientos de alojamiento rural en el año 2008 sigue siendo mayoritariamente de turistas españoles (90%) con una cifra de 2.365.426 viajeros españoles frente a 261.395 viajeros extranjeros. La mayoría de las pernoctaciones realizadas por españoles corresponden a madrileños, catalanes y procedentes de la Comunidad Valenciana. Entre los extranjeros los que más usan este tipo de alojamiento son alemanes (40%), ingleses y franceses.

La Comunidad Valenciana registra el 4,69% de dichas pernoctaciones.

La Comunidad alojó a 120.654 viajeros en establecimientos de alojamiento rural y realizaron 367.448 pernoctaciones, cifras del 12,5% y 11,1% inferiores a las registradas en el 2007.

Los viajeros en turismo rural en la Comunidad son de procedencia nacional en un 94% siendo el 80% originarios de la Comunidad Valenciana. La estancia media de los viajeros fue de 3,05 días, similar a la media nacional.

En el 2008, el 10% de los viajeros tuvo como destino principal la Comunidad Valenciana, manteniendo de llegadas respecto al año anterior. La comunidad Valenciana es uno de los destinos donde menos se recurre al alojamiento hotelero (36,4% de los turistas), repartiéndose el resto, entre el uso de vivienda gratuita el 45% (propia o de familiares o de amigos) y el 18,6% alquiló un alojamiento no hotelero en esta comunidad. Esto supone una caída de los alojamientos hoteleros del 5,9% aumentando en un 5,5% el uso de otro tipo de establecimiento.

*La Comunidad Valenciana mostró el mayor grado de fidelidad al destino, el 91% de los turistas repitieron visita .Por comunidades autónomas, la Comunidad Valenciana volvió a ser la más valorada, con un total de 9 puntos sobre 10.*

## 2. CLIENTES

El turista rural en la Comunidad Valenciana tiene una edad comprendida entre 26 y 50 años (54%). El segmento de menores de 26 años también es importante (20%).

Viaja en pareja (32%), con amigos (31%) , en familia (23%) o en grupo (11%). Elige el destino a través de la recomendación de amigos o familiares e Internet. Esta última fuente es la más utilizada por los extranjeros.

Las actividades que realiza en destino están relacionadas con cultura( visitas a pueblos, fiestas, etc. ) y las actividades complementarias (gastronomía, compras..)Las actividades de turismo activo en la naturaleza no son tan frecuentes.

Valora favorablemente la gastronomía, la restauración y la relación experiencia-precio de los destinos. La oferta comercial, cultural y de entretenimiento también es positiva aunque recibe valoraciones inferiores.

En lo relativo a las características físicas del entorno el aspecto mejor valorado es el atractivo de la zona y el cuidado limpieza del medio ambiente, la tranquilidad y los servicios de información turística.

El 87% realizó un gasto medio diario inferior a 60 euros en restauración y otros servicios complementarios. Tan solo el 7% se gastó por encima de los 60 euros. La estacionalidad suele estar centralizada en los meses de verano. También hay un aumento de la demanda en los meses de Semana Santa y Diciembre.

## 3. PROVEEDORES

Nuestros proveedores serán grandes superficies para los materiales necesarios, la forma de pago será normalmente al contado.

Externalizamos a una empresa de limpieza el cuidado de la casa y el asesoramiento legal.

#### 4. COMPETENCIA

Realizamos la siguiente estimación del tamaño del mercado según los datos del Informe de Turismo del 2008 de la Comunidad Valenciana de la Conselleria Valenciana de Turismo:

	NUMERO	PLAZAS	NIVEL OCUPACION	PLAZAS OCUPADAS
PROVINCIA ALICANTE	219,00	2.202,00	12,80%	281,86
PROVINCIA CASTELLON	502,00	4.015,00	10,30%	413,55
PROVINCIA VALENCIA	318,00	3.402,00	14,00%	476,28
COMUNIDAD VALENCIANA	1.039,00	9.619,00	12,18%	1.171,68

	tasa variación numero casas en porcentaje			tasa variación numero plazas en porcentajes		
	2006	2007	2008	2006	2007	2008
PROVINCIA ALICANTE	5,3	8,1	2,8	2,1	6,7	2,6
PROVINCIA CASTELLON	6,8	6,8	6,6	6,4	6,2	6,1

