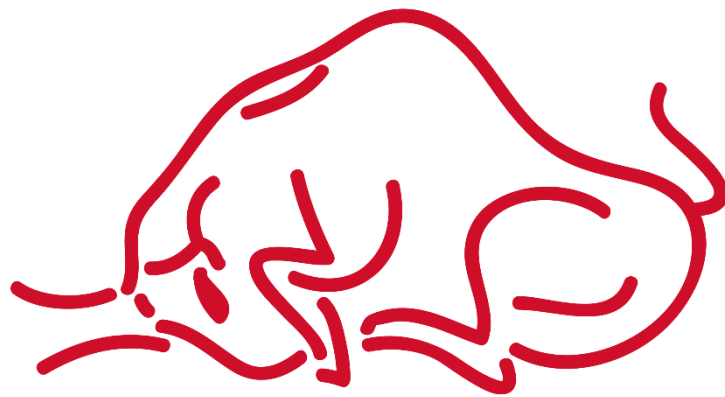




Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2019/2020

ALICIA ANTÓN NIÑO

PLAN DE VIABILIDAD DE APARTAMENTOS TURÍSTICOS EN ISLA

VIABILITY PLAN FOR TOURIST APARTMENTS IN ISLA

DIRECTOR

D. Pedro G. Cornejo Martín



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

GRADO EN TURISMO

Trabajo Fin de Grado

Curso académico 2019/2020

Fecha de entrega: 16/09/2020

AUTORA: Alicia Antón Niño

TÍTULO: Plan de viabilidad de apartamentos turísticos en Isla

DIRECTOR: Pedro G. Cornejo Martín

TRIBUNAL:

Nombre:

Firma:

Nombre:

Firma:

En Santander a

ÍNDICE

AGRADECIMIENTOS.....	6
RESUMEN.....	7
ABSTRACT	7
1. INTRODUCCIÓN	9
2. OBJETIVOS.....	12
3. METODOLOGÍA.....	13
4. IDEA DEL NEGOCIO	15
5. ANÁLISIS DEL MERCADO.....	18
5.1 EL MERCADO.....	18
5.2 COMPETENCIA.....	19
5.3 TIPOS DE CLIENTES.....	19
5.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO.....	20
5.5 ANÁLISIS DAFO	20
5.6 SITUACIÓN ACTUAL – COVID-19	22
6. ASPECTOS JURÍDICOS	25
6.1 PLAN ESPECIAL ISLA.....	29
7. APARTAMENTOS “EL JARDÍN DE ISLA”	31
7.1 LOCALIZACIÓN.....	31
7.2 INSTALACIONES	31
7.3 CALENDARIO DE APERTURA.....	36
8. PLAN DE MARKETING.....	37
8.1 ESTRATEGIA DE MARKETING.....	37
8.2 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS.....	37
8.3 PLAN DEL PRODUCTO	39
8.4 PRECIOS	41
8.5 DISTRIBUCIÓN	42
8.6 PROMOCIÓN	43
9. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO	45
9.1 DESCRIPCIÓN DE LA INVERSIÓN	45
9.2 PREVISIÓN DE FINANCIACIÓN	47
9.3 PREVISIÓN DE INGRESOS	48
9.4 PREVISIÓN DE COSTES Y GASTOS	50
9.5 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS	51

10. CONCLUSIONES	54
11. REFERENCIAS	55
11.1 BIBLIOGRAFÍA	55
11.2 WEBGRAFÍA.....	55
11.3 ENTREVISTAS.....	57
13. ANEXOS	58
13.1 ANEXO 1. PLACA IDENTIFICATIVA	58
13.2 ANEXO 2. CARTEL DE SELLADO DE PRECIOS	59
13.3 ANEXO 3. ENTREVISTA SOBRE COMO HA AFECTADO EL COVID 2019	59
13. 4 ANEXO 4. INGRESOS DETALLADOS	60

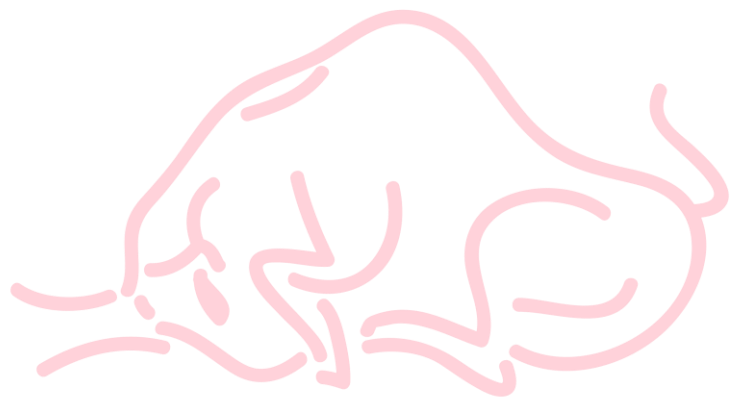
ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1. Matriz DAFO	21
Tabla 2. Precios de los Apartamentos El jardín de Isla.....	42
Tabla 3. Inversión inicial.....	46
Tabla 4. Financiación del crédito hipotecario	48
Tabla 5. Ingresos de Apartamentos El jardín de Isla.....	49
Tabla 6. Previsión de ingresos escenario	49
Tabla 7. Previsión de gastos	50
Tabla 8. Previsión costes y gastos	50
Tabla 9. Amortizaciones.....	51
Tabla 10. Cuenta de pérdidas y ganancias	52
Tabla 11. Cuenta pérdidas y ganancias anuales.....	53
Tabla 12. Ingresos detallados	61

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Localización de Apartamentos El jardín de Isla.....	31
Ilustración 2. Vista Apartamentos El jardín de Isla	32
Ilustración 3. Planta baja, Edificio 1	33
Ilustración 4. Planta 1, Edificio 1	33
Ilustración 5. Bajocubierta, Edificio 1	34
Ilustración 6. Planta baja, Edificio 2.....	34
Ilustración 7. Planta 1, Edificio 2	35

Ilustración 8. Bajocubierta, Edificio 2	35
---	----



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

AGRADECIMIENTOS

Me gustaría agradecer a mis padres, por medio de estas líneas, todo el esfuerzo que han hecho para conseguir que pudiera llegar donde he llegado, por motivarme a seguir, por los valores que me han inculcado y por sus consejos.

A mis hermanos, familia y amigos por todo su apoyo y compañía.

También quiero agradecer a todos mis profesores la formación que me han dado, ayudándome con sus sugerencias y recomendaciones.

Muchas gracias a todos.

Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

RESUMEN

Este Trabajo de Fin de Grado consiste en diseñar un plan de viabilidad de unos apartamentos turísticos en la localidad cántabra de Isla, enclavado en un entorno natural y rural, sito en la zona del casco histórico de este pueblo, al que se añade un atractivo más, estar ubicado a tan solo 7 kilómetros de la playa.

Para llevar a cabo el citado plan, que surge tras la compra de un terreno en la mencionada población, hemos de hacer un estudio sobre el mercado y la competencia, definir nuestro objetivo principal, conocer el tipo de turismo que se interesa por esta zona, analizar los aspectos jurídicos de este tipo de establecimientos, proponer un plan de marketing y, finalmente, un plan económico financiero.

El objetivo principal de este Trabajo de Fin de Grado es demostrar que estos apartamentos turísticos son viables. El producto que nosotros vamos a ofrecer es alojamiento y tendrá otros servicios complementarios que, sin duda, aumentará su venta. La zona de Isla es muy demandada por los turistas y aunque exista competencia, nosotros utilizaremos una estrategia de marketing para potenciar la venta de nuestra apuesta turística.

Palabras claves: apartamentos, Isla, turismo, extrahotelero, alojamiento, establecimiento.

ABSTRACT

This End of Degree Project consists of designing a viability plan for tourist apartments in the Cantabrian town of Isla, located in a natural and rural environment, in the area of the historical center of this town, to which an additional attraction is added, being located only 7 kilometers from the beach.

In order to carry out the mentioned plan, that arises after the purchase of a land in the mentioned population, we have to make a study on the market and the competition, to define our main objective, to know the type of tourism that is interested in this zone, to analyze the legal aspects of this type of establishments, to propose a plan of marketing and, finally, a financial economic plan.

The main objective of this End of Degree Project is to demonstrate that these tourist apartments are viable. The product that we are going to offer is accommodation and will have other complementary services that, without a doubt, will increase its sale. The area of

Isla is very demanded by tourists and although there is competition, we will use a marketing strategy to boost the sale of our tourist bet.

Keywords: apartments, Isla, tourism, extrahotel, accommodation, establishment.



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

1. INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de realizar este proyecto es desarrollar un plan de viabilidad de apartamentos turísticos en Isla, Cantabria. Pero, ¿Qué tenemos que contemplar para diseñar un buen plan de viabilidad para la edificación de un alojamiento de apartamentos turísticos extrahoteleros?

En primer lugar hemos de investigar concienzudamente sobre el tipo de turismo que llega a nuestra costa, qué demanda, su poder adquisitivo... pues todo esto nos dará pistas más fiables, para saber qué tenemos que ofertar. Las distintas fuentes consultadas revelan que el turismo por nuestra zona va en aumento, crece. Por lo que oferta y demanda deben ir parejas.

El sector del turismo es el principal motor de nuestra economía. En España representa un 12% PIB para el año 2019.

"El turismo sigue al alza y ya aporta el 12% del PIB y el 13% del empleo en España" (El país economía, 2019)

Por otro lado, datos del INE indican que en 2019 España recibió 83.701.011 turistas, de los cuales 414.089 de esos turistas fueron de Cantabria. Datos nada despreciables que animan a hacer un buen estudio de mercado y embarcarse en una aventura extrahotelera como la nuestra.

Seguendo la definición de la RAE, que define Turismo como "actividad o hecho de viajar por placer", nuestro objetivo será proporcionar a nuestros futuros clientes la posibilidad de tener unas vacaciones de ensueño, donde primen y se alternen todo lo relativo al ocio y la cultura. El enclave de nuestro posible negocio puede ofrecer todo eso: ocio y cultura. Proximidad a la costa y ubicación excelente en un Caco Histórico, rodeado de monumentos artísticos.

En la mayor parte de Cantabria el turismo está activo. En concreto, en el pueblo de Isla, situado en esta provincia, existe un turismo estacional repartido entre los meses de verano, Navidad, Semana Santa y fines de semana. Aunque no sean periodos continuados permite a la mayoría de las familias residentes en el pueblo vivir de ello durante todo el año.

La localidad de Isla está situada en el municipio de Arnauero. Es una de las más visitadas de la Costa Oriental de Cantabria. Tiene un entorno costero muy atractivo con preciosos paisajes, playas, acantilados, montañas...

Nuestra localidad está dividida en dos zonas: Isla pueblo e Isla playa. Esta primera zona está enclavada en la zona alta, donde se encuentra el Casco Histórico. La segunda comprende la zona baja, donde están el mayor número de playas y el cabo de Quejo.

El Casco Histórico fue declarado Bien de Interés Cultural en el año 2004. En él se encuentran dos edificios, ambos catalogados como Bien de Interés Cultural: la Iglesia de San Julián y Santa Basilisa, incluida en la categoría de Monumento en 2002 y el Palacio de los Condes de Isla-Fernández, una arquitectura palaciega del Siglo XVII, declarado Bien de Interés Cultural en 1991.

Isla tiene en su haber tres torres medievales, también declaradas Bien de Interés Cultural en categoría de monumento: La torre de Cabrahigo en 1992, La torre de los Novales en 2002 y la torre de la Rebollar en 1992.

Cuenta también con cinco preciosas playas de arena blanca y aguas cristalinas. Sus nombres responden en algún caso a costumbres y anécdotas locales, por ejemplo las playas de los Barcos y la de Arnadal. La primera también llamada playa del Amarradero, porque aquí era donde atracaban las pequeñas embarcaciones y donde antaño, cuando avistaban ballenas, los barcos salían para la captura. La segunda, conocida como Playa de los Franceses, por la afluencia de galos allá por los 60. La Playa del Cándano, preciosa por su cambio de apariencia con las pleamares y bajamares y las Playas del Sable y de la Arena, galardonadas con la bandera azul.

La oferta turística de esta localidad comenzó siendo tímida. Negocios pequeños donde toda la familia estaba involucrada (a veces alquilaban habitaciones de las propias viviendas). Con el tiempo, el atractivo que Isla ofrecía a quien la visitaba, hizo que estos establecimientos prosperaran, pues el atractivo turístico era indiscutible y así lo demostraba el aumento de visitantes. A finales de los años 60, como he comentado antes, comenzaron a venir muchos franceses y de ahí que la playa de Arnadal también sea conocida como la playa de los franceses.

El turismo en Isla ha evolucionado mucho. No todo son negocios familiares de gente de la localidad y el número de turistas ha aumentado, sobre todo es turismo nacional.

El tipo de turismo que predomina en esta localidad es un turismo familiar, siendo la mayor parte turistas, como digo, nacionales. Destacable en Isla también es su gastronomía, que atrae a multitud de viajeros que visitan el pueblo para degustar sus productos locales, sobre todo mariscadas y el famoso pimiento, que cuenta con numerosos adeptos.

El "pimiento de Isla" es una variedad del pimiento morrón, originario de la costa de Isla. Muy apreciado en el mercado local, hace buen maridaje con las anchoas de la vecina Santoña. Al abrigo del monte Cincho, que resguarda y protege, surge un microclima, que favorece el crecimiento de este manjar.

