



PLAN DE EMPRESA PARA UN NEGOCIO DE ALOJAMIENTO RURAL CON ACTIVIDADES DE OCIO

Licenciatura en Administración y Dirección de
Empresas

Autora:
Sara Andrés Solana

Director:
José Miguel Albarracín Guillem/
Marta Elena Palmer Gato



© Sara Andrés Solana

Impreso en Valencia, España

Diciembre 2010



Agradecimientos

Gracias a mi familia por su incondicional apoyo y gran paciencia.

Gracias a mis grandes amigos que en todo me acompañan y especialmente a Davicito, el más fiel y verdadero amigo y hermano que jamás podré tener. También Sonia, siempre a mi lado.

Gracias a “mis regulares” por vuestro ánimo y día a día.

Finalmente y por encima de todo las gracias a Dios por regalarme las fuerzas, salud y motivación.



Índice

Resumen.....	11
Capítulo 1. Introducción.....	12
1.1 Objeto y Justificación de las Asignaturas	13
1.2 Objetivos y Motivación	14
Capítulo 2. Análisis del Sector	15
2. 1. Análisis del Sector Turismo	16
2.1.1.Introducción.....	16
2.1.2. El Turismo en España. Origen del Turismo Rural	16
2.1.3. Evolución del Turismo en España.....	17
2.1.3.1. Ingresos del Turismo	17
2.1.3.2. Viajes y Pernoctaciones del Turismo.....	19
2.1.3.3. Número de Plazas Ofertadas del Turismo.....	21
2.1.4. El Turismo en Asturias.....	22
2.1.4.1. Pernoctaciones en Asturias.....	22
2.1.4.2. Plazas Ofertadas en Asturias.....	23
2.2. Análisis del Turismo Rural	24
2.2.1.Introducción.....	24
2.2.2. Definición y Características	24
2.2.3. Ingresos del Turismo Rural.....	26
2.2.4. Evolución de la Demanda y Oferta del Turismo Rural	26
2.2.5. Demanda de Turismo Rural en España	27
2.2.5.1. Viajes	27
2.2.5.2. Pernoctaciones.....	28
2.2.5.3. El turista extranjero.....	28
2.2.5.4. Grado de Ocupación.....	28
2.2.5.5. Estancia Media	29
2.2.5.6. Distribución	29
2.2.5.7. Demanda de Turismo Rural en Asturias.....	30
2.2.5.8. Perfil del Cliente	31
2.2.5.8.1. Perfil del Cliente Español y la Crisis Económica	31
2.2.5.8.2. Perfil del Cliente Extranjero	33
2.2.6. Oferta de Turismo Rural en España	34
2.2.6.1. Principales Indicadores de la Oferta	34
2.2.6.2. Precios	35
2.2.6.3. Oferta de Turismo Rural en Asturias.....	36
2.2.6.4. Tendencias de la Oferta.....	37
2.2.6.5. Competencia	38
2.2.6.6. Factores Clave de Éxito	43
2.2.7. Diagnóstico.....	44
2.2.7.1. Análisis DAFO	44
2.2.7.2. Matriz CAME.....	46
Capítulo 3. Análisis de la Empresa.....	48
3.1. Localización	49
3.2. Descripción de la Casa.....	53
3.3. Legislación	55
3.4. Ayudas	56



3.5. Calidad.....	58
3.6. Trámites legales y Constitución.....	60
3.6.1. Forma Jurídica	60
3.6.1.1. Empresario Individual	60
3.6.1.2. Comunidad de Bienes	60
3.6.1.3. Sociedad Civil.....	60
3.6.1.4. Sociedad Anónima.....	60
3.6.1.5. Sociedad Limitada	61
3.6.1.6. Sociedad Limitada Nueva Empresa	61
3.6.1.7. Sociedad Colectiva	61
3.6.1.8 Sociedad Comanditaria Simple	62
3.6.1.9. Sociedad Comanditaria por Acciones.....	62
3.6.1.10. Sociedad Laboral	62
3.6.1.11. Conclusiones	62
3.6.2. Trámites Obligatorios de Constitución de una Sociedad Limitada	63
3.6.2.1. Solicitud del Certificado de Denominación Social.....	63
3.6.2.2. Depósito en Entidad Bancaria del Capital Social.....	63
3.6.2.3. Redacción de Estatutos y Firma de la Escritura de Constitución	63
3.6.2.4. Solicitud del CIF Provisional	64
3.6.2.5. Pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales.....	64
3.6.2.6. Inscripción en el Registro Mercantil.....	64
3.6.2.7. Solicitud CIF Definitivo, Declaración Censal e I.A.E.....	64
3.6.2.8. Solicitud Código Cuenta de Cotización y Alta de Trabajadores	65
3.6.2.9. Otros Aspectos Legales	65
Capítulo 4. Recursos Humanos.....	67
4.1. Necesidades de personal	68
4.2. Socios.....	69
4.3. Funciones	70
4.4. Organigrama.....	71
4.5. Política de contratación y subcontratación.....	72
Capítulo 5. Plan de Marketing.....	73
5.1. Política de Producto	74
5.1.1. Introducción.....	74
5.1.2. Público Objetivo	74
5.1.3. Conjunto de Servicios.....	75
5.1.4. Complementos para Servicios.....	80
5.2. Política de Precios	88
5.2.1. Introducción.....	88
5.2.2. Hospedaje.....	88
5.2.3. Restauración.....	91
5.2.4. Actividades de Ocio	91
5.3. Política de Distribución	92
5.4. Política de Comunicación	94
5.4.1. Introducción.....	94
5.4.2. Publicidad	94
5.4.2.1. Página Web Corporativa	95
5.4.2.2. Buscadores	95
5.4.2.3. Portales Especializados	95
5.4.2.4. Guías de Empresa.....	96
5.4.2.5. Otras Páginas Webs.....	96
5.4.2.6. Facebook	97
5.4.2.7. Trípticos.....	97



5.4.2.8. Aparición en Medios de las Administración Local	97
5.4.2.9. Otros Medios.....	97
5.4.3. Promoción de Ventas.....	97
Capítulo 6. Plan Económico y Financiero	99
6.1. Plan de Inversión Financiación	100
6.1.1. Introducción.....	100
6.1.2. Inversión.....	100
6.1.3. Financiación.....	101
6.1.3.1. Patrimonio Neto.....	101
6.1.3.2. Financiación a Largo Plazo	102
6.2. Cuentas de Resultados Previsionales	105
6.2.1. Introducción.....	105
6.2.2. Ventas.....	105
6.2.3. Consumos de Explotación	110
6.2.4. Gastos Laborales	110
6.2.5. Resto de Gastos de Explotación	110
6.2.6. Amortizaciones.....	112
6.2.7. Impuesto Valor Añadido	113
6.2.8. Pérdidas y Ganancias Previsional	115
6.3. Balances de Situación Previsional	117
6.4. Análisis de Ratios.....	119
6.4.1. Introducción.....	119
6.4.2. Análisis de la Liquidez.....	119
6.4.3. Análisis del Endeudamiento	120
6.4.4. Análisis de la Rentabilidad Económica	121
6.4.5. Análisis de la Rentabilidad Financiera	122
6.5. Análisis dinámico del proyecto: VAN Y TIR.....	123
6.5.1. Introducción.....	123
6.5.2. VAN.....	123
6.5.3. TIR.....	127
6.5.4. Análisis dinámico.....	128
Capítulo 7. Conclusiones	130
7.1. Análisis del Sector	131
7.2. Análisis de la Empresa	131
7.3. Recursos Humanos.....	132
7.4. Plan de Marketing	132
7.5. Plan Económico Financiero	132
Bibliografía	134
Anexos.....	139



Índice de Figuras

Figura 2.1 Ingresos del turismo.....	18
Figura 2.2 Balanza de pagos del turismo, 2008-2009	19
Figura 2.3 Distribución de pernoctaciones en los subsectores turísticos	20
Figura 2.4 Evolución de pernoctaciones en los subsectores turísticos.....	21
Figura 2.5 Número de plazas ofertadas por los establecimientos turísticos	22
Figura 2.6 Pernoctaciones en Asturias.....	23
Figura 2.7 Número de plazas estimadas en Asturias	23
Figura 2.8 Oferta y demanda 2001-2008	27
Figura 2.9 Evolución de viajeros en turismo rural.....	27
Figura 2.10 Evolución de los grados de ocupación por plazas y en fin de semana.....	28
Figura 2.11 Principales comunidades autónomas según pernoctaciones	29
Figura 2.12 Tasa de ocupación de Asturias	30
Figura 2.13 Origen de los viajeros españoles con destino Asturias	31
Figura 2.14 Entrada de viajeros extranjeros en Asturias	31
Figura 2.15 Oferta turismo rural en España	35
Figura 2.16 Tasa de variación interanual de precios.....	35
Figura 2.17 Número establecimientos abiertos de turismo rural en Asturias.....	36
Figura 2.18 Principales comunidades autónomas según número de plazas estimadas	37
Figura 2.19 Factores clave de éxito del Turismo Rural.....	44
Figura 3.1 Cudillero	49
Figura 3.2 Plano de Cudillero	50
Figura 3.3 Fotos de Cudillero.....	51
Figura 3.4 Localización de la casa rural	53
Figura 3.5 Exterior de la casa	54
Figura 3.6 Hórreo de la casa.....	54
Figura 4.1 Organigrama.....	71