PROVINCIA VALENCIA	4,2	8,5	8,2	4,1	6,6	6,2
COMUNIDAD VALENCIANA	5,43	7,80	5,87	4,20	6,50	4,97

El nivel de ocupación según datos del INE para el 2008 ha sido el siguiente:

	ALICANTE	CASTELLON	VALENCIA	COMUNIDAD VALENCIANA
ENERO	7,17	5,3	4,26	5,37
FEBRERO	8,12	5,88	5,67	6,35
MARZO	14,12	16,79	17,74	16,49
ABRIL	9,75	7,79	15,09	10,88
MAYO	11,94	7,94	18,18	12,53
JUNIO	11,39	10,45	16,79	12,97
JULIO	21,32	11,76	21,65	17,42
AGOSTO	30,02	23,93	26,53	26,19
SEPTIEMBRE	13,06	7,37	8,83	9,04
OCTUBRE	9,77	7,73	11,48	9,51
NOVIEMBRE	6,88	7,73	8,39	7,14
DICIEMBRE	10,09	12,66	12,14	11,91
TOTAL	12,83	10,36	14,07	12,21

Datos del INE:

	Número de establecimientos abiertos estimados	Número de plazas estimadas	Grado de ocupación por plazas	Grado de ocupación por habitaciones	Grado de ocupación por plazas en fin de semana	Personal empleado
DICIEMBRE	937	8448	11,91	15,94	16,32	1303
NOVIEMBRE	903	8169	7,14	10,52	14,28	1268
OCTUBRE	902	8295	9,51	14,35	18,67	1244
SEPTIEMBRE	885	8052	9,04	14,37	19,72	1231
AGOSTO	887	8267	26,19	39,38	31,2	1273

JULIO	892	8356	17,42	19,58	22,39	1324
JUNIO	889	8333	12,97	16,35	18,99	1349
MAYO	894	8418	12,53	15,46	19,47	1317
ABRIL	861	8196	10,88	13,74	19,36	1294
MARZO	867	7963	16,49	22,62	26,21	1250
FEBRERO	870	7885	6,35	11,18	12,6	1240
ENERO	862	7747	5,37	8,09	9,06	1258

A excepción de la provincia de Alicante los porcentajes de aumento de número de casas y plazas en el 2008 es similar al del año anterior.

El volumen de facturación de las casas rurales en la provincia de Valencia suele oscilar entre 32.000 y 52.000 euros anuales.

Aunque la presión de la competencia de balnearios y hoteles y hostales no es excesiva ya que ofrecen productos diferentes valoramos también su existencia.

Los balnearios pueden tener dos efectos:

- Ofrecen servicios con características similares, pueden ser competidores. La ventaja es que tienen que estar situados en lugares específicos (aguas termales, mineromedicinales...)
- La presencia de un balneario en la zona puede servir de promoción de la zona en su conjunto y servir de actividad complementaria.

Los hoteles y hostales no suelen ofrecer actividades complementarias, por lo que podemos competir con ellos intensificando las actividades de alojamiento a precio menor que un hotel y realizar acuerdos con ellos para derivar clientes de restauración.

De los municipios que concentran una mayor oferta turística especializada en turismo rural destacan : Morella, Benasal, Montanejos.

## 5. ANÁLISIS DAFO

**Nivel interno**

### **Debilidades**

Estacionalidad

Dificultad de encontrar personal especializado para las actividades de ocio  
Alto coste de rehabilitación e inversión, necesidad de financiación.

### **Fortalezas**

Escasa presión de las agencias de viaje y agentes mediadores al no ser un mercado masificado y atomizado, en cuanto a los precios que cobran en sus comisiones

Buena relación calidad precio (se puede llegar a un segmento amplio de la población)

Estructura de personal flexible (la estacionalidad hace que se contrate menos personal en época baja o incluso en determinados días y horarios, lo que ahorra costes salariales)

Cercanía de establecimientos gastronómicos de calidad cercanos para informar a nuestros clientes.

Cercanía de establecimientos que ofertan actividades típicas de turismo rural

Cercanía de pueblos para realizar visitas culturales.

Precios competitivos de alojamiento al ahorrar costes al no ofertar otras actividades.

### **Nivel externo**

#### **Amenazas**

Aumento de la oferta de turismo rural, acompañada de un descenso de la demanda y del grado de ocupación .