Los agricultores de la zona han ido transmitiendo de generación en generación su forma de cultivar y han ido seleccionando entre las plantas cultivadas, en cada ciclo, las semillas atendiendo a criterios fundamentalmente relacionados con las características morfológicas del fruto.

Isla tiene un número de habitantes pequeño, de 935 habitantes. Pero según datos de ICANE, solo en 2018 el municipio de Trasmiera, recibió 234.448 viajeros.

Según datos proporcionados por Marta Baranda, de la Oficina de Turismo del CIT de Isla, el número de turistas que visitaron esta población en el año 2018 fue de 6.636, y en 2019 fue de 6.687, de los cuales, un 90% aproximadamente suele realizar después alguna de las actividades que oferta el Ecoparque de Trasmiera.

Actualmente la villa tiene diferentes tipos de negocios dedicados al turismo. Los establecimientos hoteleros y extrahoteleros de Isla que aparecen en la página de turismo de Cantabria son:

- Apartamentos: 65
- Camping: 3
- Hostal: 3
- Hotel: 15
- Hotel apartamento: 1
- Pensión: 10
- Posadas Cántabras: 4
- Viviendas rurales: 1

Actualmente nos encontramos en una situación de incertidumbre en cuanto a lo que nos deparará el futuro, debido a la pandemia mundial que existe. Después de haber pasado estos meses de verano de 2020 trabajando en un hotel en Isla, he comprobado que los clientes demandan más estancias en apartamentos turísticos que en habitaciones, de lo que puedo deducir que en un futuro la demanda aumente más hacia este tipo de oferta, pues te da una mayor independencia, evitando las aglomeraciones.

2. OBJETIVOS

La idea de realizar este trabajo surge a raíz del proyecto que se empezó en 2018: la construcción de unos apartamentos turísticos, en la zona denominada Isla Pueblo, catalogado como Casco Histórico. En este estudio se expone un análisis que determina la viabilidad de los mismos.

Para la creación de un negocio es importante hacer un estudio exhaustivo. Analizar estos puntos tales como las características de la villa, el turismo que acoge,... nos sirve como herramienta para determinar la viabilidad económica y las estrategias que debemos llevar a cabo.

El objetivo principal de este estudio es demostrar, por medio de un plan de viabilidad, que unos apartamentos turísticos en la zona de Isla pueblo son viables, ya que esta localidad cuenta con numerosos recursos turísticos y el turismo proporciona la gran parte de la economía.

Los objetivos que se pretende alcanzar con la realización de este plan de viabilidad son:

- Mostrar las características del pueblo de Isla, el turismo que hay en él y cómo ha evolucionado.
- Definir la idea de negocio, en qué consiste nuestro plan y tener claro cuál va a ser la idea final
- Llevar a cabo un análisis del sector turístico en la villa.
- A través de un análisis DAFO, conocer cuáles son las principales debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa.
- Analizar todos los aspectos jurídicos sobre alojamientos turísticos extrahoteleros, con el fin cumplir toda la normativa que el Sector de Turismo marca en la Comunidad Autónoma de Cantabria.
- Detallar las características del establecimiento y de cada apartamento.
- Proponer un plan de marketing para conseguir que nuestra empresa sea viable, llevando a cabo unas estrategias de marketing propias.
- Analizar al detalle la parte económico-financiera que debemos poner en práctica para nuestra empresa.

3. METODOLOGÍA

La metodología empleada para este trabajo de fin de grado está basada en dos tipos de informaciones:

Información primaria:

- Se realizaron tres entrevistas a personas relevantes del sector en esta localidad. Los entrevistados, empresarios del sector, son propietarios de negocios hosteleros diferentes.
 - Guillermo Pelayo Pardo, propietario del Hotel Pelayo en Isla y del Gran Hotel Liber Spa en Noja.
 - Manuel Antón De La Hoz, propietario de los Apartamentos turísticos De La Hoz.
 - Bernardina Carral Quintana, propietaria del camping Playa de Isla y presidenta del CIT (Centro de Iniciativas Turísticas) de la Villa.

Estas tres visiones, desde su perspectiva dirigiendo distintos tipos de negocios destinados al turismo, me han servido para conocer diferentes puntos de vista de cómo ha afectado el Covid 19 a los establecimientos de la zona.

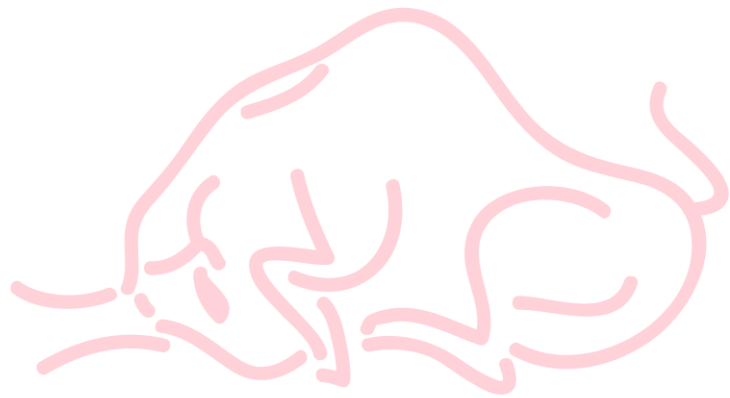
- Mi experiencia personal, como trabajadora en el sector, también la considero importante, pues tanto en 2018, como en el 2019 y en el año en curso, he estado trabajando en los Apartamentos De La Hoz.

Información secundaria:

- INE, Instituto Nacional de Estadística, y del ICANE, Instituto Cántabro de Estadística, obtuvimos datos de estadísticas oficiales sobre el turismo en Cantabria y España para cerciorarnos de que nuestro plan de creación de nuevos apartamentos turísticos en Cantabria es viable. Recogimos datos como el 12 % que aporta el turismo al PIB de España y los 414.089 turistas que visitaron Cantabria en 2019
- Revisiones bibliográficas a través de los autores Jack Welch, William A. Cohen, Seth Godin y Philip Kotler.
- Plan especial de Isla para conocer la normativa de edificación.
- Boletín oficial de Cantabria (BOC) para conocer la normativa sobre apartamentos turísticos extrahoteleros.

- Artículos de periódicos en internet con datos e información sobre turismo, Europapress, 2020, datos del número de turistas en 2019; Público, 2020, con el número de turistas de Cabárceno del verano de 2020; entre otros)

La finalidad de recurrir a estas fuentes, como anteriormente he mencionado, es construir nuestro plan de viabilidad con la mayor precisión posible, detallando información sobre la normativa y leyes y evaluando todos los procedimientos que tenemos que llevar a cabo. Así lograremos llegar a resolver todos nuestros objetivos con mayor exactitud.



Escuela Universitaria
de **Turismo**

ALTAMIRA

4. IDEA DEL NEGOCIO

El Proyecto hotelero que se plantea es la construcción, en un terreno de 6000 metros cuadrados, de 39 apartamentos turísticos en Isla, sito en el Municipio de Arnauero. Un pueblo costero de la comunidad autónoma de Cantabria, más concretamente de la zona oriental de esta comunidad. Un pueblo cuyo casco histórico, será el enclave de nuestro sueño, lugar de paso de peregrinos del Camino del Norte, que va hacia Santiago de Compostela.

Cabe destacar, como atractivo turístico, que en la zona donde se enclavarán nuestros apartamentos, se encuentran próximos el Palacio de los Condes de Isla-Fernández, construido en el siglo XVII, con un estilo clasicista regional; la iglesia de San Julián y Santa Basilisa, renacentista con influencia barroca; y el hospital de peregrinos, utilizado actualmente como albergue de peregrinos.

Estarán al abrigo del Monte Cincho, que contiene un encinar relicto, declarado reserva integral, de 249 metros de altura, donde van surgiendo encinas, laureles, madroños, que adornan las galerías que permiten el acceso a la cumbre. Desde la cima, podemos observar las maravillosas vistas del Ecoparque trasmerano, y, como curiosidad, observar que desde lo alto del Monte se encuentran los límites de cuatro pueblos del municipio de Arnauero: Isla, Soano, Arnauero y Castillo.

Próximas al enclave de nuestros apartamentos, se encuentran varias playas que son el gran atractivo turístico de todo el pueblo, pero concretamente la más cercana a nuestro establecimiento es la playa de la Arena, la más grande del Municipio.

Otro interés turístico son las huertas, donde florecen productos típicos que se venden, cuando es la época, en establecimientos locales y en mercados de distintas localidades cántabras. Entre ellos destacan los pimientos. Famosos ya en nuestra región y fuera de ella. Desde hace 7 años se celebra en septiembre "la Feria de los Pimientos de Isla", festejo, por otra parte, en el que los restaurantes de Isla participan, confeccionando un menú, cuyo elemento principal de los platos es este delicioso manjar.

Siguiendo con los lugares de interés próximos, tenemos la Marisma de Joyel, que se encuentra dentro de un parque natural, el cual cuenta con un reconocimiento a nivel internacional al encontrarse incluida en Z.E.P.A. (Zonas de Especial Protección de Aves) del convenio RAMSAR y luego está la Ría de Castellanos que está incluida como lugar de interés comunitario (L.I.C.). Ambos entornos tienen un alto interés paisajístico y ecológico.

También contamos con el molino de Santa Olaja. Un molino de mareas, que es considerado por la comarca de Trasmiera, a nivel cultura, uno de los patrimonios más importantes que

contiene, puesto que al estar ubicado dentro de la Marisma de Joyel, tiene mayor interés por su calidad paisajística, teniendo así un papel en la economía de la región muy importante.

El Ecoparque de Trasmiera cuenta con numerosas torres de la época medieval, destacando la que se encuentra en Castillo, pueblo limítrofe con isla: la Torre de Venero, que fue en el año 1992 nombrada Bien de Interés Cultural.

Por último, el pueblo cuenta desde hace siete años con el Trail Ecoparque Gran Premio Isla, que atraviesa en su circuito los paisajes mencionados anteriormente: el Monte Cincho, la Marisma de Joyel, la Ría de Castellanos y los bonitos acantilados que conforman el litoral de la zona, hasta la llegada a las playas.

En cuanto al negocio, los apartamentos con un diseño exterior rústico estarán divididos en dos edificios de 19 y 20 apartamentos cada uno, con una recepción común, que estará ubicada en el edificio principal.

Los apartamentos que se van a ofrecer son de diferentes tamaños. Diecinueve apartamentos tendrán un dormitorio, dieciocho serán de dos dormitorios y dos apartamentos más amplios, que tendrán tres dormitorios.

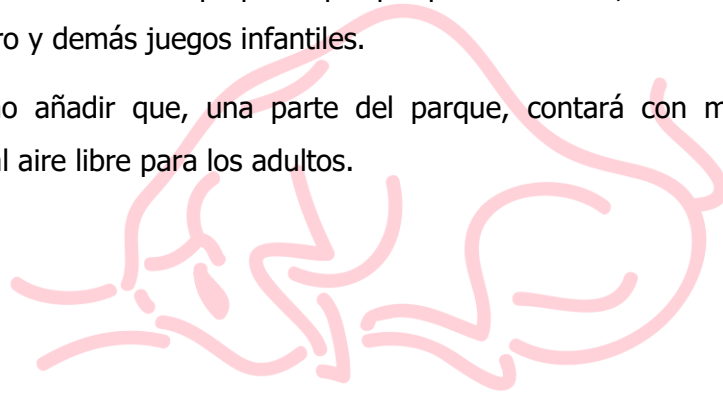
Todos ellos contarán con:

- Una cocina totalmente equipada con microondas, lavadora, utensilios de cocina, frigorífico, plancha y tabla de planchar lavavajillas, horno, fregadero, una cafetera, cocina de inducción y una campana extractora de humos.
- El cuarto de baño, dotado con secador de pelo, un espejo, armarios, un lavabo, una papelera, un taburete y una ducha.
- Un salón-comedor que tendrá un sofá-cama, televisor, y mesa con sus correspondientes sillas.
- Las habitaciones una, dos o tres -según el tamaño de cada apartamento - tendrán camas dobles y/o individuales con ropa de cama, armarios, mesillas y estanterías, y algunos de ellos tendrán terraza con mesa y sillas, acorde a la capacidad de cada apartamento.

Todos ellos estarán diseñados y amueblados en un estilo rural acorde al edificio al que pertenecen.

En los apartamentos, aparte del alojamiento, se ofrecerá una serie de servicios añadidos como:

- Un aparcamiento subterráneo, donde todos los huéspedes tendrán derecho a parking.
- Un spa, como complemento atractivo de relax y descanso, para disfrute de nuestros clientes.
- Zona en el jardín para poner unas barbacoas para uso y disfrute exclusivo de los usuarios.
- En ese mismo jardín, protegida cerrando el espacio, estarán ubicadas las piscinas, al aire libre: una para adultos y otra, más pequeña, para los niños. También contarán con hamacas, para aquellos clientes que deseen usarlas.
- También tendremos un pequeño parque para los niños, con columpios, toboganes, un arenero y demás juegos infantiles.
- Por último añadir que, una parte del parque, contará con máquinas para hacer deporte al aire libre para los adultos.



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

5. ANÁLISIS DEL MERCADO

5.1 EL MERCADO

El diccionario de la Real Academia Española define mercado como el "conjunto de consumidores capaces de comprar un producto o servicio"

Partiendo de esta definición, nuestro mercado estará dirigido a las personas que busquen un alojamiento, y queremos que alquilen uno de los nuestros. Para ello hay que analizar sus necesidades y así poder satisfacerlas con nuestro producto.