Índice de Tablas

Tabla 2.1 Competencia en Cudillero	40
Tabla 2.2. Otros datos de la competencia en Cudillero	42
Tabla 3.1 Festividades	52
Tabla 5.1 Perfil del público objetivo.....	75
Tabla 5.2 Conjunto de servicios	76
Tabla 5.3 Programa de senderismo.....	78
Tabla 5.4 Visitas guiadas	80
Tabla 5.5 Complementos para servicios	81
Tabla 5.6 Precio del hospedaje	89
Tabla 5.7 Precio actividades de ocio	91
Tabla 5.8 Portales en Internet.....	96
Tabla 6.1 Inmovilizado intangible	100
Tabla 6.2 Inmovilizado material	100
Tabla 6.3 Desembolso inicial	101
Tabla 6.4 Datos del préstamo	102
Tabla 6.5 Amortización del préstamo	103
Tabla 6.6 Pagos préstamo, TIR y TAE	104
Tabla 6.7 Ingresos por hospedaje en un escenario normal	105
Tabla 6.8 Total de clientes al año en un escenario normal.....	106
Tabla 6.9 Ingresos por restauración en un escenario normal.....	106
Tabla 6.10 Ingresos por actividades de ocio en un escenario normal	107
Tabla 6.11 Total ingresos en escenario normal	107
Tabla 6.12 Previsiones de crecimiento escenario normal.....	107
Tabla 6.13 Ingresos por hospedaje en un escenario pesimista	108
Tabla 6.14 Total de clientes al año en un escenario pesimista.....	108
Tabla 6.15 Ingresos por restauración en un escenario pesimista.....	109
Tabla 6.16 Ingresos por actividades de ocio en un escenario pesimista	109
Tabla 6.17 Total ingresos en escenario pesimista.....	109
Tabla 6.18 Previsiones crecimiento escenario pesimista.....	109
Tabla 6.19 Consumos en escenario normal	110
Tabla 6.20 Consumos en escenario pesimista	110
Tabla 6.21 Otros gastos de explotación en escenario normal	111
Tabla 6.22 Gastos en publicidad	111
Tabla 6.23 Otros gastos de explotación en escenario pesimista	112
Tabla 6.24 Amortizaciones	113
Tabla 6.25 IVA soportado en Consumos escenario normal	113
Tabla 6.26 IVA soportado en resto de Gastos de Explotación en escenario normal	114
Tabla 6.27 Liquidación IVA en escenario normal	114
Tabla 6.28 IVA soportado en Consumos escenario pesimista	114
Tabla 6.29 IVA soportado en resto de Gastos de Explotación en escenario pesimista	115
Tabla 6.30 Liquidación de IVA en escenario pesimista	115
Tabla 6.31 Cuenta de Pérdidas y Ganancias previsional en escenario normal.....	116
Tabla 6.32 Cuenta de Pérdidas y Ganancias previsional en escenario pesimista	116
Tabla 6.33 Balance de Situación previsional en escenario normal	117
Tabla 6.34 Balance de Situación previsional en escenario pesimista	118
Tabla 6.35 Media de los ratios de empresas del sector.....	119
Tabla 6.36 Análisis de la Liquidez	119



Tabla 6.37 Análisis del Endeudamiento	120
Tabla 6.38 Análisis de la Rentabilidad Económica	121
Tabla 6.39 Análisis de la Rentabilidad Financiera	122
Tabla 6.40 Cálculo flujos de caja en escenario normal	124
Tabla 6.41 Flujos de caja en escenario normal	124
Tabla 6.42 Cálculo flujos de caja en escenario pesimista	125
Tabla 6.43 Flujos de caja en escenario pesimista	125
Tabla 6.44 Cálculo VAN	126
Tabla 6.45 VAN	126
Tabla 6.46 Sensibilidad a la tasa de actualización en escenario normal.....	127
Tabla 6.47 Sensibilidad a la tasa de actualización en escenario pesimista.....	127
Tabla 6.48 TIR.....	128
Tabla 6.49 Cuadro Resumen Análisis Dinámico	128



Índice de Anexos

Anexo 1. Ley del Principado de Asturias 7/2001, de 22 de junio, de Turismo.....	140
Anexo 2. DECRETO 143/2002, de 14 de noviembre, de Alojamientos de Turismo Rural.....	174
Anexo 3. «Aldeas» Asturias calidad turística. Resolución 14 de enero de 2004.....	190
Anexo 4. Parámetros a valorar en las auditorias de equipamiento, instalaciones y gestión y servicio de la Marca “ALDEAS”	192
Anexo 5. Protocolo de adhesión de empresas/servicios turísticos al SICTED.....	194
Anexo 6. Presupuesto Paneles Solares.....	196
Anexo 7. Curriculum Vitae Socios.....	197



Resumen

Para la creación del plan de una empresa de turismo rural con actividades de ocio se comenzará partiendo del objeto de este trabajo y en qué conocimientos y materias se apoya.

Tras una breve introducción y justificación de la elección del tema de este trabajo y sus objetivos, se comenzará de lleno analizando la estructura del mercado en cuestión, el sector del turismo, en concreto, el turismo rural, emergente en los últimos años y con una creciente demanda que lo convierte en un nicho de mercado cuya necesidad de esparcimiento e innovación ofrecen rentables posibilidades de explotación. De esta manera, se definirán las variables que serán punto de referencia para nuestra empresa y determinarán su viabilidad. A través del análisis del sector se detallarán cuestiones como la competencia y las principales particularidades de la oferta y la demanda para conocer el tipo de servicio ofertado con sus características fundamentales, además del perfil del consumidor al que va dirigido. Con todo ello se elaborará un diagnóstico con las matrices DAFO y CAME como punto de partida de nuestra empresa.

En el capítulo del análisis de la empresa se justificará el tipo de negocio a emprender y sus principales bases. Se detallarán los aspectos legales que regulan la ordenación de los establecimientos de alojamiento rurales y su integración y aquellas ayudas de entidades públicas a las que podría acogerse un negocio de estas condiciones. Asimismo, se definirán las características más significativas para la puesta en marcha de la empresa como su ubicación y en especial, aquellas decisiones que puedan darle un valor añadido en el mercado como podría ser la calidad.

El plan de recursos humanos concretará el capital humano necesario para la creación de la empresa y sus condiciones.

Por el capítulo del plan de marketing se definirán aspectos como qué hace que la empresa sea más competitiva o qué necesidades debe cubrir y se determinará qué tipo de promoción y publicidad pondrá los servicios a disposición de los clientes potenciales.

En el estudio del plan económico y financiero se hará una previsión de lo que será el plan de inversión inicial y se determinará cuestiones como el detalle de ingresos y gastos o el modelo escogido para financiarse. Todo ello se analizará desde diferentes escenarios. Las principales herramientas para confirmar la viabilidad económica de la empresa y sus accionistas sería una batería de los ratios económicos más significativos y un análisis dinámico mediante VAN y TIR.

Por último, se mencionarán las conclusiones pertinentes sobre el conjunto del trabajo como valoración de esta oportunidad de negocio y su viabilidad además de especificar cuál ha sido la bibliografía de apoyo.



Capítulo 1. Introducción

En este capítulo se describirá de qué se ocupa este estudio o proyecto así como las diferentes asignaturas de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas cuyo conocimiento y utilidad han hecho posible el desarrollo de este trabajo.

Por otra parte, también se hará una breve introducción a lo que va a tratar este trabajo, la elección y motivación del tema escogido y los objetivos que se pretenden cumplir a lo largo de este proyecto.



1.1 Objeto y Justificación de las Asignaturas

El objeto de este trabajo es estudiar la oportunidad de negocio y viabilidad económica de una empresa dedicada a prestar alojamiento en el ámbito rural así como también ofrecer actividades de ocio especializadas en el entorno de la naturaleza. El plan de empresa servirá de instrumento de definición, planificación y puesta en marcha de la misma. Identificará los objetivos y servirá para ordenar las ideas, calificar y cuantificar el mercado, el público objetivo, las herramientas e instrumentos, la organización, los recursos, las fuentes de financiación, la forma jurídica, etc.

Para ello, será necesario partir de una situación inicial como es el análisis del sector para llegar a un diagnóstico final tras establecer las bases de la empresa y políticas de tipo comercial y económico-financiera.

A continuación, se describirá qué asignaturas de la Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas han sido de utilidad para elaboración de los diferentes capítulos del proyecto.

Capítulo del TFC: Análisis del sector

Asignaturas relacionadas: Introducción a los sectores empresariales, Dirección estratégica de proyectos empresariales y Macroeconomía.

Con estas asignaturas se realizará un análisis sectorial, viendo cuál ha sido el punto de partida y su posterior evolución a lo largo de la historia conforme a las variables que caracterizan el mercado del turismo rural. De esta manera, se podrá definir la base del negocio. De fundamental estudio será el análisis de la demanda y de la oferta, así como el perfil del cliente. Serán fundamentales herramientas como las matrices DAFO y CAME o la descripción de los factores clave de éxito.