Industrialización del entorno (estropean paisaje)

Infraestructuras del entorno (estropean paisaje)

Actividad poco desarrollada en la comunidad valenciana (se prefiere turismo de playa, aunque hay tendencia a crecimiento del turismo rural)

#### **Oportunidades**

Fidelidad a través del servicio (el cliente satisfecho repetirá y hará publicidad boca a boca)

Demanda creciente de la sociedad urbana de este servicio (yacimiento empleo)

Apoyo institucional (infraestructura y subvenciones)

Disminuye el nivel de ocupación hotelera

## **5. PLAN DE MARKETING**

## 1. TIPO DE PRODUCTO O SERVICIO

Para desarrollar nuestra actividad contamos con una casa de aldea restaurada con seis habitaciones dobles.

La actividad fundamental será el alojamiento, en la que primará un trato de calidad al cliente, buscando los servicios básicos que preste cualquier hotel:

Instalaciones de aire acondicionado. Existirán procedimientos escritos de calidad en el trato y atención y para la atención de higiene, limpieza, adecuado funcionamiento de las instalaciones. También libro de reclamaciones.

La decoración de la casa irá de acuerdo al entorno utilizando materiales como madera, piedra, cerámica...

Ofreceremos como actividad de forma gratuita como forma de fidelizar al cliente facilitar bicicletas de paseo.

El resto de productos: restauración y actividades complementarias (senderismo, visitas guiadas, caballos, ) las ofreceremos de forma indirecta , informando al cliente dónde pueden disfrutar de ellas en los establecimientos cercanos.

## 2. PRECIO

Los precios se establecerán según los ofertados por la competencia. De forma orientativa:

Precio por persona y día .... Mínimo 35 máximo 45

Precio por habitación y día.. Mínimo 50 máximo 90

Precio por casa/día.....Mínimo 100 máximo 450

## 3. PUNTO DE VENTA O DISTRIBUCIÓN

La prestación del servicio se realizará en la casa rural.

La venta se realizará de dos formas: directa e indirecta.

.Para la venta directa

.-Utilizaremos el uso de nuestra página Web

.-Asumiremos también costes por publicidad directa en los alrededores

.-Nos aseguraremos que el acceso a la casa esté lo suficientemente señalado para evitar problemas de pérdidas de clientes.

La venta indirecta se realizará a través de intermediarios:

.-A través de Agencias de Viaje, (suelen cobrar un 10% de la venta por su servicio)

.-Central de reservas de viaje por Internet

#### 4. PUBLICIDAD Y COMUNICACIÓN

Para darnos a conocer sobre todo utilizaremos entidades de carácter público y privado especializadas en realizar la comunicación entre oferta y demanda:

- o Agencia Valenciana de Turismo
- o Patronatos provinciales de Turismo
- o Central de Reservas
- o Páginas Web especializadas
- o Agencias de Viajes

De forma individual :

- o Página Web
- o Tarjetas de Visita
- o Guía de Turismo Rural
- o Boca a Boca.
- o Señalización adecuada en las distintas rutas de acceso, servirá como promoción y para facilitar el acceso al cliente.

## 6. PLAN DE PRODUCCION

### 1. DESCRIPCIÓN DEL PROCESO PRODUCTIVO O CIRCUITO DE PRESTACIÓN DE SERVICIOS.

El cuidado de las instalaciones y abastecimiento del local vendrá de mano del promotor, con el apoyo de la empresa de limpieza y mantenimiento contratada.

El promotor también llevará a cabo el procedimiento de información turística, recepción y atención del cliente.

## 2. PLAN DE VENTAS

Las ventas anuales se calculan según el número de plazas disponibles, calculando un grado de ocupación y un precio medio (35 euros para temporada baja y 45 para temporada alta). El crecimiento de las ventas para los tres años siguientes los calculamos suponiendo un crecimiento del grado de ocupación y de los precios del 2% para los dos primeros años y del 3% para el tercer año.