- Ubicación: Se encontrará en el pueblo de Isla, más concretamente en la parte del Casco Histórico, teniendo muy próximo para visitar dos edificios muy interesantes: la iglesia de San Julián y Santa Basilisa y el Palacio de los Condes de Isla-Fernández. A 5 minutos en coche de la primera playa. Pudiendo así ofrecer diferentes tipos de turismo, cultural y de ocio, dentro del mismo pueblo.
- Instalaciones comunes: Contará con piscina, un parque infantil, que tendrá en una zona con aparatos deportivos para los adultos, y barbacoas en el exterior para el uso y disfrute exclusivo de nuestros clientes. En el interior tendrá spa y parking vigilado. También tendrá wifi gratuito en todas las zonas del establecimiento.
- Relación calidad- precio: este aspecto será fundamental, ya que es uno de los puntos que más valoran los clientes. Nos ajustaremos a sus expectativas, dando servicios de alta calidad, a un precio inferior o igual que el de la competencia.

El atractivo a nivel turístico de España se debe a muchas razones. Entre ellas su clima, que invita a disfrutar de sus playas, del aire libre, de las reuniones con amigos y familia en espacios abiertos. Su fabulosa y variada gastronomía es un atractivo más. A todo esto hemos de añadir su cuantioso patrimonio artístico, legado que nos dejaron como herencia en el pasado numerosas civilizaciones, cada una aportando sus costumbres, sus construcciones...

Diversas noticias auguran que el sector está en alza y alienta para arriesgarse, con un buen estudio, a lanzarse a una aventura de esta envergadura: la construcción de un negocio extrahotelero.

"España cierra 2019 con 83,7 millones de turistas, un 1,1% más y nuevo récord histórico" (Europa press, 2020)

De esos 83,7 millones, según datos del ICANE, 1.329.416 viajeros visitaron nuestra Comunidad. Dato nada despreciable.

El turismo representa para un país como España el 12% del producto interior bruto. Tenemos que potenciarlo, mimarlo y cuidarlo. Claves importantes para que sigan queriendo visitarnos y que ese tanto por ciento del producto interior bruto continúe en alza.

5.2 COMPETENCIA

Al estudiar nuestra competencia nos centraremos en los establecimientos que tengan similares características al nuestro. Para ello tendremos en cuenta su ubicación, tipo de establecimiento y precio, y veremos qué nos diferencia.

La competencia más directa serán los establecimientos que se encuentran en el mismo pueblo. En la localidad de Isla coexisten sesenta y cinco apartamentos, un hotel apartamento, tres hostales, quince hoteles, diez pensiones, cuatro posadas y una vivienda rural, según la página oficial de Turismo de Cantabria.

Otro tipo de competencia, menos directa, serán los establecimientos de los pueblos colindantes como Noja y Santoña, poblaciones que cuentan con alta demanda turística.

Nuestro establecimiento ofrecerá un servicio de calidad, tendrá un precio competitivo y contará con servicios extra, como son el spa y las barbacoas, ofertas que nos diferencian de la competencia.

"La calidad es nuestra mejor garantía de la fidelidad de los clientes, nuestra más fuerte defensa contra la competencia extranjera y el único camino para el crecimiento y los beneficios" (Welch 2005)

5.3 TIPOS DE CLIENTES

El cliente al que nos dirigiremos será el familiar. En esta zona el turismo que más abunda es precisamente el que desea tranquilidad rodeado de su familia. Turismo, por otra parte, eminentemente nacional.

También habrá otro tipo de turismo, sobre todo durante la temporada baja y media, que podríamos denominar "el de parejas", a las que ofreceremos sesiones de Spa gratuitas con la estancia.

5.4 IDENTIFICACIÓN DEL PRODUCTO

Nuestro producto principal es el alojamiento. Dispondremos de 39 apartamentos, 2 apartamentos de tres dormitorios, 18 apartamentos de dos dormitorios y 19 apartamentos de un dormitorio.

Estarán equipados con todo lo necesario en un espacio rural y moderno proporcionando comodidad y tranquilidad a nuestros clientes.

A este producto se le sumarán ofertas como alojamiento más parking gratuito o alojamiento más sesión de spa gratuita.

Otros servicios:

- Servicio de recepción 24 horas.
- Piscina en el exterior con jardín para tomar el sol.
- Barbacoas con mesas para uso y disfrute de nuestros clientes.
- Un amplio Spa.
- Asignación de una plaza de garaje cerrado y vigilado.
- Folletos e información turística en recepción sobre la zona y Cantabria.
- Oferta de entradas para los atractivos turísticos de Cantabria.

5.5 ANÁLISIS DAFO

Tras analizar todos los puntos anteriores procederemos a crear la matriz DAFO de Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades para nuestros apartamentos

Tabla 1. Matriz DAFO

DEBILIDADES	AMENAZAS
- Turismo estacional - No tiene clientes previos - Recursos financieros limitados - Poca experiencia en la promoción en redes sociales - Necesidad de transporte para desplazarse	- Aparición de competidores - Normativa legal - Situación actual del Covid 19
FORTALEZAS	OPORTUNIDADES
- Experiencia previa en el sector extra hotelero - Pueblo conocido con un gran número de turistas - Actividades realizadas por el municipio para atraer turistas - Diferentes actividades turísticas que realizar en la zona - Relación-calidad precio buena - Piscina, spa y zona donde hacer deporte - Diferentes medios donde informarse y poder realizar la reserva	- Isla es un destino turístico competitivo - Genera empleo - Sinergias con otras formas de turismo - Crecimiento de la economía local

Fuente: Elaboración propia

Después de analizar la matriz DAFO tendríamos que aprovechar las fortalezas y oportunidades y minimizar las debilidades y amenazas.

5.6 SITUACIÓN ACTUAL – COVID-19

Hace unos meses nadie se imaginaba que el turismo en algún momento descendiera tan bruscamente y supusiera pérdidas millonarias en el sector hotelero y de restauración. Es el principal motor de la economía española. Pero a mediados del mes de marzo de 2020, tras numerosos casos detectados de coronavirus, se declaró el estado de alarma en nuestro país.

Esta pandemia, que limita el movimiento y el contacto humano, hace que la posibilidad de viajar sea más difícil y cree en los turistas miedo al contagio. El Covid 19 consiguió que las vacaciones de Semana Santa las pasáramos confinados y no sería hasta el mes de junio, cuando volvimos a poder movernos entre provincias, aunque fuera extremando los cuidados.

Tras la cuarentena, para el sector de Turismo, la realidad era de incertidumbre, pero finalmente pudimos ver que los turistas llegaron. El turismo resurgió contra todo pronóstico y los turistas durante los meses de verano se desplazaron dentro del país fomentando así el turismo nacional.

Los establecimientos referentes a la hostelería se vieron muy afectados con las restricciones que les impuso el gobierno, ya que al limitar aforo y horario las ganancias mermaron.

La Comunidad de Cantabria ha sido privilegiada pues al ser una zona de turismo tranquila y no de masas, los turistas la escogieron como destino para este verano, y así se ha visto reflejado en las estadísticas.

"El Parque de la Naturaleza de Cabárceno (Cantabria) ha batido este agosto su record histórico de visitantes en un mes, con 160.523, y en julio registró un aumento del 32%, reflejo de las preferencias por el turismo de aire libre y naturaleza en la "nueva normalidad". Esas preferencias explican también los buenos resultados de los campings en julio y agosto, con ocupaciones del 65% que les han permitido salvar la temporada, según la Federación Española de Camping, con mayores ocupaciones en la cornisa cantábrica y en interior del país". (Público, 2020)

En el pueblo de Isla un establecimiento hotelero no llegó a abrir la temporada de verano por miedo al contagio y otro, tras ver que la ocupación en sus habitaciones no era la esperada, decidió cerrar a mitad de la temporada.

Aunque la situación no sea como la de otros años, no se ha dado tan mal como parecía en un principio. En el pueblo de Isla, los establecimientos extrahoteleros han tenido buena ocupación, pero los establecimientos hoteleros sí se han visto algo más afectados.

Para conocer la situación de diferentes establecimientos de la localidad, me he puesto en contacto con dos empresarios y una empresaria de diferentes características:

- Guillermo Pelayo Pardo, propietario del Hotel Pelayo en Isla y del Gran Hotel Liber Spa en Noja.
- Manuel Antón De La Hoz, propietario de los Apartamentos turísticos De La Hoz, ubicados en Isla
- Bernardina Carral Quintana, presidenta del CIT (Centro de Iniciativas Turísticas) y propietaria del camping Playa de Isla, enclavado en esta localidad.

Respecto a cómo les ha afectado la situación actual del Covid 19 en sus establecimientos, todos coinciden en el gasto extra que les ha supuesto adaptar todas las medidas de seguridad para garantizar un entorno seguro. Los hoteles se han visto más afectados, puesto que han tenido que cerrar parte de las instalaciones para prevenir, como el spa, salones, zona infantil...

La ocupación también se ha visto afectada bajando en el hotel de un 90% en el 2019 a un 55% este verano. En el camping también disminuyó, sobre todo en la visita de turistas extranjeros.

Los apartamentos también se vieron afectados en los meses de junio y septiembre.

Respecto a los precios solo el establecimiento hotelero tuvo que disminuirlos, en torno a un 20%.

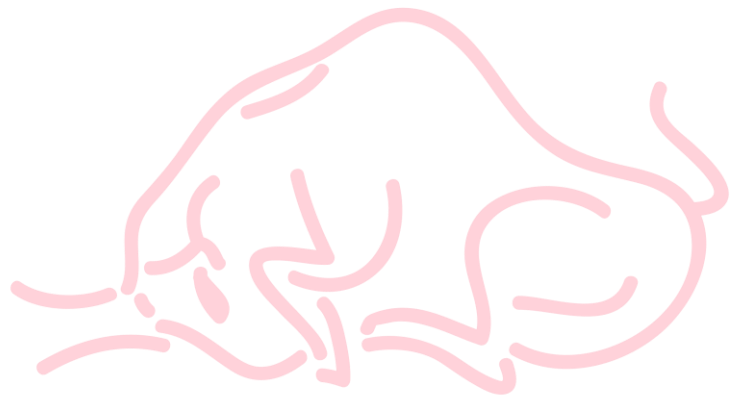
En la duración de las estancias de los turistas recogemos diferentes resultados. En los hoteles de Guillermo Pelayo las estancias disminuyeron. En los apartamentos de Manuel Antón fue parecida y en el camping de Bernardina Carral, aumentaron.

En cambio, respecto al tipo de cliente en los tres establecimientos coincide la respuesta: "Aumentó el turismo nacional y disminuyó considerablemente el turismo extranjero, siendo este casi nulo".

Los tres propietarios coinciden en que este año sí que se ha notado la tendencia hacia el alquiler de apartamentos o establecimientos con más independencia que la estancia en hoteles.

Como conclusión de estas entrevistas, se ha notado que los turistas de este año han sido la gran mayoría nacionales y han optado más por establecimientos extrahoteleros que hoteleros.

Según dijo la presidenta del CIT (Centro de Iniciativas Turísticas) de Isla, "...en nuestro pueblo, en general, se ha trabajado bastante bien, especialmente en todo lo que son apartamentos turísticos y bungalows en los campings, porque se demandaba lo que pareciera que ofrecía un entorno seguro. Pero la temporada ha sido más corta de lo habitual y es probable que se cierre, como en muchos casos ya ha ocurrido, mucho antes que otros años puesto que la presencia de excursiones del Imsero, han sido suspendidas y los establecimientos de Isla, con estos grupos, alargan su verano."



Escuela Universitaria
de **T u r i s m o**

ALTAMIRA

6. ASPECTOS JURÍDICOS

Nuestro plan consiste en un proyecto unido a la empresa ya creada de Apartamentos De La Hoz en Isla, S.L., por lo que no es necesario crear una empresa de cero.

Según el Decreto 82/2010, de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos de alojamiento turístico extrahotelero en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria, publicado en BOC el 9 de Diciembre de 2010 y vigente desde el 10 de Diciembre de 2010 con la última revisión vigente el 10 de marzo de 2020, " *Se consideran empresas de alojamiento turístico extrahotelero las dedicadas de forma profesional y/o habitual a proporcionar a sus clientes, mediante precio, y en condiciones de uso inmediato, residencia en apartamentos turísticos, estudios, bungalows o chalets, siempre que comercialicen o promocionen esta actividad en canales de oferta turística y la realicen con finalidad lucrativa, dicho servicio podrá ir acompañado de otros complementarios*" (Boletín Oficial de Cantabria, 2020)

Este tipo de establecimientos pueden ser de categoría de una a cuatro llaves. El nuestro, concretamente, cumple con las características que ofrece el de dos llaves.

Los apartamentos turísticos extrahoteleros tienen la obligación de ofrecer como mínimo una cocina, un salón comedor, un dormitorio o más independientes y un cuarto de baño. Todas estas estancias deben tener mobiliario, enseres y equipamiento.

Debe exhibir en un lugar visible, en la pared principal, la placa identificativa de dos llaves. (Ver anexo 13.1)

El establecimiento dispondrá de alojamientos adaptados a personas con movilidad reducida.