Capítulo del TFC: Análisis de la empresa

Asignaturas relacionadas: Economía de la empresa I, Gestión fiscal, Derecho empresarial y Legislación laboral.

En este capítulo y a través de las asignaturas citadas, se sentarán las bases para la creación del negocio y la organización del mismo con el fin de que el plan de empresa ponga los elementos de gestión en sintonía a los objetivos establecidos. Lo hará a través de determinados planes que se definirán en posteriores capítulos.

Además, en este capítulo se especifica la regulación legal a la que debe someterse la empresa, su forma jurídica y los trámites necesarios para su constitución.

Capítulo del TFC: Plan de recursos humanos

Asignaturas relacionadas: Dirección de recursos humanos

Por el plan de recursos humanos o también llamado plan de organización, se concretará el capital humano escogido para la viabilidad de nuestra empresa. Según los objetivos del proyecto conviene detallar un organigrama, la división de funciones y los perfiles de la plantilla, entre otros, cuando haya contratación de personal.

Capítulo del TFC: Plan de marketing

Asignaturas relacionadas: Dirección comercial



Esta asignatura será muy práctica para la viabilidad del negocio pues de ella existe gran dependencia de los resultados que los servicios ofrecidos puedan tener en el mercado. El objetivo es comercializar nuestros servicios de manera eficiente hacia un determinado cliente objetivo y para ello se concretarán las 4 políticas del marketing mix.

Capítulo del TFC: Plan económico y financiero

Asignaturas relacionadas: Contabilidad analítica y de costes, Contabilidad general y analítica, Matemáticas financieras, Economía de la empresa II, Dirección financiera.

Estas asignaturas se emplearán para establecer el plan de inversión inicial. Incluirá el modo por el que la empresa decide financiarse y la negociación del préstamo. En función de ello, se analizará la previsión de ratios tan significativos como el de endeudamiento o liquidez así como el útil análisis dinámico de las funciones VAN y TIR. Se justificará a partir del detalle de los gastos e ingresos de la inversión, la rentabilidad de los socios y el umbral de rentabilidad, entre otros. Todo ello se operará a través de la hoja de cálculo Excel gracias a la experiencia adquirida en las sesiones prácticas de las citadas asignaturas.

1.2 Objetivos y Motivación

El trabajo trata de un plan de empresa acerca de la creación de un establecimiento de turismo rural con actividades de ocio en un encantador pueblo asturiano, Cudillero.

La elección de este tema vino motivada al meditar en un artículo periodístico donde mencionaba la interesante posibilidad de tener una alternativa económica y laboral en el caso de muchos individuos españoles que poseen un patrimonio en el medio rural que se va deteriorando por falta de uso en contraste con la rentabilidad que podría experimentar si se explota prestando alojamiento turístico dado el aumento de la demanda que ha sufrido el sector turístico en el medio rural durante los últimos años. No es mi caso particular pero sí el de algunos amigos míos que viven en Asturias y de ahí que surgiese la idea de crear un negocio partir de la hipótesis de se posee una casa rural en un entorno tan atractivo y paradisíaco como es Asturias. Además de su valor paisajístico, se trata de una de las comunidades autónomas que gozan de mayor fama por su gastronomía, riqueza cultural y gran diversidad en su oferta de ocio (esquí, arte rupestre en sus cuevas declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, actividades deportivas, congresos,....).

Desde hace algunos años, el turismo rural está conociendo en un periodo de fuerte expansión en otras causas por el interés hacia los aspectos medioambientales y los modos de vida y producción tradicionales. Además, son conocidas las iniciativas de programas y ayudas europeas para proporcionar financiación a muchos proyectos de este estilo.

El objetivo principal del trabajo es definir la empresa, planificar su puesta en marcha y demostrar su viabilidad. Por ello, también será un objetivo analizar el sector en el que vamos a competir pues nos facilitará la información necesaria para determinar cómo hacerlo. Y también lo será la evaluación mediante herramientas financieras pues será lo que asegure si el proyecto es viable. Además será fundamental identificar las 4 políticas del marketing mix así como establecer el resto de bases para el negocio como por ejemplo pueden ser sus requisitos, organización o recursos.

Por otro lado, en el futuro este plan de empresa puede servir de tarjeta de presentación frente a inversores y futuros socios y/o colaboradores.



Capítulo 2. Análisis del Sector

En este capítulo haremos una aproximación al sector del turismo rural. A pesar de las oportunidades que parece brindar dicho sector de cara a futuras rentabilidades, se hace necesario conocerlo en profundidad. Primeramente, partiremos del contexto y situación de mercado de la actividad del turismo en general y tendencias en los últimos años, principalmente a nivel nacional y después también a nivel local para centrarnos en Asturias ya que nuestro objetivo es establecer allí la empresa. Una vez analizados los principales rasgos de la actividad del turismo, centraremos la atención en el subsector del turismo rural, también a nivel nacional y local, en Asturias. Para ello, comenzaremos con su definición y características y posteriormente realizaremos un análisis genérico de los ingresos, la demanda y la oferta, incluyendo esta última un análisis de la competencia y los factores clave de éxito.

Como conclusión, realizaremos un diagnóstico del sector a través de la elaboración de una matriz DAFO donde se verá como los datos expuestos en la fase de análisis pueden ejercer influencia tanto en la situación de partida como en la posterior marcha de la empresa. Mediante la formulación de matriz DAFO resumiremos los puntos fuertes y débiles a nivel interno, así como las amenazas y oportunidades, a nivel externo. Estos puntos serán tratados mediante la llamada matriz CAME finalizando el análisis del sector turismo rural.



2.1 Análisis del Sector Turismo

2.1.1 Introducción

Para contextualizar el subsector del turismo rural, expondremos de forma breve las principales características del sector turismo. En primer lugar, se describirá la situación del turismo en España dentro del cual se ha originado el turismo rural ya que las tendencias del sector turístico han ido definiendo tal subsector. En segundo lugar, se analizará la evolución en los últimos años del turismo en España a través de sus principales variables: ingresos, viajes y pernoctaciones y número de plazas ofertadas. En tercer y último lugar, centraremos el turismo en Asturias, provincia donde deseamos establecer nuestra empresa. De Asturias destacaremos, por el lado de la demanda, la variable pernoctaciones y por el lado de la oferta, el número de plazas ofertadas.

2.1.2 El Turismo en España. Origen del Turismo Rural

El sector del turismo es una de las industrias más prósperas y un importante motor de desarrollo económico de nuestro país con una gran expansión en los últimos años. Es un sector en continua evolución principalmente debido a importantes cambios de demanda. Constituye un provechoso yacimiento de empleo y es una importante fuente de ingresos por su capacidad de desarrollo cuando se planifica y gestiona adecuadamente. Su dinámica tiene importantes repercusiones, que se reflejan en las infraestructuras y genera una gran capacidad de arrastre sobre otras actividades como la construcción, los transportes o el comercio, entre otros.

Sin embargo, la demanda de años atrás basada en un turismo de clientes homogéneos que demandaban “sol y playa” ha cambiado y sigue haciéndolo actualmente. El aumento y diversificación de la demanda ha provocado una segmentación y especialización de la oferta, creando nuevos espacios y modalidades de turismo. Algunas de las principales causas de estos cambios son:

- Principalmente, la demanda de actividades turísticas alternativas. Las personas tienden, cada vez más, a buscar lugares de vacaciones alejados de las aglomeraciones y el bullicio de las ciudades, donde poder descansar y olvidarse del estrés y la rutina diaria.
- Los turistas son cada vez más exigentes. El hecho de que cada vez se viaje más, hace que el turista sea más consciente de que el gasto que realiza debe traducirse en una relación calidad/precio correcta, exigiendo que las instalaciones y servicios sean plenamente satisfactorios.
- La creciente preocupación medioambiental. La mayor demanda de zonas naturales ha provocado que los turistas sean más exigentes con la calidad medioambiental de los lugares que visitan, ya que son más conscientes de los impactos que generan en el medio y les preocupan las consecuencias negativas que sus actividades puedan ejercer sobre el entorno. Son conscientes de que la capacidad del medio ambiente para hacer frente a la presión turística es limitada.
- Los viajes vacacionales tienden a ser más cortos, pero más frecuentes. Se multiplican las salidas de fines de semana.
- La degradación de muchos destinos costeros debido a la masificación en algunos periodos del año.
- Los turistas son cada vez más activos. Son muchos los que en sus vacaciones buscan realizar actividades deportivas, recreativas, culturales o de naturaleza.



- Alrededor del turismo han crecido actividades y servicios complementarios en general enfocados al ocio.
- El desarrollo de nuevas tecnologías como Internet, permiten conocer de primera mano muchos lugares que antes eran poco accesibles (por ejemplo pueblos de montaña), así como realizar reservas de productos y servicios turísticos.
- También se observa en los propietarios de los establecimientos turísticos la iniciativa y el interés creciente por mejorar la calidad del servicio que ofrecen, así como por desarrollar nuevos proyectos relacionados con actividades en contacto con la naturaleza o con actividades de ocio.