	numero de plazas disponibles por habitación	numero habitaciones	numero o plazas	plazas disponibles mes	ocupación	plazas ocupadas	precio medio	total venta
enero	2	6	12	372	26	96,72	45	4.352,40
febrero	2	6	12	336	13	43,68	35	1.528,80
marzo	2	6	12	372	13	48,36	35	1.692,60
abril	2	6	12	360	48	172,80	45	7.776,00
mayo	2	6	12	372	11	40,92	35	1.432,20
junio	2	6	12	360	44	158,40	35	5.544,00
julio	2	6	12	372	65	241,80	45	10.881,00
agosto	2	6	12	372	91	338,52	45	15.233,40
septiembre	2	6	12	360	52	187,20	35	6.552,00
octubre	2	6	12	372	22	81,84	35	2.864,40
noviembre	2	6	12	360	13	46,80	35	1.638,00
diciembre	2	6	12	372	57	212,04	45	9.541,80
<b>TOTAL</b>				<b>4.380,00</b>	<b>38,11</b>	<b>1.669,08</b>	<b>41,36</b>	<b>69.036,60</b>

	incremento porcentaje ocupación y de los precios	ventas
<b>Año 2</b>	2%	71.825,68
<b>Año 3</b>	2%	74.727,44
<b>Año 4</b>	3%	79.278,34

Indicar formas de cobro: Las formas de cobro serán al contado, con importes anticipados.

### 3. PLAN DE GASTOS

Dado que se trata de una empresa de servicios no cabe analizar plan de compras, ya que las únicas existencias posibles: materiales de limpieza... se consideran gasto del ejercicio y el resto inmovilizado amortizable. Por lo que analizamos la estructura de gastos que casi permanecerá constante a lo largo de los tres años siguientes a la apertura del negocio. El plan de gastos no va a variar significativamente en los tres próximos años.

Los gastos de materiales de limpieza se abonarán al contado. Se adquirirán a grandes superficies. El resto de gastos se abonarán dentro del mes que devengan.

Los gastos en los tres próximos años los suponemos fijos, salvo el sueldo del promotor que aumenta en el porcentaje de las ventas.

### 4. PROGRAMA DE PRESTACIÓN DEL SERVICIO

Las unidades que se van a producir son las previstas en el plan de ventas, los costes los asociados a la cuenta de gastos previsional.

Las ventas tienen estacionalidad en los meses de agosto, julio, diciembre y en menor medida enero. También en los meses de semana santa.

La venta también se concentra en los fines de semana.

En resumen el calendario se ajusta al periodo vacacional.

Los equipos e instalaciones necesarios para la prestación del servicio se ajustan a la normativa aplicable a nuestro sector: DECRETO 188/2005, de 2 de diciembre, Regulador del Alojamiento Turístico Rural en el Interior de la Comunidad Valenciana. Ejemplo:

Dos cuartos de baño hasta doce plazas

Capacidad máxima de hasta 16 plazas

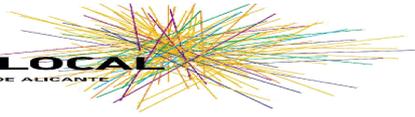
En ningún caso podrán instalarse camas supletorias o sofás-camas en el comedor, en el salón, en el salón-comedor, u otras estancias análogas.

Se cumplirán los Requisitos específicos Estándar indicados en la Ley: Información sobre recursos turísticos, otros datos de interés en dos idiomas, Cajas fuertes individuales , Aire acondicionado o climatización en todo el alojamiento

Habitaciones: Dobles 12 m , Dotación: camas, Papelera , Mesitas noche , Sillas , Armario con puertas , Perchas , Punto de luz junto a las camas . Espejo, Servicios higiénico-sanitarios Estándar, Superficies Incorporados a habitaciones 3,5 m<sup>2</sup>. Dotaciones: Lavabo, Bañera o ducha, Bidé, Inodoro, Espejo, Toma de corriente junto lavabo con indicador de voltaje, Toallero Perchero, secador de pelo, Cubo higiénico, Banqueta , Repisa para objetos de tocador o similar  
Cocina, superficie 5 m cuadrados con las instalaciones descritas en la norma

Locales en propiedad	Metros cuadrados	Valor de adquisición euros
<b>Terrenos y construcciones</b>		<b>68.000</b>
<b>Rehabilitación vivienda</b>		<b>79.000</b>
<b>Otras construcciones(exteriores: muros, rehabilitación del gallinero, pozos y aparcamientos)</b>		<b>5.300</b>

CONDICIONES DE LA REHABILITACIÓN	
-Demoliciones, excavaciones, estructura	19.750
- Albañilería, saneamiento, cubierta y revestimientos	22.120



- Carpintería, vidriería, pintura, electricidad, fontanería	24.490
- Calefacción	4.740
- Licencia obras, proyecto dirección y ejecución	7.900
<b>Total reforma</b>	<b>79.000</b>

Instalaciones	descripcion	importe	iva	total	Forma de pago
Elementos para las actividades		1.600			

Mobiliario	descripcion	importe	iva	total	Forma de pago
Habitaciones, comedor, complementos		9.770			

Equipos informáticos	descripcion	importe	iva	total	Forma de pago
Equipos informáticos y otros		1.300			

El promotor realizará el proceso de producción, apoyándose en la ayuda de familiares y en los establecimientos del alrededor con los que cuenta con apoyo lazos de familiaridad y amistad.