El procedimiento que hay que llevar y, hemos llevado a cabo para nuestro establecimiento, ha sido primero informarnos en la Dirección General de turismo de Cantabria sobre las características de apartamentos turísticos extrahoteleros, y segundo una consulta previa donde se solicita la licencia, entregando el anteproyecto y fotografías del estado actual del terreno.

Una vez realizadas todas las consultas y todas las solicitudes para la apertura del establecimiento deberá cumplir estos requisitos:

- Tener el proyecto de ejecución y el certificado final de obra y los visados.
- Contar con el título jurídico de establecimiento turístico extrahotelero.
- Disponer de la licencia municipal de apertura.

- Certificado que acredite el cumplimiento de la norma vigente en materia de prevención y protección contra incendios.
- Obtener el alta censal en la Agencia Tributaria de Cantabria y el alta en la Seguridad Social.
- Tener abonada la tasa por apertura de establecimiento turístico.
- Disponer de la póliza de seguro de responsabilidad civil.

Para asignar una categoría a nuestro establecimiento se tiene en cuenta la calidad de las instalaciones, el equipamiento y el mobiliario del establecimiento, de los servicios prestados y los requisitos exigidos.

El establecimiento debe contar con un sistema de seguridad y protección ante incendios que tenga:

- Escaleras de incendios que siempre estarán libres.
- Puertas de salida que se abran en el sentido de la evacuación y no tengan cerradura.
- Luminarias de emergencia y señalización con el recorrido de evacuación y salida señalizado.
- En la puerta de cada apartamento estará colocado un plano de la planta donde se encuentre señalizado el recorrido de la evacuación y la ubicación de los extintores.

Los establecimientos de alojamiento turístico extrahotelero están obligados a garantizar la insonorización de sus instalaciones:

- El establecimiento deberá estar completamente insonorizado.
- Las zonas comunes como recepción, comedores, salones y demás salas tendrán un aislamiento exterior.
- En las instalaciones donde se puedan producir ruidos o vibraciones, como puede ser con el ascensor, deben montarse de forma que esté insonorizado y no produzca ruidos ni vibraciones molestas.

Nuestro alojamiento clasificado con dos llaves debe disponer de un sistema de calefacción en cada uno de sus apartamentos y en las zonas de uso común. En todos los cuartos de baño y en todas las cocinas habrá agua caliente sanitaria con una temperatura mínima de 50º C.

El jardín de Isla deberá tener una recepción, ya que cuenta con más de diez unidades por alojamiento. En ella, nuestros clientes podrán encontrar las hojas de reclamaciones oficiales,

las hojas de admisión y el modelo oficial de precios. También será el centro de relación con los clientes. El tamaño de dicha recepción debe de ser mayor de 15 m².

Los pasillos del establecimiento deberán tener como mínimo una altura de 2,20 metros y una anchura mínima de 1,30 metros. Y las escaleras, tendrán que respetar los parámetros establecidos en el Código Técnico de la Edificación, que en los apartamentos de dos llaves será de 1,2 metros de anchura mínima en las escaleras de clientes y 1,1 metros de anchura mínima en las escaleras de servicio.

El ascensor, que tendrá cada edificio de apartamentos, será de 6 plazas cada uno, y dará acceso a todas las plantas de cada edificio. Las unidades de alojamiento de los apartamentos turísticos tienen que estar identificadas de manera clara con un número en la puerta de entrada. En el interior debe disponer de un mando independiente para regular el sistema de climatización en función del cliente y contar con un sistema de oscurecimiento que impida el paso de la luz a gusto del cliente.

Cada dependencia deben cumplir estos requisitos:

- Dormitorios: tamaño de dormitorio doble 12 m² y de dormitorio individual 7 m², con una altura mínima es de 2,5 metros. Contarán con una zona de ventilación directa al exterior. La entrada de luz a los dormitorios debe tener una superficie superior a 1,20 m², incluido el marco de la ventana. Los dormitorios que se encuentren bajo cubierta deben tener una buena ventilación y una adecuada iluminación. Tendrán como mínimo: Una cama doble de 1,90 metros de largo x 1,35 metros de ancho o dos camas individuales de 1,90 metro de largo x 0,90 metros de ancho cada una. Acompañadas de una o dos mesitas de noche y una silla, sillón o butaca, un armario con baldas, cajones y perchas, una o dos lámparas y a lado de la cama debe tener un interruptor de la luz.
- Camas convertibles y cunas: cada uno de nuestros alojamientos tendrá un sofá cama y si el cliente quisiera disponer de cuna, se le cobrará un suplemento no mayor del 10% del precio total del alojamiento.
- Cuartos de baño: tamaño mínimo de 3,5 m² y con una altura mínima de 2,20 metros. Tendrán, un lavabo, un inodoro, una ducha de 0,8 m², un punto de luz y un espejo, un soporte para objetos de tocador en el lavabo y ducha, toma de corriente, mamparas o cortinas en la ducha, secador de pelo, un taburete y papelera con tapa. Se le proporcionará un juego de toallas por cada huésped que se aloje. La ventilación del cuarto de baño será directa o forzada permitiendo la suficiente renovación del

aire. El suministro de agua corriente caliente será de 50° C como mínimo y 20° C como máximo en el agua fría.

- **Salón comedor:** el tamaño de este será de 13 m² como mínimo y en el caso que el apartamento sea mayor de 4 plazas tendrá un incremento de 1,5 m² por cada plaza añadida y una altura mínima de 2,50 metros. La superficie de iluminación será mayor a 1,20 m², en el caso de los apartamentos que estén bajo cubierta, las ventanas tienen que ser adecuadas y proporcionar una buena ventilación y buena iluminación. Contará con una mesa de comedor adecuada al tamaño y a la capacidad del apartamento, una silla como mínimo por cada número de plazas, un sofá y un televisor.
- **Cocina:** El tamaño será de 5 m² como mínimo si el alojamiento es de 4 plazas, si no se incrementara 1,5 m² por cada plaza añadida. La cocina de cada estancia deberá contar con un frigorífico, un horno u horno microondas, una campana extractora de humos, una lavadora, una plancha y una tabla de planchado, un lavavajillas, un fregadero, una cafetera, armarios, dos fuegos en la cocina de inducción y menaje en proporción al número de plazas del apartamento. Deberá tener ventilación directa o forzada.

El establecimiento contará con una persona responsable de la dirección de la empresa.

Los derechos que tiene nuestra empresa son adoptar las medidas necesarias y oportunas para que los clientes respeten las normas y para que cumplan el cobro de los servicios prestados, tener la información relativa sobre el establecimiento en los puntos de información sobre el mismo y participar en las convocatorias de ayudas y subvenciones.

Las obligaciones que tiene nuestra empresa son presentar en forma y tiempo todas las declaraciones responsables exigidas, cumplir todos los requisitos explicados ya anteriormente, la documentación acreditativa del cumplimiento de los requisitos tiene que estar a disposición de la Dirección General de Turismo, tener a disposición del público las normas, precios y temporadas de apertura del establecimiento, prestar todos los servicios ofrecidos, facturar todos los servicios prestados y entregar a los clientes los documentos de acreditación de dichos servicios, mantener la limpieza e higiene de todas las zonas del establecimiento, disponer de hojas de reclamaciones para cuando el cliente la solicite, conservar las hojas de admisión como mínimo un año, tener la página web actualizada y tener un inventarios de los muebles y enseres que dispone cada alojamiento.

Los derechos que tienen nuestros clientes son de ser informados del precio y los conceptos que lo integran, ser atendidos de forma hospitalaria y profesional, que el establecimiento sea veraz con la información que les ofreció y ser garantizados de su seguridad y la de sus bienes.

Las obligaciones que tienen nuestros clientes son cumplir las normas de educación, higiene y convivencia social, aceptar las normas del establecimiento, pagar por los servicios utilizados, respetar todas las instalaciones y respetar el entorno.

Los clientes tienen prohibido alojarse un número mayor de personas de lo establecido por el alojamiento, introducir muebles o realizar obras, alquilar el alojamiento a terceros, introducir sustancias explosivas o inflamables y realizar actividades en contra de la higiene, la convivencia y el orden público del establecimiento.

El uso de las zonas comunes no podrá tener un suplemento al precio, como son las piscinas, hamacas, columpios...

Las estancias se contarán por días. Se pactará entre el cliente y la empresa la duración de la estancia. A la entrada el usuario debe firmar la hoja de admisión donde aparezcan todos los datos sobre su reserva. Dicha hoja debe ser guardada por el establecimiento durante un año.

El personal del establecimiento debe prestar el servicio de atención al cliente como atención telefónica, hacer reservas, recibir a los clientes, solucionar las reclamaciones, expedir facturas, custodiar las llaves y cuidar el equipaje y la recepción.

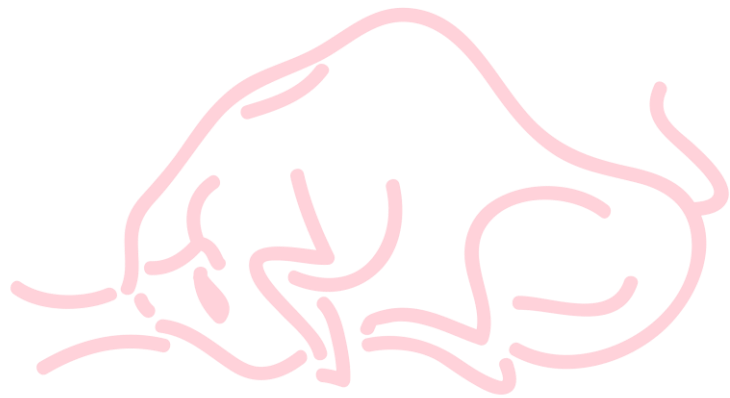
El establecimiento tendrá un botiquín de primeros auxilios equipado.

6.1 PLAN ESPECIAL ISLA

La zona donde se encuentran nuestros apartamentos pertenece al Casco Histórico de Isla. Es una zona protegida que cuenta con un conjunto de ordenanzas para proteger aquellos bienes que caracterizan a esta villa. Estas pautas se encuentran en el Plan especial de Isla y son:

- Los materiales que se utilizarán serán de aspecto natural y la construcción estará en armonía con la zona.
- La nueva edificación se realizará con volúmenes sencillos y puros.

- Las construcciones tendrán, como máximo de altura, planta baja, primera planta y bajo cubierta.
- Las fachadas se armarán con elementos de aspecto natural, utilizando la técnica de la mampostería, con una gama de colores uniforme. En nuestro caso, al ser dos edificios grandes, deberán tener cada uno una fachada diferente, respetando la armonía del entorno.
- Respecto a la vegetación, será preferentemente de especies autóctonas. No podrán ser especies de coníferas y eucalipto.
- La iluminación del exterior deberá ser discreta, para que no produzca efectos de contaminación lumínica.



Escuela Universitaria
de Turismo

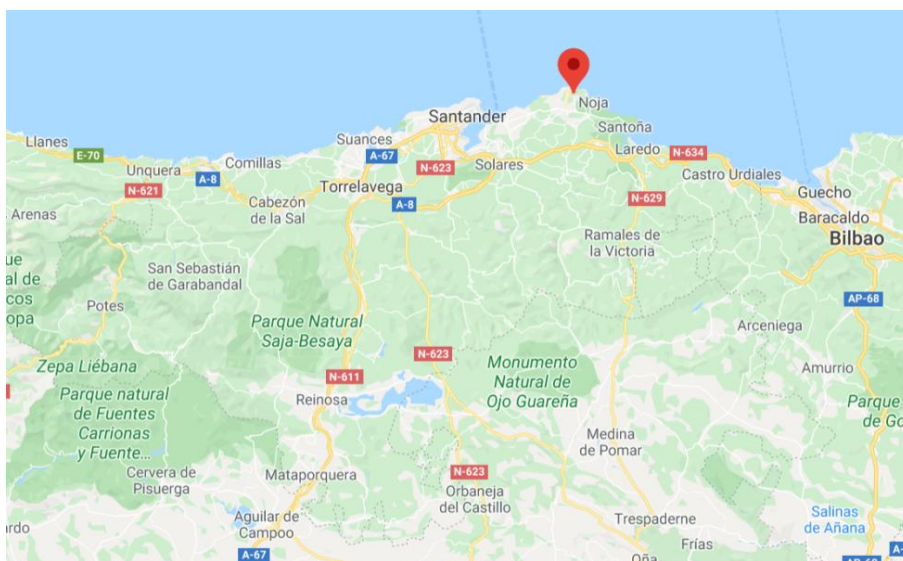
ALTAMIRA

7. APARTAMENTOS "EL JARDÍN DE ISLA"

7.1 LOCALIZACIÓN

Los apartamentos "El jardín de Isla" están ubicados en la Comunidad Autónoma de Cantabria, en el Municipio de Arnauero, en el casco histórico de la localidad de Isla, en el Barrio El hoyo. Se encuentra a solo 5,8 kilómetros del pueblo de Noja, a 13,7 kilómetros de Santoña, que cuenta con el mayor puerto pesquero de Cantabria y a 45 kilómetros de la capital, Santander. De la playa más cercana solo le separan 2 kilómetros.

Ilustración 1. Localización de Apartamentos El jardín de Isla



Fuente: Elaboración propia

7.2 INSTALACIONES

Estos apartamentos se encuentran en una parcela de 5836 m². Dentro de este terreno están en proceso dos edificios de 1042,15 m² cada uno con diferente fachada, respetando así lo que la normativa dice por estar ubicado en un casco calificado de histórico. El sótano tiene una planta común de 1640 m² donde se encontrará el aparcamiento, el Spa y la lavandería.