El resultado es que cada vez más se incide en lo que se denomina nuevo turismo, principalmente marcado por la segmentación de los mercados, el desarrollo sostenible y la integración diagonal definiendo el nuevo perfil de un turista más experimentado, exigente, sensibilizado y formado, y al cual el uso de las nuevas tecnologías le define como el turista de la era de la información y el conocimiento. El "nuevo turista" también desea viajes más cerca de casa, utilizando el coche o el tren en lugar del avión, es consciente del precio y tiene una preferencia hacia distintos alojamiento del hotel, por ejemplo apartamentos, casa de campo, etc.

Es por esto que se ha producido una segmentación del mercado y el nacimiento de destinos y productos turísticos alternativos. Ello hace que se incrementen las posibilidades de que una zona, comarca o provincia sea considerada turísticamente atractiva y que se promocioe como nuevo destino, con las oportunidades de desarrollo que esto conlleva.

El turismo rural nace como uno de estos productos turísticos alternativos debido a la segmentación de mercado mencionada. Además, otra de sus principales causas se asocia a la crisis del mundo rural. Desde hace unos años se viene perfilando como una alternativa de desarrollo para muchas regiones que recientemente se encontraban prácticamente despobladas. Por un lado, debido al éxodo de la población rural hacia las ciudades pero a su vez también hay familias que buscan obtener un suplemento económico a las actividades agrarias y tradicionales y han encontrado en el turismo rural una forma de conseguirlo. Además, estos proyectos están apoyados en muchos casos por subvenciones a fondo perdido de la Unión Europea dentro del programa LEADER y otras ayudas.

De esta manera, la emergencia y expansión del turismo rural podría sintetizarse en que surge como fruto de intereses ecológicos, económicos y socioculturales.

2.1.3 Evolución del Turismo en España

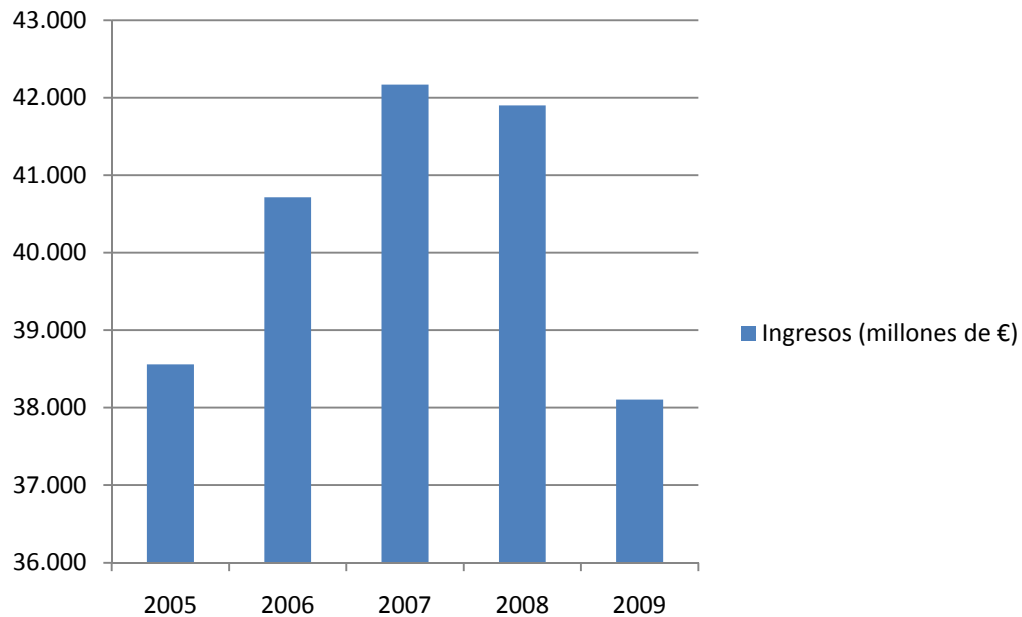
A continuación, se analizará los principales indicadores de la actividad turística a nivel nacional. Por una parte, se evaluará la evolución de este sector en cuanto a los ingresos agregados del mismo y la evolución de las pernoctaciones y viajes.

2.1.3.1 Ingresos del Turismo

El turismo generó el 10,5% del PIB español al concluir el año 2008 y en el cierre de 2009 supuso una disminución del 5,6%. Tal desaceleración en su crecimiento tiene como principal causa la disminución de turistas extranjeros. En la Figura 2.1 Ingresos del turismo, se observa la evolución de los ingresos aportados al sector durante los últimos años lo cual confirma dicha desaceleración llegando a disminuir más del 9% en 2009 respecto a 2008 suponiendo unos ingresos de 38.105 millones €. Además, es importante señalar que respecto al mercado de Asturias, donde se va a establecer el negocio, el turismo representa uno de los

ejes más importantes de crecimiento ya que el turista contribuye en torno al 10% del PIB regional y genera empleo a más de 50.000 personas.

Figura 2.1 Ingresos del turismo

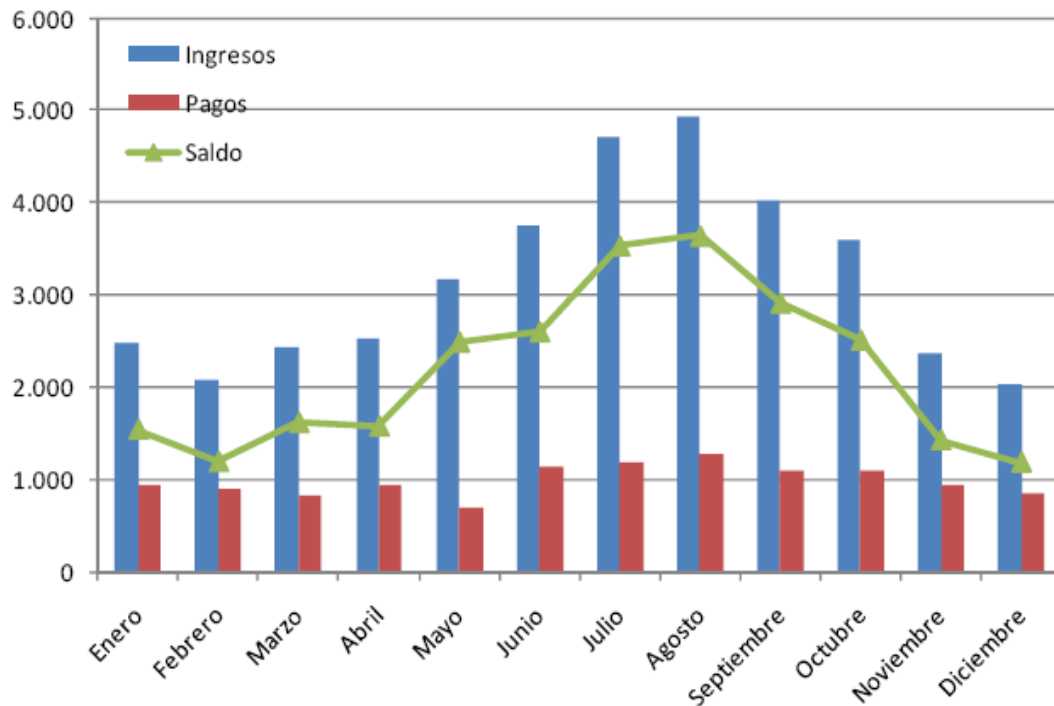


Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

Como se observa mensualmente en la siguiente Figura 2.2 Balanza de pagos del turismo, 2008-2009, los ingresos respecto a los pagos por turismo arrojaron un saldo positivo a la Balanza de Pagos. En 2009 los pagos por turismo ascendieron a un total de 11.897 millones de euros y tal dato frente a los ingresos anuales de 2009 comentados en el apartado 2.1.3.1 Ingresos, resulta en un superávit de 26.207 millones de euros, un 6,6% más respecto a 2008. Además, vemos que la balanza sigue un perfil claramente estacional.

Tales resultados han sido muy apreciables en la financiación del déficit comercial español, ya que merced a los ingresos derivados de la actividad turística, la tasa de cobertura que se situaba en 2008 en valores en torno al 32% llegó a cerca del 60% a finales de 2009, lo que representa una contribución excepcional del turismo a la Balanza de Pagos.