Con el crecimiento del negocio en los próximos años tiene pensado centralizar actividades de restauración y otras actividades contratando al personal asalariado necesario.

Se tiene en cuenta los requisitos generales del decreto 188/2005: (abastecimiento agua y suministro, aguas potables, comunicación telefónica, primeros auxilios.....). Se tiene en cuenta los aspectos requeridos en dicho decreto para solicitar la calificación de casa rural que se enumeran en aspectos legales.

Existencias en almacén y su rotación. Prever si existe estacionalidad en el suministro de materias primas o cualquier otra incidencia.

## 7. Organización y recursos humanos

Los recursos humanos recaen sobre la persona del promotor. El sueldo previsto inicial es de 14.000 euros anuales.

## 8. Plan Económico-financiero

**Plan de Inversiones** En plan de inversiones se trata de valorar y cuantificar lo que va a suponer la inversión inicial de la puesta en marcha

INVERSIÓN INICIAL	TOTAL EN EUROS
<b>ACTIVO NO CORRIENTE</b>	168.170,00
Gastos de primer establecimiento	3.200,00
Edificios, locales y terrenos	68.000,00
Obras de acondicionamiento	84.300,00
Elementos de transporte, bicicletas	1.600,00
Mobiliario y Enseres	9.770,00
Equipo informático	1.300,00
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	6.286,00
Tesorería	6.286,00
<b>TOTAL INVERSION INICIAL</b>	174.456,00

Los gastos de establecimiento recogen los gastos de constitución y de publicidad del primer año (1000 euros).

La tesorería inicial necesaria recoge los siguientes gastos estimados para hacer frente a los dos primeros meses:

Consumibles (Productos higiene, droguería, etc.)de dos meses	200
Sueldos (Sueldo del emprendedor de dos meses 1000 euros mas prorrateo pagas extras )	2.695,00
Seguridad Social( Autónomos : 240 euros durante 2 meses)	960,00
Suministros (Electricidad, calefacción, agua, etc...)	460,00
Comunicaciones (fijo, móvil, Internet)	200,00
Servicios exteriores (Asesoría 80 euros mensuales y empresa de limpieza 250 euros al mes)	660,00
Publicidad y propaganda	50,00
Gastos financieros	811,00
Primas de seguros	250,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>6.286,00</b>

#### Plan de financiación

<b>FUENTE DE FINANCIACION DE INVERSIONES</b>	<b>IMPORTE EUROS</b>
<b>RECURSOS PROPIOS</b>	
Capital	74.000,00
<b>RECURSOS AJENOS</b>	
Créditos con entidades financieras	100.456,00
<b>TOTAL FINANCIACION</b>	<b>174.456,00</b>

Se obtiene un préstamo amortizable a 20 años y con tipo de interés del 4,5%

#### Balance de situación

<b>BALANCE DE SITUACION</b>	<b>IMPORTE EUROS</b>
<b>ACTIVO</b>	
A)ACTIVO NO CORRIENTE	129.970,14

Inmovilizado	129.970,14
<b>B)ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>56.866,85</b>
Hacienda pública Iva a devolver	20.072,20
Tesorería	36.794,65
<b>TOTAL ACTIVO (A+B)</b>	<b>186.836,99</b>
<b>PATRIMONIO NETO Y PASIVO</b>	
<b>A)PATRIMONIO NETO</b>	<b>88.605,99</b>
A.1. Fondos propios	88.605,99
Capital	70.000,00
Resultados	18.605,99
<b>B)PASIVO NO CORRIENTE</b>	<b>92.164,55</b>
Deudas a LP con entidades financieras	92.164,55
<b>C)PASIVO CORRIENTE</b>	<b>6.066,45</b>
Deudas a CP con entidades financieras	5.120,25
Hacienda pública acreedora por IRP	946,20
<b>TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO (A+B+C)</b>	<b>186.836,99</b>

El inmovilizado va neto de IVA y amortización.