Ilustración 2. Vista Apartamentos El jardín de Isla



Fuente: Arquitecto Miguel Cueto

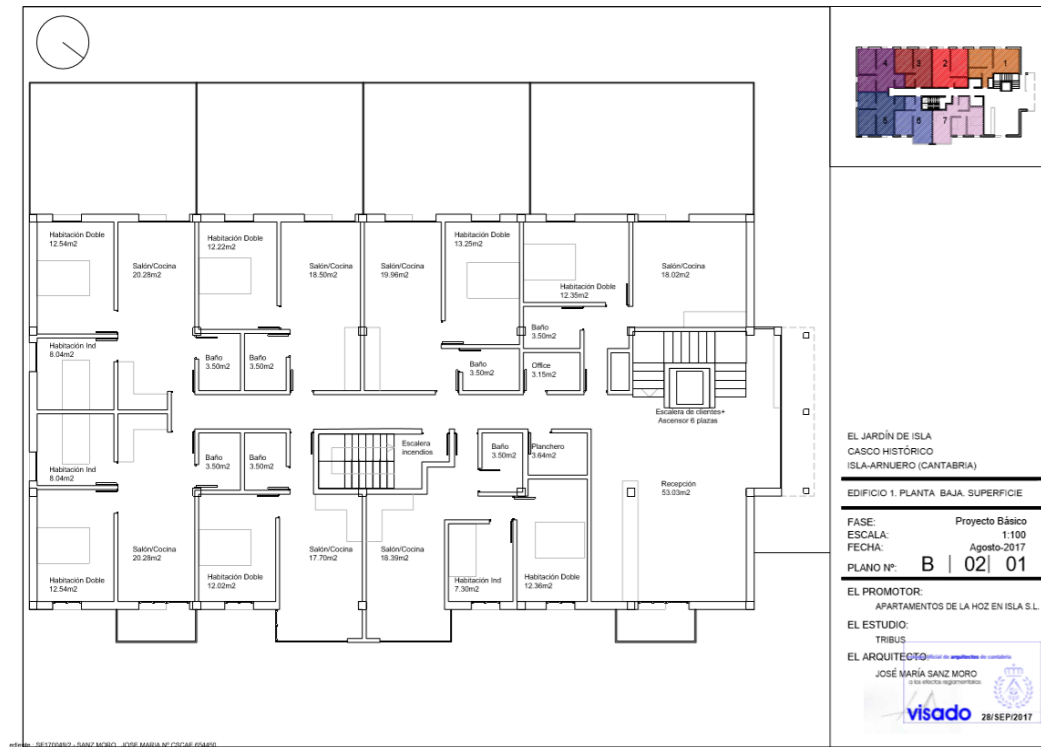
En un edificio se encontraran 20 apartamentos y en el otro 19, más la recepción de ambos.

Habrán en total 19 apartamentos de una habitación, 18 de dos habitaciones y 2 de tres habitaciones. Todos estos apartamentos serán de similares características, contando todos con una cocina independiente totalmente equipada con horno, microondas, menaje, cafetera, tostadora, lavadora, tendedero y plancha, un salón con sofá cama y una mesa amplia, televisión de pantalla plana, armarios y estanterías, cuarto de baño con ducha, inodoro, espejo, lavabo, espejo y secador de pelo, y las habitaciones contarán con una o dos camas, dos mesitas de noche y un armario en cada una. Algunos de ellos también tendrán terraza con una mesa y sillas.

Todos los clientes de los apartamentos podrán disfrutar de las zonas comunes como el jardín, piscina con hamacas, parque para niños y barbacoas con mesas.

A continuación, se exponen los planos de cada planta del edificio con la disposición de cada apartamento.

Ilustración 3. Planta baja, Edificio 1



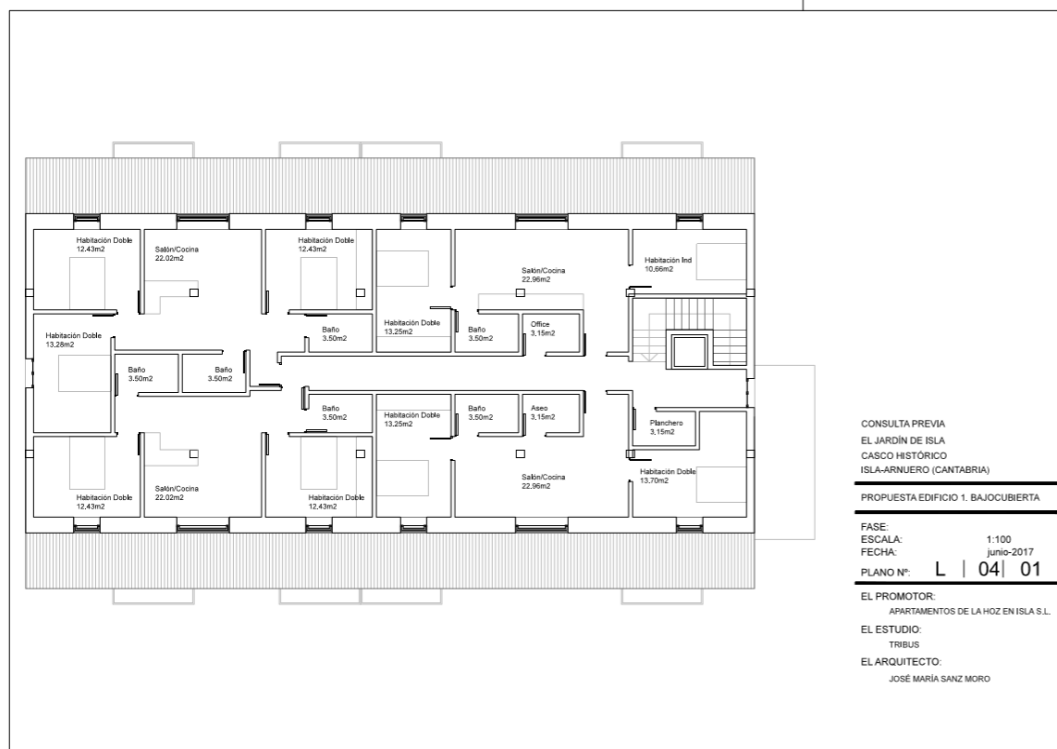
Fuente: Arquitecto José María Sanz Moro

Ilustración 4. Planta 1, Edificio 1



Fuente: Arquitecto José María Sanz Moro

Ilustración 5. Bajocubierta, Edificio 1



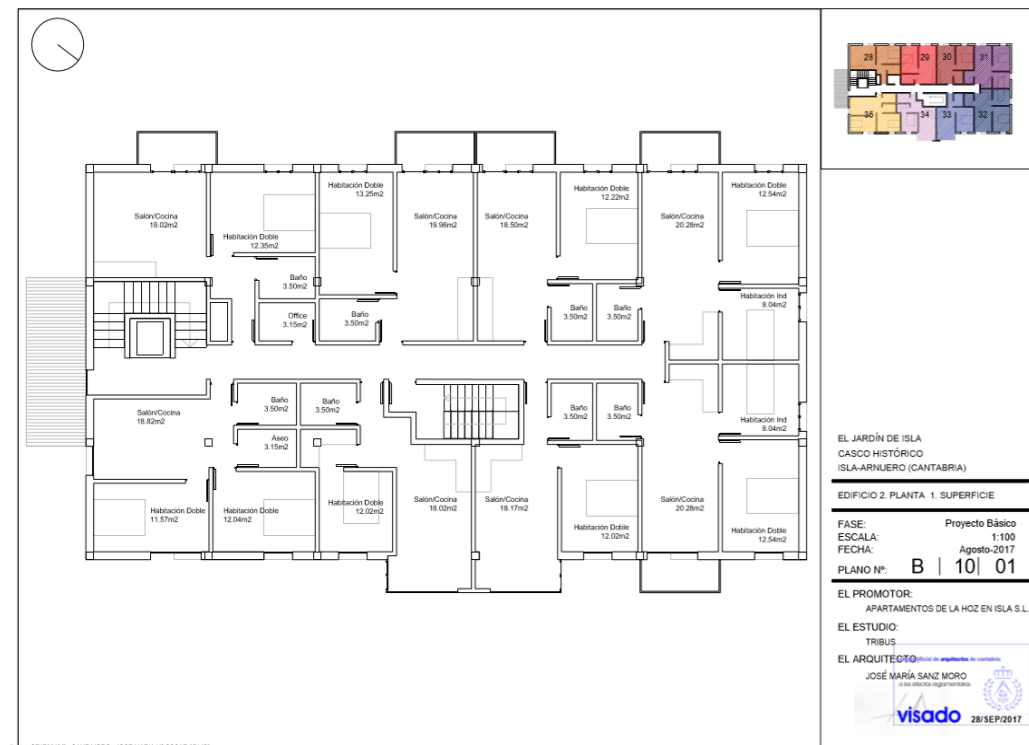
Fuente: Arquitecto José María Sanz Moro

Ilustración 6. Planta baja, Edificio 2



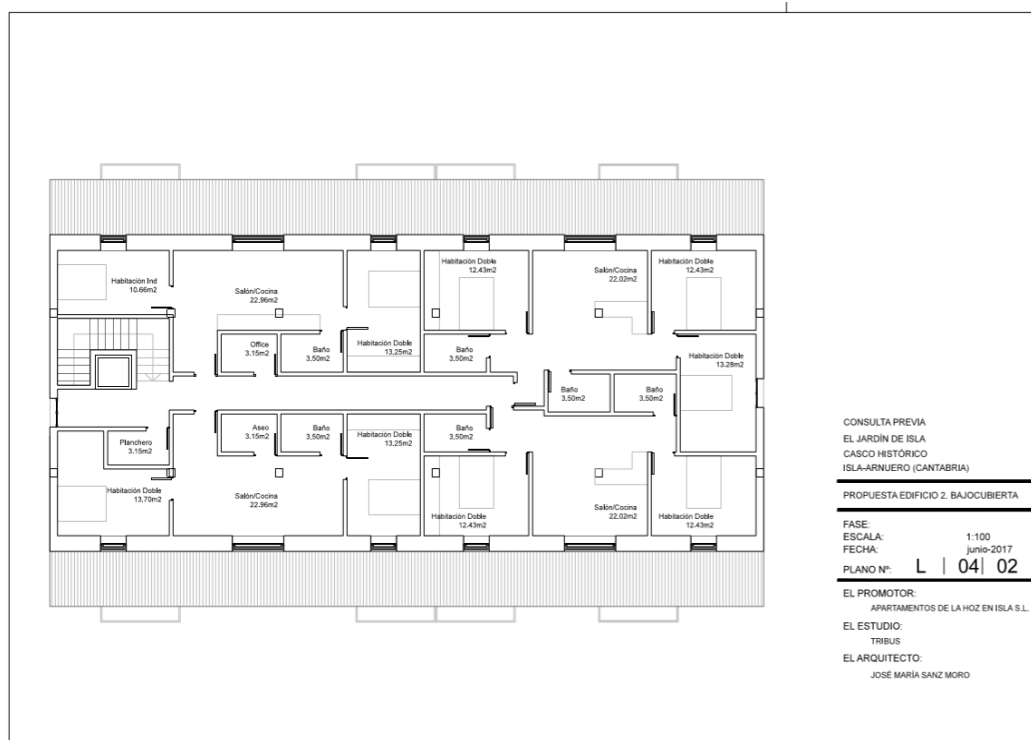
Fuente: Arquitecto José María Sanz Moro

Ilustración 7. Planta 1, Edificio 2



Fuente: Arquitecto José María Sanz Moro

Ilustración 8. Bajocubierta, Edificio 2



Fuente: Arquitecto José María Sanz Moro

Todos estos planos están realizados tras haber sido aprobada la licencia de obra en el Ayuntamiento de Arnauero y están firmados por los arquitectos Miguel Cueto Antón y José María Sanz Moro los encargados de hacer el edificio.

7.3 CALENDARIO DE APERTURA

Isla tiene un turismo estacional por lo que El jardín de Isla estará abierto al público durante Semana Santa y hasta que lleguen los meses de verano, solo abrirá sus puertas los fines de semana. En verano, del 15 de junio al 30 de septiembre, permanecerá abierto todos los días, para posteriormente volver a abrir solo los fines de semana y puentes de los meses de octubre y noviembre y tras el puente de la Inmaculada, en Diciembre, se cerrará hasta la Semana Santa del año siguiente.

Las diferentes temporadas en nuestro establecimiento van a estar divididas en:

- Temporada alta: El periodo del 1 al 23 de agosto.
- Temporada media: Durante la Semana Santa, la segunda quincena de junio, el mes de julio y finales de agosto, la primera quincena de septiembre y festivos
- Temporada baja: La primera quincena de junio, la segunda quincena de septiembre y los fines de semana del resto del año que abramos.

Escuela Universitaria
de Turismo

ALTAMIRA

8. PLAN DE MARKETING

El fin de desarrollar un Plan de Marketing es crear unos objetivos para conocer su máximo rendimiento y poder explotar todos los recursos para así conocer las capacidades de la empresa y conducirla a la fase de crecimiento. Para ello hay que conocer el producto, definir los objetivos y valores de nuestra empresa, toma de decisiones respecto a lo anterior para prevenir y reducir los riesgos y coordinar y gestionar la empresa.