Figura 2.2 Balanza de pagos del turismo, 2008-2009



Fuente: Instituto de Estudios Estadísticos

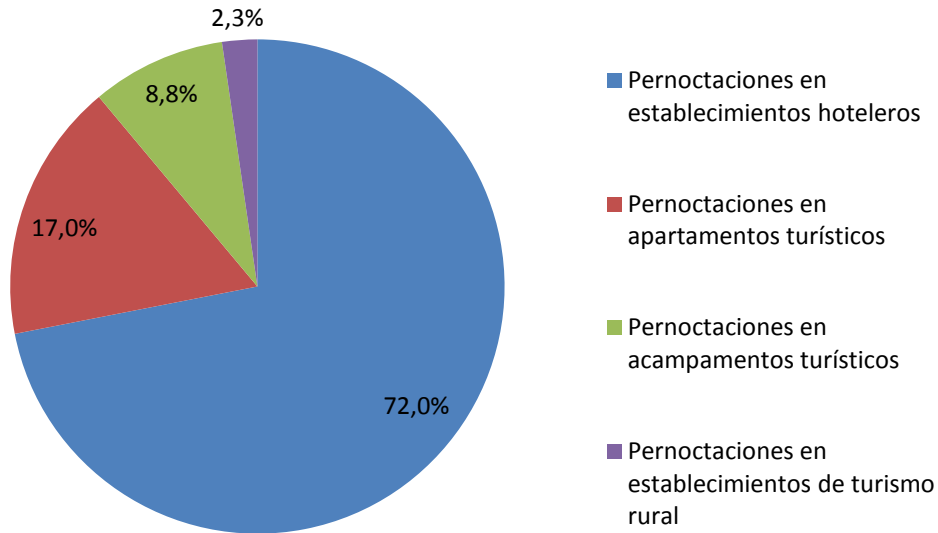
2.1.3.2 Viajes y Pernoctaciones del Turismo

Primeramente, cabe comentar que según datos provisionales de Familitur (estudio sobre Movimientos Turísticos de los Españoles) en 2009 se registraron 174,5 millones de viajes, produciéndose un incremento del 3,3% respecto al año anterior. El 93% de los viajes fueron internos mientras que el 7% restante recalaron en el extranjero. En términos de evolución, ambos destinos mostraron crecimientos: del 2,7%, los viajes internos y del 12,5%, los emisores. En torno al 50% de los viajes se realizaron en fin de semana y algo más de la mitad fueron por ocio.

En cuanto a pernoctaciones en 2009 el total fue de 348,5 millones. Para analizar la evolución de las pernoctaciones en los últimos años diferenciaremos entre el sector hotelero y el extrahotelero, para centrar la atención en este último que incluye el turismo rural. Las pernoctaciones realizadas en alojamientos turísticos extrahotelero están compuestas de los apartamentos, acampamentos o campings y establecimientos de turismo rural. El aumento de las pernoctaciones residentes en el sector extrahotelero fue de un 13,2%, mientras que las de no residentes presentaron una disminución del 15,8%. La estancia media bajó un 12,3% respecto a 2008, situándose en 5,4 pernoctaciones por viajero.

En la Figura 2.3 Distribución de pernoctaciones en los subsectores turísticos se observan los diferentes subsectores del turismo, según las pernoctaciones del año 2009. La gran mayoría de pernoctaciones son en establecimientos hoteleros (72,0%), seguido de los apartamentos (17,0%), acampamentos (8,8%) y en cuarto lugar el turismo rural (2,3%).

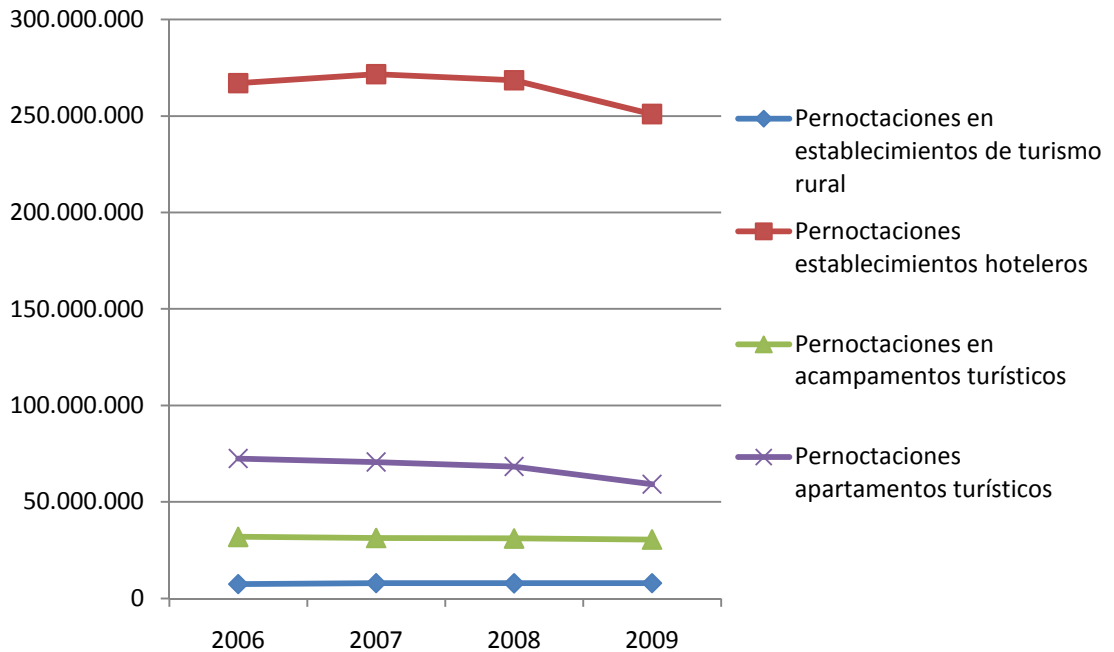
Figura 2.3 Distribución de pernoctaciones en los subsectores turísticos



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

La evolución de las pernoctaciones desde 2006, se observa en la Figura 2.4 Evolución de pernoctaciones en los subsectores turísticos donde se ve una disminución del número de pernoctaciones durante los últimos 4 años especialmente en los apartamentos (-18,5%) y ocurre en todos los subsectores excepto en los establecimientos de turismo rural los cuales registran un aumento (6,5%).

Figura 2.4 Evolución de pernoctaciones en los subsectores turísticos



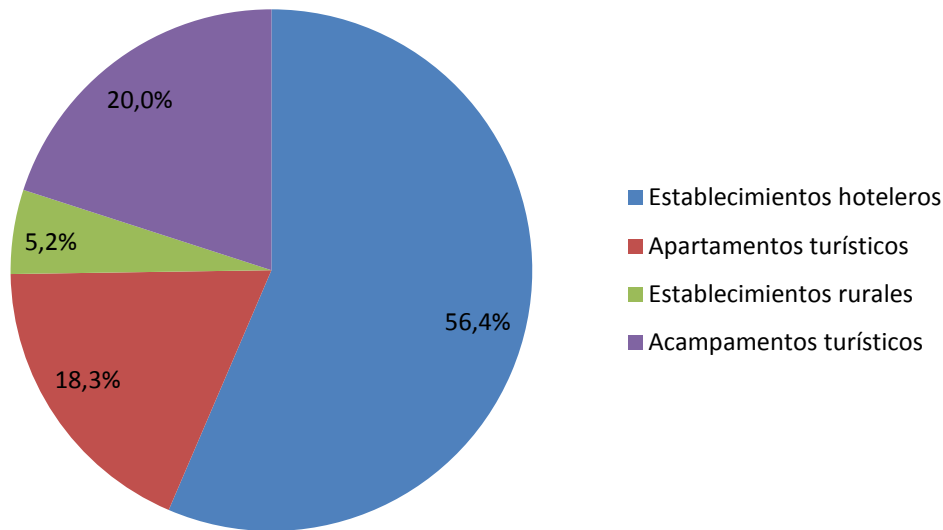
Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

Concluimos que el subsector del turismo rural es uno de los sectores que mejor está resistiendo la crisis económica a pesar de la caída de reservas y el acortamiento de los periodos vacacionales. De hecho, se ha convertido en uno de los baluartes en los que se apoya el sector turístico nacional gracias a sus costes más económicos.

2.1.3.3 Número de Plazas Ofertadas del Turismo

Según los datos más recientes del Instituto Nacional de Estadística, la oferta de alojamiento colectivo española cuenta con una oferta de casi 2,5 millones de plazas de alojamiento. Como se observa en la Figura 2.5 Número de plazas ofertadas por los establecimientos turísticos, las plazas correspondientes a establecimientos hoteleros representan más de un 50% y el resto de subsectores se distribuyen la otra mitad correspondiendo a las casas rurales un 5,2%.