**Cuenta de explotación previsional.**

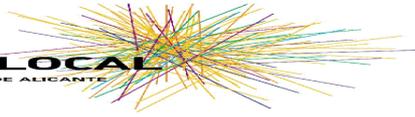
<b>CUENTA DE EXPLOTACIÓN PREVISIONAL</b>	<b>AÑO 1</b>	<b>AÑO 2</b>	<b>AÑO 3</b>
<b>INGRESOS</b>			
Ventas	69.036,60	71.825,68	74.727,44
<b>TOTAL INGRESOS</b>	<b>69.036,60</b>	<b>71.825,68</b>	<b>74.727,44</b>
<b>GASTOS</b>			
Compras de productos	1.200,00	1.200,00	1.200,00
Suministros	3.860,00	3.960,00	3.960,00
Reparación y conservación	360,61	460,00	480,00
Publicidad y Propaganda	1.300,00	300,00	300,00

Primas de Seguros	1.000,00	1.000,00	1.000,00
Servicios profesionales independientes	3.960,00	3.960,00	3.960,00
Tributos	130,00	130,00	130,00
Otros gastos	2.200,00		
Sueldos y Salarios	14.000,00	14.280,00	14.565,60
Seguridad Social Régimen Autónomos	2.880,00	2.880,00	2.880,00
Gastos financieros	4.536,00	4.536,00	4.536,00
Amortizaciones	15.004,00	15.004,00	15.004,00
<b>TOTAL GASTOS</b>	<b>50.430,61</b>	<b>47.710,00</b>	<b>48.015,60</b>
<b>RESULTADO</b>	<b>18.605,99</b>	<b>24.115,68</b>	<b>26.711,84</b>

**Plan de Tesorería.**

APRENDE A EMPRENDER

PLAN DE TESORERÍA	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
<b>COBROS</b>												
Clientes	4.657,07	1.635,82	1.811,08	8.320,32	1.532,45	5.932,08	11.642,67	16.299,74	7.010,64	3.064,91	1.752,66	10.209,73
Prestamos	104.456,00											
Capital	70.000,00											
<b>TOTAL COBROS</b>	<b>179.113,07</b>	<b>1.635,82</b>	<b>1.811,08</b>	<b>8.320,32</b>	<b>1.532,45</b>	<b>5.932,08</b>	<b>11.642,67</b>	<b>16.299,74</b>	<b>7.010,64</b>	<b>3.064,91</b>	<b>1.752,66</b>	<b>10.209,73</b>
<b>PAGOS</b>												
Proveedores	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00	116,00
Acreedores por Suministros	373,13	373,13	373,13	373,13	373,13	373,13	373,13	373,13	373,13	373,13	373,13	373,13
Acreedores por Reparación y conservación.	34,86	34,86	34,86	34,86	34,86	34,86	34,86	34,86	34,86	34,86	34,86	34,86
Acreedores por Publicidad y Propaganda	1.189,00	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00	29,00
Acreedores por Primas de Seguros	250,00			250,00			250,00			250,00		
Acreedores por Servicios profesionales independien	382,80	382,80	382,80	382,80	382,80	382,80	382,80	382,80	382,80	382,80	382,80	382,80
impuestos					130,00							
Pago de Irap (trimestral)				925,00			925,00			925,00		
Acreedores por Inversión	168.170,00											
Otros acreedores: notarios y licencias iniciales	2.200,00											
Sueldos y Salarios	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67	1.166,67
Seguridad Social Régimen de Autónomos	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00	240,00
Pago gastos financieros de préstamos bancarios	433,00	378,00	377,00	376,00	375,00	374,00	373,00	372,00	371,00	370,00	369,00	368,00
Pagos cuota de amortización de préstamos bancarios	282,00	283,00	284,00	285,00	286,00	287,00	288,00	289,00	290,00	291,00	292,00	293,00
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>174.837,46</b>	<b>3.003,46</b>	<b>3.003,46</b>	<b>4.178,46</b>	<b>3.133,46</b>	<b>3.003,46</b>	<b>4.178,46</b>	<b>3.003,46</b>	<b>3.003,46</b>	<b>4.178,46</b>	<b>3.003,46</b>	<b>3.003,46</b>
<b>SALDO DE TESORERIA mes</b>	<b>4.275,61</b>	<b>-1.367,64</b>	<b>-1.192,38</b>	<b>4.141,86</b>	<b>-1.601,00</b>	<b>2.928,62</b>	<b>7.464,21</b>	<b>13.296,28</b>	<b>4.007,18</b>	<b>-1.113,55</b>	<b>-1.250,80</b>	<b>7.206,27</b>
<b>SALDO ACUMULADO TESORERIA</b>	<b>4.275,61</b>	<b>2.907,97</b>	<b>1.715,59</b>	<b>5.857,45</b>	<b>4.256,45</b>	<b>7.185,07</b>	<b>14.649,28</b>	<b>27.945,56</b>	<b>31.952,74</b>	<b>30.839,19</b>	<b>29.588,39</b>	<b>36.794,65</b>