"Todas las empresas necesitan del marketing para tener éxito, y la clave de tal enfoque se encuentra en el plan de marketing" (Cohen 2007)

8.1 ESTRATEGIA DE MARKETING

La estrategia de nuestra empresa será la basada en la diferenciación de la calidad de nuestro trato, servicios y productos, donde nuestro principal servicio es el alquiler de nuestros apartamentos. Para diferenciarnos de la competencia y dar un servicio exclusivo ofreceremos un trato personalizado, con servicios complementarios como es el aconsejar a nuestros clientes sobre las zonas que pueden visitar en la localidad de Isla, del municipio de Arnauero o de la Comunidad de Cantabria, ya que contaremos con un personal cualificado para tal fin. También, tendremos servicios de Spa, piscina para adultos y piscina para niños, o barbacoas que nos servirá para atraer a clientes al ofrecerles servicios exclusivos y así, diferenciarnos de la competencia, pudiendo disfrutar nuestros futuros usuarios de unas plenas vacaciones.

Más adelante se hablará con diferentes grupos de interés como pueden ser los ciclistas para ofrecerles poner nuestros apartamentos en sus guías, o también, publicitarnos en las actividades que promueve el pueblo, como son La Feria del Pimiento o el Trail Ecoparque Gran Premio Isla. Esto nos servirá de publicidad y así intentaremos conseguir que los participantes y acompañantes visiten nuestros apartamentos, ya sean los deportistas, pudiéndoles ofrecer una sesión de Spa gratis, o bien una barbacoa para los acompañantes

8.2 OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

Estos objetivos se crean para un período a largo plazo. Tienen que ser realistas y factibles, por eso deberemos tener muy presente el mercado en el que nos movemos, la competencia que existe, los recursos de la empresa y los consumidores.

Las ventajas de estos objetivos son:

- Rapidez de la empresa a la hora de afrontar cambios.
- Reducir los conflictos y facilitar la organización.
- Motivar al personal para conseguir que transmitan su entusiasmo a los clientes.
- Poder visualizar el logro de nuestras metas.

El objetivo principal que tendrá nuestra empresa será diferenciarnos del resto de los establecimientos de la zona por el trato, de calidad y personalizado, hacia nuestros clientes e intentar así fidelizarlos, con el fin de conseguir a través de ellos nuevos clientes.

Una parte de la estrategia comercial es determinar cuáles serán las actividades que formarán nuestros productos y cuáles las complementarán. Para saber cuáles serán nuestros servicios y productos hemos analizado estos factores:

- Conocer la zona donde se van a situar estos apartamentos para evaluar la viabilidad de su construcción. Para ello hemos tenido en cuenta los tipos de establecimientos que rodean el terreno, sus características y su ocupación media.
- Debemos conocer bien a qué tipo de cliente nos vamos a dirigir. Es una zona de turismo estacional por lo que nuestra actividad deberá ir dirigida sobre todo para turistas que viajan en temporada alta.
- Establecer quién se ocupará de la dirección de la obra, es decir, el arquitecto que estudiará el tamaño del negocio y su distribución.

Aun así, los pilares fundamentales que apoyan la decisión estratégica son:

- El personal cualificado que se encargará de realizar la idea de negocio.
- La alta calidad de los servicios ofrecidos.

Los productos que vamos a ofrecer en esta estrategia de marketing para diferenciarnos de la competencia y conseguir ser sostenibles en el tiempo estarán basados en la calidad, los cuales podemos resumir en:

- Interesarnos por la plena satisfacción del cliente.
- Encargarnos de que durante toda la estancia en nuestros apartamentos, nuestro huésped tenga un trato personalizado y un servicio inmejorable, preocupándonos por conocerle e interesarnos por las sugerencias que nos haga como propuestas de mejora.
- Crear un ambiente vacacional, consiguiendo que consigan desconectar de la rutina.

- Un tipo de cliente al que se pueda satisfacer sus intereses: mostrarles lo rural, lo cultural que tienen próximo y las actividades de ocio.

8.3 PLAN DEL PRODUCTO

“No encuentres clientes para tus productos, encuentra productos para tus clientes” (Godin 2014)

Los Apartamentos tendrán una serie de características, que pretendemos sean las que lograrán satisfacer los deseos de los clientes.

- El alojamiento es el servicio básico que buscan nuestros clientes.
- Respecto al producto genérico en los alojamientos nos referimos a la distribución de los apartamentos y con las instalaciones que cuenta el hotel.
- El producto que esperan los clientes son las cosas básicas como, televisión, cuarto de baño, utensilios básicos...
- La aumentación del producto básico son los detalles en el decorado, un ambiente rural, atención personalizada...
- La potencialidad del producto, que en nuestro caso sería el servicio de Spa, barbacoas de uso exclusivo, piscinas...
- Debe existir una relación calidad-precio adecuada a la calidad del servicio y del producto.
- Queremos producir una buena imagen de la empresa y así conseguir un buen posicionamiento.

El establecimiento opta por un entorno rural, de tranquilidad y comodidad, dirigido tanto a familias como a parejas que buscan relajarse. Se ve en la distribución de los apartamentos, donde podemos encontrar viviendas para siete personas y para dos.

Para conseguir la plena satisfacción de nuestros usuarios, a través de ese trato excepcional y personalizado, debemos establecer un protocolo de actuación que tenga como base la calidad y que satisfaga al cliente en el mismo momento en que sepa de nuestra existencia.

Desde el momento en que se pone en contacto con nosotros a través del teléfono, por email, por nuestra página web o por intermediarios (Booking, Expedia...), es el deber del personal que le atiende transmitir nuestro buen servicio y trato. Para ello debe seguir estos pasos:

- Saludar educadamente, tratándoles de usted.
- Preguntarles la hora de llegada para intentar tener a esa hora el apartamento preparado y también preguntarles el motivo de su viaje, para dejarles un detalle de bienvenida.
- Todo el personal que esté en contacto con nuestros clientes deberá ser servicial, amable, sociable y cordial.
- En todo momento, al cliente se le hará sentir que está en un ambiente de relax y cómodo y que estamos a su disposición.

A la hora de la llegada:

- Lo primero, se les da la bienvenida y se les pregunta qué tal ha sido el viaje.
- Se les pide el documento de identidad para rellenar la ficha del cliente, se les dice los datos de la reserva para contrastar que estén bien la fecha de entrada y salida, el tipo de apartamento y el precio, y se les pide la firma de conformidad.
- Se les explica qué llaves son del apartamento y cuál de la puerta principal. Y después, se les muestran las instalaciones que tenemos para que puedan disfrutar de ellas.
- Se les dice que, si necesitan asesoramiento sobre qué ver o qué hacer durante su estancia en Isla, en la recepción les atenderemos con mucho gusto.
- Se les da las gracias y se les sonríe con actitud empática y cordial.

Durante la estancia se les va preguntando cómo se encuentran, se les recuerda que si necesitan asesoramiento nosotros les podemos ayudar, o les recordamos las instalaciones que tenemos por si las quieren usar. Y si en algún momento tienen algún problema el personal debe de ser resolutivo de manera rápida y satisfactoria, y si no se puede resolver en el momento, estudiar el problema y darle la solución más rápida.

Y, por último, la hora de la salida:

- Se les preguntara qué tal han estado y si tienen alguna sugerencia para que podamos mejorar.
- Se les pedirán las llaves y se les despedirá esperando volver a verlos de nuevo en el establecimiento.

8.4 PRECIOS

Los precios son elementos difíciles de fijar y variables según la temporada y la demanda. Si conseguimos poner un precio adecuado llegaremos al éxito. Para fijar estos precios debemos tener en cuenta diferentes variables, las que están fuera de nuestro alcance, económicas, políticas, socioculturales y la competencia, y las que podemos controlar, financiación, productos y servicios.

Fijar precios con nuestros proveedores es muy importante a la hora de tomar decisiones rápidas, ayuda en saber la rentabilidad del servicio y los beneficios, y es una variable competitiva importante.

Nuestra estrategia es de diferenciación, por lo que no podemos tener unos precios muy bajos, ya que los clientes lo podrían relacionar con baja calidad. Pero tampoco precios muy altos, pues no es un establecimiento de lujo.

Para fijar estos precios debemos tener en cuenta los costes, la demanda y la competencia. La demanda limita el precio mayor, la competencia pone el nivel medio sobre el que tenemos que basar nuestros precios, y, por último, debemos tener en cuenta los costes que nos supone mantener cada apartamento, para venderlo a un precio que nos produzca beneficio.

Estos costes pueden ser fijos o variables. Los fijos son lo que hacen referencia a los gastos de luz, agua, impuestos, seguros, proveedores, mantenimiento, gestión, gas, reparaciones... Y los costes variables son gastos que varían según la actividad del establecimiento.

En nuestros apartamentos distinguimos tres temporadas, temporada alta, temporada media y temporada baja, estableciendo tres rangos de precios:

Tabla 2. Precios de los Apartamentos El jardín de Isla

Temporada	Periodo de tiempo	Tipo de apartamento	Precio
Alta	1 al 23 de agosto	1 dormitorio	125,00 €
		2 dormitorios	145,00 €
		3 dormitorios	165,00 €
Media	Semana Santa, segunda quincena de junio, julio, primera quincena de Septiembre y festivos	1 dormitorio	85,00 €
		2 dormitorios	105,00 €
		3 dormitorios	125,00 €
Baja	Primera quincena de junio, segunda quincena de septiembre y fines de semana del resto del año	1 dormitorio	65,00 €
		2 dormitorios	85,00 €
		3 dormitorios	100,00 €

Fuente: Elaboración propia

8.5 DISTRIBUCIÓN

“Una política de distribución es la estrategia aplicada por una empresa para el correcto envío de sus productos desde la cadena de producción y hasta su posicionamiento en el mercado” (Ruiz 2020)

La política de distribución hace referencia a la estrategia que una empresa aplica para una correcta distribución de sus productos y servicios hasta el mercado. En nuestro caso vamos a utilizar la estrategia omnicanal, usando canales digitales, análogos y físicos para llegar a los clientes.

- Ventas directas: Estas ventas de forma directa hacen referencia a las realizadas a través de nuestro canal propio, como son nuestra página web, la recepción, por teléfono o por las redes sociales, como Facebook. A través de estos canales los clientes contactarán con nosotros para informarse y contratar nuestros servicios. Este canal nos servirá para tener un contacto cercano con nuestros futuros usuarios.
- Ventas indirectas: Estas ventas de forma indirecta hacen referencia a las realizadas a través de un intermediario, nosotros trabajaremos con Booking, TripAdvisor, Expedia y Escapada rural.

8.6 PROMOCIÓN

La promoción comercial es el proceso que nuestra empresa llevará a cabo a través de una minuciosa política de comunicación dirigida, sobre todo, a atraer turistas nacionales, para informarles de nuestra oferta y así captar clientes.

Para ello utilizaremos diferentes técnicas como son la publicidad, fuerza y promoción de ventas y las relaciones públicas.

Publicidad:

"La mejor publicidad es la que hacen los clientes satisfechos" (Kotler 2017)

Es un método de comunicación en el cual la empresa transmite un mensaje propio a clientes potenciales, para así dar a conocer sus servicios. Es imprescindible dar a conocer nuestros apartamentos al máximo número de personas posible, ya que nos acabamos de introducir en el mercado.

Para hacer una campaña de publicidad buena tenemos que tener en cuenta:

- **Objetivos:** Debemos fijar nuestros objetivos con esta campaña para optimizarla al máximo, estos serán: darse a conocer, informar a los clientes de nuestro producto y servicios y crear un buen posicionamiento y buena imagen.
- **Clientes a los que nos dirigimos:** Es este caso serán principalmente familias que busquen una estancia tranquila y de calidad en un ambiente rural y de naturaleza. También a parejas que busquen relax y tranquilidad y un turismo de bienestar captándoles a través del Spa.
- **Posicionamiento:** Se realizará un informe donde aparezcan las calidades de los apartamentos: trato familiar y cercano, tranquilidad, calidad y comodidad, mediante un lenguaje sencillo y visual.

Debemos determinar el anuncio base y el elemento motivador, que es lo que impulsa a los posibles clientes a convertirse en clientes reales por lo que debemos informarles de los beneficios que tiene contratar nuestro producto.

Estos mensajes los difundiremos a través de:

- **Internet:** Es una de las herramientas de comunicación más usada en la actualidad. La empresa contará con su propia página web pero también se publicitará en diferentes medios como Facebook o utilizando displays en el correo electrónico de las personas

que busquen en internet información sobre apartamentos o en páginas de turismo de Cantabria.

- Medios impresos: Estudiaremos la posibilidad de aparecer en guías y libros: libros de turismo, de alojamientos, o en publicaciones como la guía Michelin. También en revistas y folletos sobre viajes y turismo.

Nuestro principal objetivo es darnos a conocer una vez introducidos en el mercado y conseguir clientes. Por ello, debemos explotar al máximo los medios de comunicación y preparar una buena publicidad, clara y visual.

Promoción de ventas:

Esta técnica la utilizaremos cuando la ocupación no sea muy alta y será de forma temporal para no dañar los ingresos ni la imagen de los apartamentos.

- Descuentos del 15 o 20% en las estancias.
- Con la estancia regalarles una sesión de spa.
- Proporcionarles parking gratuito y vigilado.

Relaciones públicas:

Nuestra empresa cuidará muy bien la relación tanto con clientes como con empleados.