Figura 2.5 Número de plazas ofertadas por los establecimientos turísticos



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

2.1.4 El Turismo en Asturias

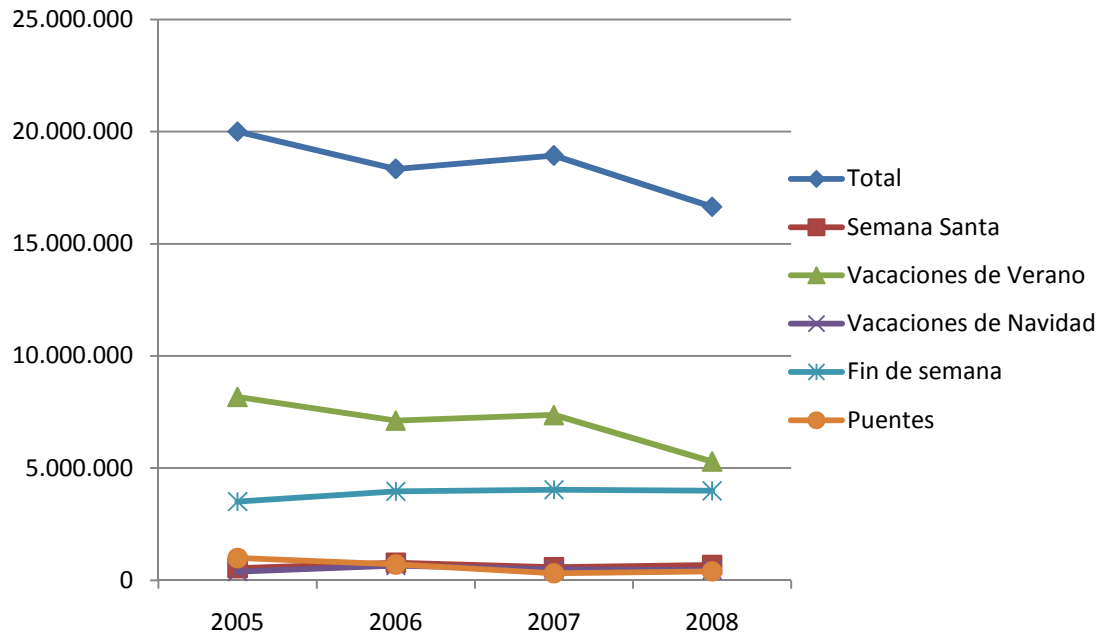
Como se ha comentado en el apartado anterior, el turismo en Asturias representa uno de los ejes más importantes de crecimiento. Es el primer destino de la España Verde y con mayor número de establecimientos. En concreto es el turismo interior el que mantiene el nivel de ocupación. Y existe un grado elevado de fidelidad ya que más del 50% de los turistas vuelven a repetir. A continuación analizaremos otras variables que serán útiles para la toma de decisiones respecto al negocio allí.

2.1.4.1 Pernoctaciones en Asturias

Asturias fue la cuarta comunidad que mayor registro de pernoctaciones alcanzó en el periodo 2001-2008, un 154%. Pero en cuanto a su evolución más reciente, como se observa en la Figura 2.6 Pernoctaciones en Asturias, desde 2005 las pernoctaciones en Asturias han tenido una tendencia negativa de un 17% ya que aunque aumentaron de 2006 a 2007 y volvieron a disminuir de 2007 a 2008 hasta 16.648.933 pernoctaciones debido a la crisis económica.

Si nos fijamos en el desglose de las pernoctaciones por temporadas, podemos destacar que el mayor peso para esta tendencia está compuesto por las pernoctaciones en las vacaciones de verano con una tendencia prácticamente idéntica al total. Además, en los puentes se ha reducido considerablemente el número de pernoctaciones. Sin embargo, en las estancias durante fines de semana, Navidad y Semana Santa la tendencia ha sido creciente solo que debido a su menor peso en el total no han conseguido que este aumente en los últimos años.

Figura 2.6 Pernoctaciones en Asturias

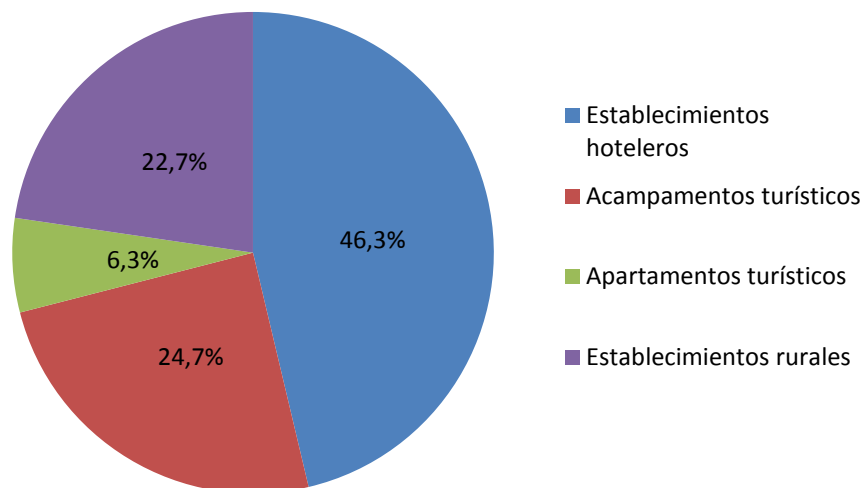


Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

2.1.4.2 Plazas Ofertadas en Asturias

La Figura 2.7 Número de plazas estimadas en Asturias indica que la estimación del número de plazas ofertadas en Asturias corresponden el 46,3% a establecimientos hoteleros, en segundo lugar un 24,7% a acampamentos turísticos, muy seguido del 22,7% que suponen los establecimientos rurales y por último tan solo un 6,3% son apartamentos.

Figura 2.7 Número de plazas estimadas en Asturias



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009



2.2 Análisis del Turismo Rural

2.2.1 Introducción

Una vez analizados los principales rasgos del turismo en nuestro país, centraremos la atención en el subsector del turismo rural. Para ello, definiremos su concepto y se expondrán las principales características. Después se hará un análisis de la demanda y la oferta, estudiados a través de sus principales variables. Para concluir, se realizará un diagnóstico en una matriz DAFO, la cual resumirá los principales aspectos del sector para mediante la matriz CAME proponer soluciones que puedan ser de utilidad para la puesta en marcha de nuestra empresa.

2.2.2 Definición y Características

Es fundamental definir lo que se entiende por turismo rural, un término surgido recientemente, por lo que existe una falta de consenso en su definición provocando que su gestión no se realice de forma homogénea en todas las zonas, y, en consecuencia, la diversidad de productos que se ofrecen dentro de este ámbito es muy amplia. Por ejemplo, puede considerarse alojamiento rural desde un albergue en la montaña que cuente únicamente con los servicios más básicos, hasta una casa rural dotada de las más modernas comodidades, por cuyo disfrute los clientes pagan un elevado precio.

El turismo rural se puede definir como el conjunto de actividades turísticas que se desarrollan en el medio rural, es decir, en aquellas áreas próximas al campo, y que permiten un contacto directo con la naturaleza. El turismo rural está basado en el aprovechamiento de los recursos, tanto naturales como culturales, de un territorio. Por recursos culturales se señala, por ejemplo, a edificios y monumentos singulares, actividades tradicionales, fiestas de interés, etc. También engloba aspectos referidos a las características del entorno natural del territorio en cuestión, tales como su fauna, su flora, sus paisajes, etc.

La definición de turismo rural dada por la Secretaría General de Turismo es que “turismo rural es todo tipo de aprovechamiento turístico en espacio rural, siempre que cumpla con una serie de limitaciones:

- Que se trate de un turismo difuso, por oposición al turismo intensivo de sol y playa o urbano.
- Que sea respetuoso con el patrimonio natural y cultural.
- Que implique la participación activa de la población local.
- Que mantenga las actividades tradicionales del medio, huyendo del gigantismo y del monocultivo turístico”.

Existen otros términos similares al de turismo rural como el ecoturismo, el agroturismo y el turismo de aventura los cuales constituyen otras formas de turismo que, en ocasiones, no resultan fáciles de distinción. Para ello, se hará una breve diferenciación:

- Ecoturismo: Forma de turismo que consiste en visitar áreas naturales respetando el medio ambiente de dichas zonas y tratando de evitar posibles impactos, tanto ambientales como culturales, que este turismo pudiera generar. Fundamentalmente promueve los principios del desarrollo sostenible por los que se desearía que se rigiera siempre el turismo rural.
- Agroturismo: Conjunto de actividades agrícolas o ganaderas que se desarrollan en un medio rural y en las cuales los turistas pueden participar de forma



activa. Consiste en que una familia dedicada a tareas agropecuarias ofrece alojamiento y manutención a los turistas y, a cambio, éstos participan en las tareas diarias de la granja: recolección, cuidado de los animales, etc. Es un tipo de turismo que está en expansión, tanto en Europa como en algunas zonas de Sudamérica.

- Turismo de aventura: Modalidad de turismo asociado a la realización de algún deporte de riesgo y que, en la mayor parte de los casos, se lleva a cabo en un entorno rural. La oferta de turismo de aventura ha experimentado un gran desarrollo en los últimos años, incluyendo viajes de este tipo a nivel internacional. Algunas de las alternativas incluyen: viajes en canoa, escalada, descenso de cañones, etc. Los demandantes de este tipo de turismo buscan riesgo y experimentar nuevas sensaciones, como alternativa a los viajes tradicionales, por lo general, mucho menos activos.