## 9. Aspectos formales

La normativa valenciana que regula los establecimientos turísticos de alojamiento rural se desarrollan en el Decreto 188/2005 de 2 de diciembre. Para la solicitud de la casa rural, cuyo plazo de entrega puede suponer mínimo de seis meses hay que seguir los siguientes trámites:

- o La solicitud de autorización de casa rural e inscripción en el Registro General de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunidad Valenciana, cumplimentada en modelo normalizado, se dirigirá al Servicio Territorial de Turismo de la provincia donde se ubique el establecimiento, órgano competente para la ordenación e instrucción del procedimiento, acompañada de la siguiente documentación:
  - o a) Acreditación de la personalidad física o jurídica del titular de la explotación.
  - o b) Acreditación de la disponibilidad del inmueble para su uso como alojamiento turístico en casa rural.
  - o c) Certificado del Ayuntamiento relativo a las siguientes materias:
    - Garantías de funcionamiento del abastecimiento de agua y suministro de energía.
    - Calidad del agua para el consumo humano.
    - Efectividad de los sistemas de eliminación de residuos sólidos y evacuación de vertidos.
  - o d) Cédula de habitabilidad de la vivienda, o certificación de técnico municipal sobre el cumplimiento de las normas de habitabilidad y diseño de viviendas.
  - o e) Cuando proceda, por encontrarse el establecimiento sito en suelo no urbanizable común, la declaración de interés comunitario que atribuya el correspondiente uso y aprovechamiento turístico.
  - o f) En el caso de solicitarse la especialidad de “masía”, “alquería” o “riurau”, documentación que las identifique como tales.
  - o g) Para obtener la especialidad “casa de pueblo”, se requerirá certificación municipal acerca de la conservación o rehabilitación de la vivienda de conformidad con la arquitectura y materiales tradicionales de la zona donde se ubique.

- o h) Documento en el que conste el cumplimiento de las medidas de seguridad y, en especial, la normativa vigente en materia de protección contra incendios,.

En cuanto al resto de trámites:

- o Solicitud de licencia de obra y acondicionamiento del local
- o Solicitud de licencia de apertura o comunicación medioambiental
- o Declaración previa de inicio de actividad modelo 036 se solicita en Hacienda
- o Alta en régimen especial de la Seguridad Social (autónomos)

## 10. Valoración

El plan de producción y de inversiones nos indica los recursos necesarios que vamos a necesitar para poner en marcha el negocio, indicando nuestra capacidad. El plan de financiación nos indica los recursos financieros con los que contamos para la puesta en marcha.

La cuenta de resultados previsional nos muestra que se obtienen beneficios crecientes en los tres primeros años, luego el negocio es rentable.

El activo corriente es superior al pasivo corriente, y las previsiones de tesorería favorables, por lo que se cuenta con la liquidez a corto plazo.

Se cuenta con activos que permanecerán en la empresa a largo plazo y con recursos patrimoniales propios que nos permiten hacer frente a las deudas a largo plazo, por lo que el negocio es solvente.

## 11. Anexos

En este punto se añadirá toda la información que sea sirva de apoyo al proyecto: Identificación de la promotora y de la empresa.: DNI o NIE, C.IF Informe de Vida Laboral y currículos Datos, estadísticas, censos que has

utilizado para el estudio de mercado. Presupuestos de la inversión a realizar.  
Pre-contrato o borrador del contrato de alquiler. Planos y fotos del local,  
Catálogo o fotos de productos .Cartas de apoyo, etc