- Relaciones con clientes: Trato familiar, amable y profesional. A través de las redes sociales para conocernos y cuando se pongan en contacto con el establecimiento.
- Relaciones con empleados: Tendremos un trato cercano y familiar con ellos para que se sientan cómodos y se vea reflejado en su trabajo, motivándoles y dándoles la misma imagen que al público, para que vean la capacidad que tenemos como empresa y los buenos resultados que podemos crear unidos.

9. PLAN ECONÓMICO-FINANCIERO

Realizar el estudio económico y financiero es esencial ya que conocer los números nos ayuda a saber qué fondos necesitamos para poner en marcha nuestra empresa, cómo vamos a cubrir gastos con los ingresos que generaremos y si el negocio es rentable.

El objetivo principal de este proyecto es demostrar su viabilidad, tanto económica como financiera, demostrando la capacidad del proyecto para generar recursos y rentabilidad.

Nos sirve para la toma de decisiones sobre nuestro producto, sus objetivos e intereses.

9.1 DESCRIPCIÓN DE LA INVERSIÓN

En este primer apartado vamos a calcular la inversión que tendremos que hacer para llevar a cabo en nuestros apartamentos turísticos.

Nuestro proyecto, un proyecto de creación nueva, requiere una gran inversión inicial que se puede ver reflejada en la tabla inferior. Las inversiones totales ascienden a un total de 2.163.000 euros.



Tabla 3. Inversión inicial

INVERSIÓN INICIAL	
TERRENO	250.000,00 €
EXCAVACIÓN	100.000,00 €
LICENCIA MUNICIPAL	45.000,00 €
ARQUITECTOS	88.000,00 €
ESTRUCTURA	425.000,00 €
URBANIZACIÓN	100.000,00 €
TEJADOS	80.000,00 €
FACHADA	125.000,00 €
ALBAÑILERÍA	225.000,00 €
EQUIPOS INFORMATICOS	4.000,00 €
INSTALACIONES (ELECTRICIDAD, FONTANEÍA, PINTORES...)	325.000,00 €
MUEBLES, COCINAS Y DECORACIÓN	400.000,00 €
SPA	190.000,00€
TOTAL	2.353.000,00 €

Fuente: Elaboración propia

Estas inversiones detallan los requisitos mínimos para poder abrir el establecimiento al público.

Algunas de ellas como son la compra del terreno, la excavación y la estructura ya se realizó el pago completo y, del proyecto de los arquitectos y la licencia de obra se hizo la mitad del pago, durante los años de 2018, 2019 y 2020, y los demás pagos se irán realizando a lo largo de los próximos años, es una obra grande y lleva un proceso de varios años.

Es un presupuesto estimativo, algunos datos son reales pero otros, al no haberse realizado todavía, son lo que estimamos que costarán, ya que puede surgir algún imprevisto.

9.2 PREVISIÓN DE FINANCIACIÓN

Según el diccionario ABC *"La financiación es la contribución de dinero, aporte monetario que una persona física o una empresa efectúan y se requiere para poder concretar un proyecto o actividad, como ser el desarrollo del negocio propio o la ampliación de uno ya existente"* (ABC, 2012)

La financiación que va a tener nuestra empresa va a ser a través de fondos propios y financiación ajena.

- Fondos propios (capital): Son las cantidades que construyen el capital inicial a través de ahorros, aportaciones dinerarias...
- Financiación externa: Para adquirir la financiación externa hay que recurrir a entidades financieras o similares. En nuestro caso hemos buscado financiación a través del banco de LiberBank, como ya está apalabrado con el banco, será un préstamo hipotecario a 12 años con los dos primeros años de carencia y con un interés del 1,7%, que se irá pagando al principio con los beneficios de la empresa ya creada hasta que El jardín de Isla genere beneficios para poder cubrir los pagos.

El coste estimado del establecimiento es de 2.353.000 euros, de los cuales 775.000 euros son del terreno, excavación y estructura y 66.500 euros de los dos primeros pagos de la licencia municipal y los arquitectos, en total 841.500 euros que ya están pagados con los fondos propios que existían de otro establecimiento extrahotelero en Isla.

La suma restante estimada de 1.511.500 euros se financiara a través de un crédito hipotecario en el banco teniendo de aval el establecimiento extrahotelero ya existente en Isla, con el que se irán generando ingresos y podremos ir pagando las cuentas de este otro.

Tabla 4. Financiación del crédito hipotecario

AÑO	CAPITAL	INTERESES	RECIBO	CAP. PENDIENTE
2021	- €	25.500,00 €	25.500,00 €	1.500.000,00 €
2022	- €	25.500,00 €	25.500,00 €	1.500.000,00 €
2023	150.000,00 €	25.500,00 €	175.500,00 €	1.350.000,00 €
2024	150.000,00 €	25.500,00 €	175.500,00 €	1.200.000,00 €
2025	150.000,00 €	25.500,00 €	175.500,00 €	1.050.000,00 €
2026	150.000,00 €	25.500,00 €	175.500,00 €	900.000,00 €
2027	150.000,00 €	25.500,00 €	175.500,00 €	750.000,00 €
2028	150.000,00 €	25.500,00 €	175.500,00 €	600.000,00 €
2029	150.000,00 €	25.500,00 €	175.500,00 €	450.000,00 €
2030	150.000,00 €	25.500,00 €	175.500,00 €	300.000,00 €
2031	150.000,00 €	25.500,00 €	175.500,00 €	150.000,00 €
2032	150.000,00 €	25.500,00 €	175.500,00 €	- €
TOTAL			1.806.000,00 €	

Fuente: Elaboración propia

9.3 PREVISIÓN DE INGRESOS

Para calcular los ingresos de los primeros años vamos a hacer una estimación en función de los precios que vamos a tener en nuestro futuro establecimiento, tanto sobre el precio en los apartamentos El jardín de Isla como el precio en los servicios extra que ofreceremos, que variará según la temporada y la duración de la estancia. Se calculará haciendo la multiplicación del precio por la unidad.

La estimación de la fecha de apertura se calcula que sea en el año 2024, pero al ser un establecimiento nuevo la ocupación no será del 100 %, aunque la demanda en Isla es bastante amplia y esperamos buena adaptación del negocio, pero debemos ser realistas y contar con que el establecimiento cuenta con 39 apartamentos y los posibles clientes aún no nos conocen.

Tras realizar un estudio de los días de apertura de los apartamentos en cada mes y la ocupación que tendríamos (ver anexo 4) hemos llegado a una estimación de los ingresos totales que tendríamos en nuestro primer año de apertura, el 2024, que se ven reflejados en la tabla que viene a continuación:

Tabla 5. Ingresos de Apartamentos El jardín de Isla

TOTAL INGRESOS	
APTº 1 HAB	153.596,95 €
APTº 2 HAB	190.286,10 €
APTº 3 HAB	24.874,00 €
OTROS SERVICIOS	114.433,80 €
TOTAL	483.190,85 €

Fuente: Elaboración propia

Tras la apertura del primer año estimamos un incremento de nuestros ingresos del 2 % en los dos próximos años.

Tabla 6. Previsión de ingresos escenario

INGRESOS			
AÑO	2024	2025	2026
INCREMENTO		2%	4%
APTº 1 HAB	153.596,95 €	156.668,88 €	159.740,82 €
APTº 2 HAB	190.286,10 €	194.091,82 €	197.897,54 €
APTº 3 HAB	24.874,00 €	25.371,48 €	25.868,96 €
OTROS SERVICIOS	114.433,80 €	116.722,47 €	119.011,15 €
TOTAL	483.190,85 €	492.854,65 €	502.518,47 €

Fuente: Elaboración propia

9.4 PREVISIÓN DE COSTES Y GASTOS

La estimación de los gastos anuales que se prevé es de 140.900 euros, incluye el mantenimiento del establecimiento, las compras de productos de limpieza, material para la recepción, la gestoría, los suministros como son el agua, el gas, la luz..., los sueldos y salarios de los trabajadores, la seguridad social a cargo de la empresa y los impuestos estimados que tendremos.

Tabla 7. Previsión de gastos

GASTOS	
MANTENIMIENTO	5.000,00 €
COMPRAS Y STOCK	15.000,00 €
GESTORIA	5.940,00 €
SUMINISTROS	17.000,00 €
SUELDOS Y SALARIOS	52.800,00 €
SEGURIDAD SOCIAL	20.160,00 €
IMPUESTOS	25.000,00 €
TOTAL	140.900,00 €

Fuente: Elaboración propia

Una vez hallados los gastos, estimamos una subida del IPC del 1,5% en los costes y un crecimiento del 2% en los gastos, para los siguientes años.

Tabla 8. Previsión costes y gastos

COSTES Y GASTOS			
AÑO	2024	2025	2026
IPC %		1,5%	1,5%
TOTAL COSTES	20.000,00 €	20.300,00 €	20.060,45 €
CRECIMIENTO %		2%	4%
TOTAL GASTOS	120.900,00 €	123.318,00 €	125.784,36 €

Fuente: Elaboración propia

De la Agencia Tributaria del Gobierno de España hemos sacado la tabla de coeficientes de amortización lineal para nuestro establecimiento (Agencia Tributaria, 2015).

Tabla 9. Amortizaciones

AMORTIZACIÓN				
AÑOS		2024	2025	2026
ACTIVO	PERIODOS	IMPORTE		
Obra civil	100	19.530,00 €	19.530,00 €	19.530,00 €
Mobiliario	20	20.000,00 €	20.000,00 €	20.000,00 €
Equipos informaticos	8	500,00 €	500,00 €	500,00 €
TOTAL		40.030,00 €	40.030,00 €	40.030,00 €

Fuente: Elaboración propia

9.5 CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

Tras haber calculado los datos financieros, se construye la cuenta de pérdidas y ganancias o cuenta de resultados, para calcular el margen de beneficios del establecimiento. Este resultado está reflejado en la tabla que viene a continuación, detallada durante el primer año de apertura.

Tabla 10. Cuenta de pérdidas y ganancias

CONCEPTO	ABRIL	MAY	JUNI	JULIO	AGOS.	SEPTI.	OCT.	NOVI.	DIC.	ENE.	FEBR.	MAR.	TOTAL
INGRESOS	21.354,55 €	20.784,60 €	82.155,00 €	102.791,3 5 €	113.336,0 0 €	82.155,00 €	25.403,40 €	26.059,00 €	9.151,95 €	- €	- €	- €	483.190,8 5 €
SERVICIO DE ALOJAMIENTO	17.641,75 €	16.011,00 €	62.265,00 €	78.127,75 €	84.561,80 €	62.265,00 €	19.569,00 €	20.755,00 €	7.560,75 €	- €	- €	- €	368.757,0 5 €
OTROS SERVICIOS	3.712,80 €	4.773,60 €	19.890,00 €	24.663,60 €	28.774,20 €	19.890,00 €	5.834,40 €	5.304,00 €	1.591,20 €	- €	- €	- €	114.433,8 0 €
GASTOS	17.520,83 €	17.520,83 €	17.520,83 €	17.520,83 €	17.520,83 €	17.520,83 €	17.520,83 €	17.520,83 €	17.520,83 €	7.747,50 €	7.747,50 €	7.747,50 €	180.929,9 6 €
COSTES	2.083,33 €	2.083,33 €	2.083,33 €	2.083,33 €	2.083,33 €	2.083,33 €	2.083,33 €	2.083,33 €	2.083,33 €	416,67 €	416,67 €	416,67 €	20.000,00 €
GASTOS	12.101,67 €	12.101,67 €	12.101,67 €	12.101,67 €	12.101,67 €	12.101,67 €	12.101,67 €	12.101,67 €	12.101,67 €	3.995,00 €	3.995,00 €	3.995,00 €	120.900,0 0 €
AMORTIZACIONES	3.335,83 €	3.335,83 €	3.335,83 €	3.335,83 €	3.335,83 €	3.335,83 €	3.335,83 €	3.335,83 €	3.335,83 €	3.335,83 €	3.335,83 €	3.335,83 €	40.029,96 €
RESULT. NETO EXPLOTAC. (BAII)	3.833,72 €	3.263,77 €	64.634,17 €	85.270,52 €	95.815,17 €	64.634,17 €	7.882,57 €	8.538,17 €	8.368,88 €	7.747,50 €	7.747,50 €	7.747,50 €	302.260,8 9 €
Ingresos Financieros													
Gastos de Financiación	14.625,00 €	14.625,00 €	14.625,00 €	14.625,00 €	14.625,00 €	14.625,00 €	14.625,00 €	14.625,00 €	14.625,00 €	14.625,00 €	14.625,00 €	14.625,00 €	175.500,0 0 €
Bº ANTES DE IMPUESTOS (BAI)													126.760,8 9 €
Impuestos 25%													31.690,22 €
Bº NETO (RESULTADO DEL EJERC.)													95.070,67 €

Fuente: Elaboración propia

A continuación, la estimación de la cuenta de pérdidas y ganancias de los primeros años.