Las características principales del turismo rural son:

- Promociona en sus actividades e instalaciones el respeto por el medio ambiente. Para garantizar la protección del medio ambiente, es esencial establecer una legislación apropiada, llevar a cabo una planificación equilibrada y adoptar las mejores prácticas para la gestión de las empresas del turismo rural.
- Permitir la recuperación de la cultura y de las tradiciones locales. El éxodo de la población a las ciudades ha provocado, en muchas ocasiones, la pérdida de costumbres y de las formas de vida del mundo rural en general. El desarrollo del turismo rural ha permitido que los turistas que visitan las áreas rurales conozcan las actividades tradicionales que allí se desarrollan, y al considerarlas interesantes y atractivas contribuya a su conservación y divulgación.
- Explotar las singularidades autóctonas. Por eso, el turismo rural debe partir siempre de un claro criterio de desarrollo endógeno, es decir, de la población y del entorno local y no ser, en ningún caso, una moda importada. La población rural debe obtener el máximo rendimiento y aprovechar todo el potencial natural, económico y cultural que tiene su patrimonio: sus parajes naturales, costumbres populares, gastronomía, artesanía, etc.
- El turismo rural brinda la oportunidad de generar ingresos y crear empleos. Puede fomentar una actividad económica adicional además de complementar las actividades económicas rurales tradicionales actualmente en decadencia (por ejemplo, la agricultura) y, por lo tanto, frenar la despoblación rural. También genera oportunidades de empleo a grupos clave de la sociedad como mujeres y jóvenes.
- Preservación de la arquitectura de los pueblos tradicionales
- Alternativa al turismo de masas. Dado que el turismo rural atrae a turistas más especializados, pertenecientes a un segmento del mercado interesado por la cultura y el medio ambiente, es improbable que las desventajas asociadas con los destinos del turismo de masas afecten a los destinos que ofrecen vacaciones de turismo rural.
- El turismo rural representa un enfoque sostenible del desarrollo económico. Puede desempeñar un papel importante en el desarrollo espacial de las economías y la expansión de los beneficios a regiones no desarrolladas. Además, las llegadas de turistas a las zonas rurales pueden ayudar a mantener y mejorar la viabilidad de los servicios e infraestructura actuales (por ejemplo,



los comercios), contribuyendo de este modo a mejorar la calidad de vida general de la población local.

2.2.3 Ingresos del Turismo Rural

Es interesante también analizar la importancia económica alcanzada hasta el momento por el turismo rural a través del volumen de negocio que genera el mismo. En Europa, el turismo rural genera 25.000 millones de euros anuales, de los cuales 780 millones de euros corresponden a España, tan solo un 3%.

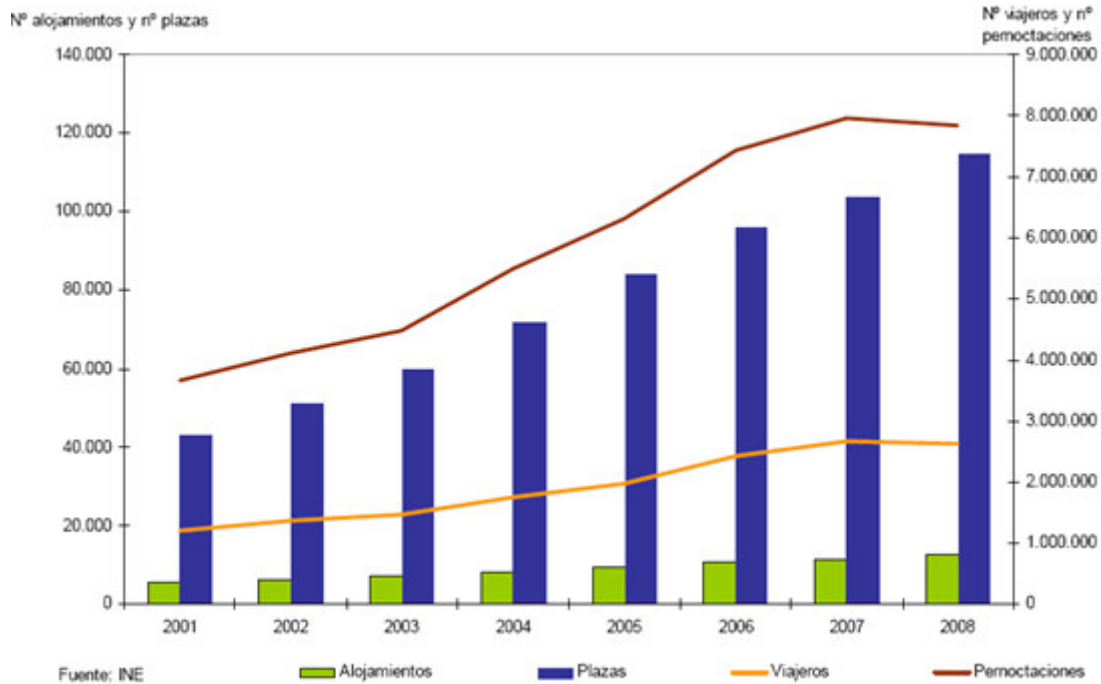
Es importante comentar la situación de España respecto al nivel europeo. La demanda de turismo rural se encuentra en la actualidad muy extendida por Europa, estando en España en una fase de expansión desde los últimos años como respuesta a la opinión generalizada de la necesidad de diversificar nuestra industria turística. España ha vivido un retraso en el sector del turismo rural respecto al nivel europeo debido al fuerte arraigo que el modelo de sol y playa ha tenido históricamente en nuestro país, lo que explica a su vez que las primeras iniciativas en este ámbito se desarrollasen en las regiones del norte peninsular que habían quedado relativamente marginadas del turismo dominante, como Asturias, Navarra y País Vasco.

Según la Dirección General de Turismo, en el caso del turismo rural la rentabilidad anual se sitúa en torno a un 8% y un 10% de la inversión, siendo posible recuperarla en unos 10 años. Estas condiciones hacen que la opinión generalizada sea entender este negocio más como un complemento a otra actividad, como unos "ingresos extra", que como una actividad de dedicación exclusiva.

2.2.4 Evolución de la Demanda y Oferta del Turismo Rural

En este apartado, se analizará la demanda y oferta del turismo rural a través de sus principales variables. Primeramente, partiremos de los datos, tanto de demanda como de oferta, correspondientes al periodo 2001-2008 del turismo rural en España como observamos en la Figura 2.8 Oferta y demanda 2001-2008. Se puede ver un notable incremento tanto de la oferta como de la demanda: los alojamientos abiertos aumentaron un 132,7%, las plazas un 167,4%, los viajeros un 116,6% y las pernoctaciones un 114,3%, creciendo la oferta por encima de la demanda y generando un exceso de oferta o capacidad en el sector.

Figura 2.8 Oferta y demanda 2001-2008



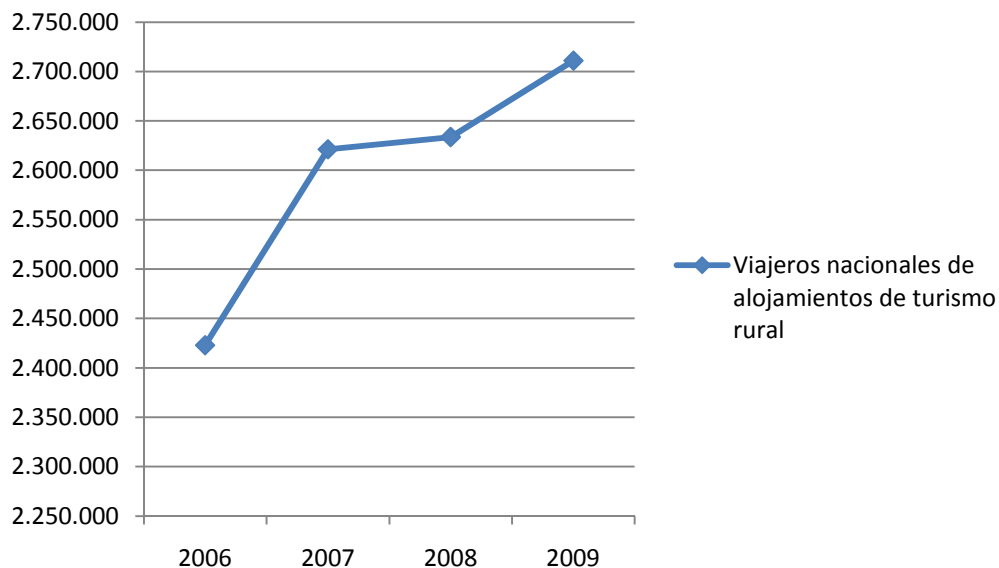
Fuente: Instituto de Estudios Estadísticos a partir de datos INE 2008

2.2.5 Demanda de Turismo Rural en España

2.2.5.1 Viajes

Según los datos provisionales del INE para el año 2009 hubo 2.708.583 de viajeros, de los cuales el 90,1% fueron residentes. En la Figura 2.9 Evolución de viajeros en turismo rural se observa la evolución de la demanda en los últimos 4 años en función del número de viajeros nacionales registrando un aumento del 12,0%.

Figura 2.9 Evolución de viajeros en turismo rural



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

2.2.5.2 Pernoctaciones

En 2009 hubo 7.901.745 de pernoctaciones de los cuales el 84% fueron residentes. De esta cifra, un 24% fue el aumento de pernoctaciones de residentes mientras que las pernoctaciones de no residentes bajaron un 8,4%.

Como se comentó anteriormente, en el turismo por subsectores, todos ellos han sufrido una evolución negativa en los últimos años en el número de pernoctaciones excepto el turismo rural que aumentó un 6,5% desde 2006 hasta 2009. El turismo rural representa tan solo un 2,3% del total de la actividad turística pero es un mercado con un gran potencial en España pues ha emergido recientemente.