Tabla 11. Cuenta pérdidas y ganancias anuales

CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS			
COSTE	2024	2025	2026
	1	2	3
CONCEPTO	TOTAL	TOTAL	TOTAL
INGRESOS	483.190,85 €	492.854,67 €	502.518,48 €
SERVICIO DE ALOJAMIENTO	368.757,05 €	376.132,19 €	383.507,33 €
OTROS SERVICIOS	114.433,80 €	116.722,48 €	119.011,15 €
GASTOS	180.929,96 €	183.643,91 €	186.357,86 €
COSTES	20.000,00 €	20.300,00 €	20.600,00 €
GASTOS	120.900,00 €	122.713,50 €	124.527,00 €
AMORTIZACIONES	40.029,96 €	40.630,41 €	41.230,86 €
RESULT. NETO EXPLOTAC. (BAII)	302.260,89 €	309.210,76 €	316.160,63 €
Ingresos Financieros			
Gastos de Financiación	175.500,00 €	175.500,00 €	175.500,00 €
Bº ANTES DE IMPUESTOS (BAI)	126.760,89 €	133.710,76 €	140.660,63 €
Impuestos 25%	31.690,22 €	33.427,69 €	35.165,16 €
Bº NETO (RESULTADO DEL EJERC.)	95.070,67 €	100.283,07 €	105.495,47 €

Fuente: Elaboración propia

Una vez calculados y analizados los ingresos y gastos que tendremos en nuestro establecimiento, hemos obtenido un beneficio estimado de 95.070,67 euros el primero año, es una gran inversión pero también los beneficios son mayores.

Los resultados económicos verifican la viabilidad de los Apartamentos turísticos El jardín de Isla, desde el primer año en adelante.

10. CONCLUSIONES

Nuestro proyecto tenía un objetivo muy claro, que era la creación de un nuevo establecimiento extrahotelero en la localidad de Isla, en el Municipio de Arnauero.

La idea de crear este establecimiento surge tras la oportunidad de comprar un terreno en esta localidad a buen precio y bien ubicado. Pero para que el proyecto sea viable no vale solo con tener ilusión y capacidad, se necesitan muchas más cosas. Para demostrar esa viabilidad hemos creado este plan, del que hemos sacado estas conclusiones:

Para empezar, nos informamos sobre el turismo en España, que genera gran parte de la economía. La demanda turística es alta y, concretamente, en el pueblo de Isla, está en alza pues existen numerosos atractivos turísticos. También estudiamos la normativa de apartamentos turísticos y el plan especial de Isla sobre edificación.

A continuación hicimos un estudio sobre el mercado analizando nuestra competencia, nuestro tipo de futuro cliente y nuestro producto.

Seguidamente realizamos un análisis DAFO para explotar nuestras fortalezas y oportunidades y mejorar las amenazas y debilidades. Al encontrarnos en esta situación excepcional de pandemia mundial también nos informamos sobre cómo había afectado el Covid- 19 a la zona de Isla, lo que nos llevó a conocer que los turistas demandaban más establecimientos extrahoteleros que hoteleros.

El plan de marketing nos hizo definir los pasos que debíamos llevar a cabo con nuestra empresa, elaborando una estrategia y teniendo un objetivo claro y definido para el éxito de la venta de nuestros productos y servicios. Para ello fijamos unos precios competitivos y una estrategia de distribución y promoción adecuadas.

Por último, el plan económico financiero nos ha permitido conocer la inversión inicial, una estimación de la ocupación e ingresos que va a generar nuestro establecimiento los primeros años, los gastos que nos supondrá y como se va a financiar. Este plan es fundamental para conocer nuestros objetivos de ventas y ver que nuestro proyecto es rentable económicamente.

11. REFERENCIAS

11.1 BIBLIOGRAFÍA

- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, 2005. *Diccionario del estudiante*. SANTILLANA EDICIONES GENERALES, S.L. Madrid: Península. ISBN 9788429405477.
- SETH, GODIN 2014. *El marketing del permiso: Convertir a extraños en amigos y a amigos en clientes (Gestión del conocimiento)*. EMPRESA ACTIVA. España. ISBN 9788496627826.
- COHEN, WILLIAM A. 2007. *El plan de marketing: procedimientos, formularios, estrategia, técnica*. DEUSTO S.A. EDICIONES. Barcelona: Península. ISBN 9788423418763.
- KOTLER, PHILIP 2017. *Fundamentos de marketing*. PEARSON UNIVERSIDAD CONSUMO MAT. COMPLEME. España. ISBN 9786073238458.
- WELCH, JACK 2007. *Winning*. HARPERCOLLINS PUB. Londres. ISBN 9780007197675.

11.2 WEBGRAFÍA

- AGENCIA TRIBUTARIA (1 de Enero 2015). Tabla de coeficientes de amortización lineal. Recuperado el 8 de septiembre de 2020 de: [https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/Segmentos/Empresas_y_profesionales/Empresas/Impuesto sobre Sociedades/Periodos impositivos a partir de 1 1 2015/Base imponible/Amortizacion/Tabla de coeficientes de amortizacion lineal .shtml](https://www.agenciatributaria.es/AEAT.internet/Inicio/Segmentos/Empresas_y_profesionales/Empresas/Impuesto_sobre_Sociedades/Periodos_impositivos_a_partir_de_1_1_2015/Base_imponible/Amortizacion/Tabla_de_coeficientes_de_amortizacion_lineal_.shtml)
- BOC (10 de marzo de 2020). Boletín oficial de Cantabria. Recuperado el 14 de agosto de 2020, de Decreto 82/2010, de 25 de noviembre, por el que se regulan los establecimientos de alojamientos turísticos extrahotelero en el ámbito de la Comunidad Autónoma de Cantabria. Recuperado el 10 de agosto de 2020 de: http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ct-d82-2010.tp.html#a4
- BOOKING (2020). Consulta web el 13, 14 y 16 de agosto de 2020 en: <https://www.booking.com/>
- CÁMARA DE COMERCIO DE ESPAÑA (2020). Consulta web el 26 y 27 de marzo de 2020 en: <https://www.camara.es/>
- DICCIONARIO ABC (2012). Definición de financiación. Recuperado el 28 de agosto de 2020 de: <https://www.definicionabc.com/economia/financiacion.php>

- EL MUNDO (2020). El turismo creció en 2019 un 1,5 %, por debajo del PIB y el peor dato desde 2013. Recuperado el 30 de mayo de 2020 de: <https://www.elmundo.es/economia/macroeconomia/2020/01/15/5e1ed569fc6c83ac4d8b467d.html>
- EL PAÍS (2018). El turismo sigue al alza y ya aporta el 12% del PIB y el 13% del empleo en España. Recuperado el 3 de mayo de 2020 de https://cincodias.elpais.com/cincodias/2019/12/23/companias/1577113873_775760.html
- ESCAPADA RURAL (2020). Consulta web el 13, 14 y 16 de agosto de 2020 en: <https://www.escapadarural.com/>
- EUROPAPRESS (2020). España cierra 2019 con 83,7 millones de turistas extranjeros, 1,1% más y nuevo record histórico. Recuperado el 15 de abril de 2020 de: <https://www.europapress.es/turismo/nacional/noticia-espana-cierra-2019-837-millones-turistas-extranjeros-11-mas-nuevo-record-historico-20200203093207.html>
- EXPEDIA (2020). Consulta web el 13, 14 y 16 de agosto de 2020 en: <https://www.expedia.es/>
- ICANE (2018). Número de viajeros según municipio. Año 2018. Recuperado el 28 de mayo de 2020 de : <https://www.ican.es/data/travelers-overnight-stays-average-stays-occupancy-establishment-places-categories-areas/results>
- ICANE (2019). Número de viajeros en Cantabria. Año 2019. Recuperado el 16 de abril de 2020 de: <https://www.ican.es/data/hotel-survey-travelers-pernoctations/results>
- INE (2019). Número de turistas según comunidad autónoma de destino principal. Año 2018. Recuperado el 23 de mayo de 2020 de: <https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=23988#!tabs-tabla>
- LUIS RUIZ, trucos de ventas (2020). Política de distribución: que es y como crearla para tu negocio. Recuperado el 23 de agosto de 2020 de: <https://blog.saleslayer.com/es/que-es-politica-de-distribucion>
- SEDE ELECTRÓNICA DEL AYUNTAMIENTO DE ARNUERO, Plan especial Isla (2007). Ordenanzas. Recuperado el 20 de agosto de 2020 de: [file:///C:/Users/Alicia/Desktop/musica%2020200110 ORDENANZAS%20\(2\).pdf](file:///C:/Users/Alicia/Desktop/musica%2020200110%20ORDENANZAS%20(2).pdf)
- PÚBLICO (2020). España pierde más de 40 millones de turistas y casi 50.000 millones de euros hasta agosto. Recuperado el 7 de septiembre de: <https://www.publico.es/sociedad/turismo-coronavirus-40-millones-turistas-50000-millones-perdidos-agosto.html>

- TURISMO CANTABRIA (2020). Consulta web el 10, 12 y 13 de abril de 2020 en: <https://www.turismocantabria.es/es/que-ver-en-isla/68>
- TURISMO DE CANTABRIA (2020). Consulta web el 12 y 13 de abril de 2020 en: <https://turismodecantabria.com/inicio#>
- TURISMO DE ISLA (2020) Consulta web el 23 y 25 de abril de 2020 en: <http://www.islacantabria.com/inicio>

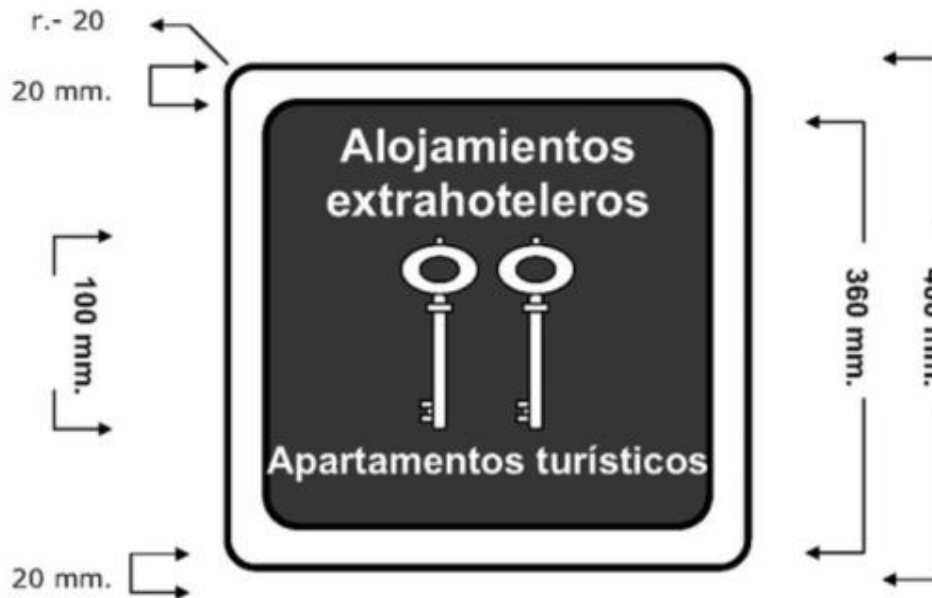
11.3 ENTREVISTAS

- PELAYO PARDO, Guillermo, 2020. Propietario del Hotel Pelayo en Isla y del Gran Hotel Liber Spa en Noja. Entrevistado por Alicia Antón Niño.
- ANTÓN DE LA HOZ, Manuel, 2020. Propietario de Apartamentos De La Hoz en Isla. Entrevistado por Alicia Antón Niño.
- CARRAL QUINTANA, Bernardina, 2020. Propietaria del Camping Playa de Isla y presidenta del CID de Isla. Entrevistada por Alicia Antón Niño.



13. ANEXOS

13.1 ANEXO 1. PLACA IDENTIFICATIVA



- Medidas en milímetros.
- Letras Arial.
- Recuadro de la placa en blanco.
- Fondo rojo.

de Turismo

ALTAMIRA

9. Como presidenta del CID de Isla, ¿Cuál sería su comentario global sobre la afectación del Covid 19 en Isla?

13. 4 ANEXO 4. INGRESOS DETALLADOS



Tabla 12. Ingresos detallados

2024		ABRIL	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
APTº 1 HAB	19									
DIAS		7	9	30	31	31	30	11	10	3
OCUPACION		85%	60%	70%	85%	92%	70%	60%	70%	85%
PRECIO										
Temporada baja	65,00 €									
Temporada media	85,00 €									
Temporada alta	125,00 €									
INGRESOS		7.348,25 €	6.669,00 €	25.935,00 €	32.542,25 €	35.222,20 €	25.935,00 €	8.151,00 €	8.645,00 €	3.149,25 €
APTº 2 HAB	18									
PRECIO										
Temporada baja	85,00 €									
Temporada media	105,00 €									
Temporada alta	145,00 €									
INGRESOS		9.103,50 €	8.262,00 €	32.130,00 €	40.315,50 €	43.635,60 €	32.130,00 €	10.098,00 €	10.710,00 €	3.901,50 €
APTº 3 HAB	2									
PRECIO										
Temporada baja	100,00 €									
Temporada media	125,00 €									
Temporada alta	165,00 €									
INGRESOS		1.190,00 €	1.080,00 €	4.200,00 €	5.270,00 €	5.704,00 €	4.200,00 €	1.320,00 €	1.400,00 €	510,00 €
OTROS SERVICIOS										
OCUPACION		40%	40%	50%	60%	70%	50%	40%	40%	40%
Spa	25,00 €	2.730,00 €	3.510,00 €	14.625,00 €	18.135,00 €	21.157,50 €	14.625,00 €	4.290,00 €	3.900,00 €	1.170,00 €
Parking	9,00 €	982,80 €	1.263,60 €	5.265,00 €	6.528,60 €	7.616,70 €	5.265,00 €	1.544,40 €	1.404,00 €	421,20 €

Fuente: Elaboración propia