2.2.5.3 El turista extranjero

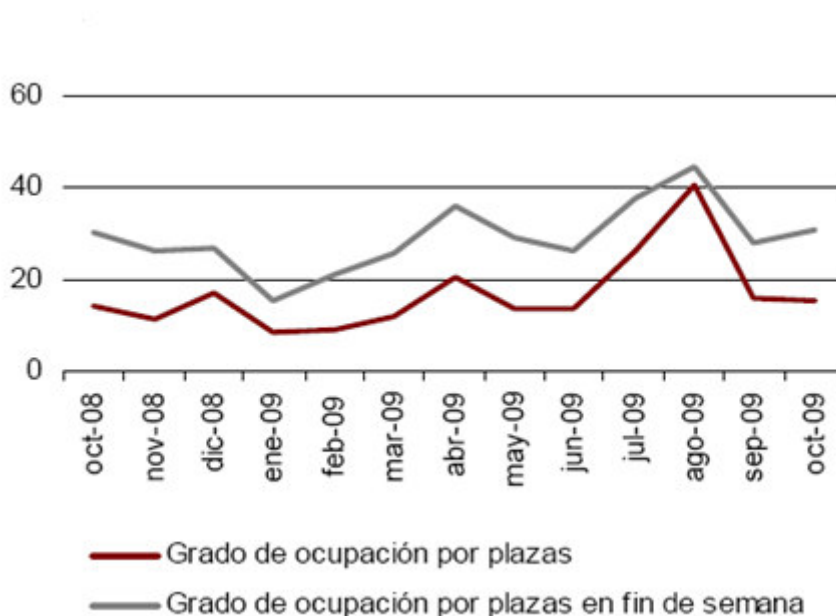
Los turistas residentes en el extranjero, aunque supusieron una minoría, proceden en su mayoría de otros países de la Unión Europea, fundamentalmente Reino Unido y Alemania, que se consolidan como los principales mercados demandantes de alojamientos de turismo rural. A estos les siguen en importancia los ciudadanos franceses.

Posteriormente, se comentará su perfil en el apartado 2.2.5.8.2 Perfil del Cliente Extranjero.

2.2.5.4 Grado de Ocupación

El grado de ocupación es la relación en porcentaje entre el total de habitaciones ocupadas y el número total de habitaciones disponibles en el establecimiento. A nivel nacional, el turismo rural en 2009 representaba un 15,6%, lo que supone un aumento del 7,6% respecto a 2008, muy inferior a la media del turismo general que supera el 50%. En fin de semana se sitúa en el 30,7%, un 1,6% más en tasa interanual, tal como se observa en la siguiente Figura 2.10 Evolución de los grados de ocupación por plazas y en fin de semana.

Figura 2.10 Evolución de los grados de ocupación por plazas y en fin de semana



Fuente: INE 2009



Con carácter general, se puede afirmar que el tipo de turista que hace uso de la oferta de turismo rural en España suele ser fundamentalmente nacional, principalmente en fines de semana, puentes, Navidad, Semana Santa y verano, produciéndose un periodo de gran estacionalidad de la oferta (en torno al 42%) en los meses estivales.

Dicha ocupación diferenciada por comunidades autónomas refleja que Baleares alcanza la primera posición (31%) en ocupación, seguida de La Rioja (24,8%) y Comunidad Foral de Navarra (21,2%).

Los meses con mayor grado de ocupación son Agosto, julio, Abril y Diciembre. Y lo de menor ocupación son Enero, Febrero y Noviembre.

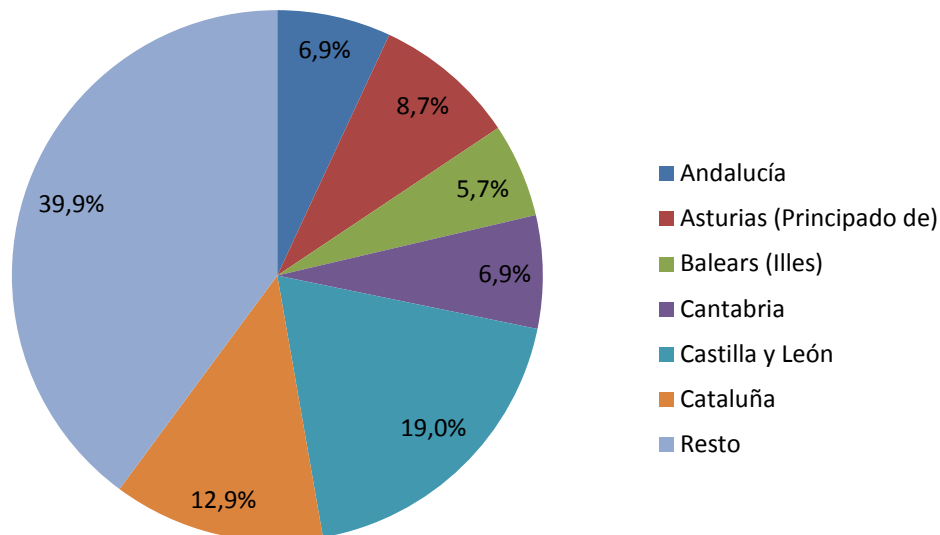
2.2.5.5 Estancia Media

La estancia media fue de 2,9 pernотaciones por viajero en 2009, aumento de un 5% respecto al año 2008, inferior a la media de la actividad turística en turística en el subsector extrahotelero de 5,4 pernотaciones por viajero.

2.2.5.6 Distribución

En cuanto a la distribución de los alojamientos, Castilla y León es el destino preferido en alojamientos de turismo rural, con 1.504.819 pernотaciones. Le sigue Cataluña, con 1.017.214 pernотaciones. Entre los viajeros residentes, estos 2 destinos mantendrían su posición seguido del Principado de Asturias, como se observa en la Figura 2.11 Principales comunidades autónomas según pernотaciones con 686.711. Sin embargo, entre los viajeros no residentes, el destino preferido es en Islas Baleares.

Figura 2.11 Principales comunidades autónomas según pernотaciones



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

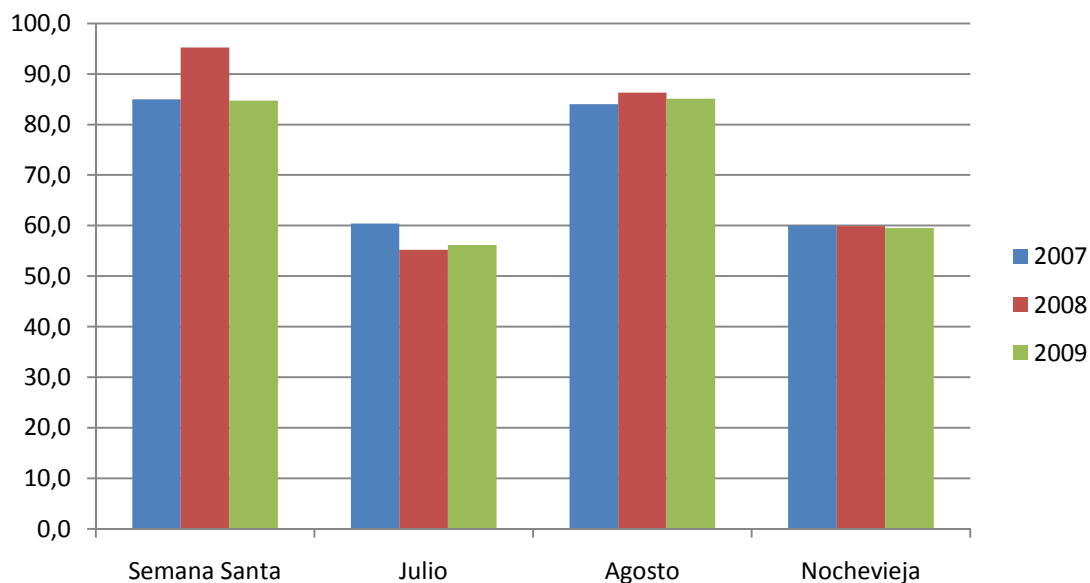
2.2.5.7 Demanda de Turismo Rural en Asturias

En Asturias el número de pernoctaciones en 2009 fue de 686.711 y el total de viajeros fue 187.384 con un aumento interanual del 18,1% y 23,4% respectivamente. Como se ha comentado, destaca por ser la tercera comunidad con mayor número de pernoctaciones.

La estancia media es de 4,3 pernoctaciones superando la media nacional que es de 2,9.

En cuanto al grado de ocupación, según los datos recogidos por TopRural, Asturias encabeza los rankings en ciertos periodos vacacionales, fruto de la gran estacionalidad en el turismo rural, siendo líder en los últimos años durante los meses de Julio y Agosto. Como se observa en la Figura 2.12 Tasa de ocupación de Asturias, en Julio las tasas superan el 50% y en Agosto alcanzan más de un 85%. Hacia los meses de marzo o abril, según coincida con las vacaciones de Semana Santa, Asturias también registra una gran afluencia de turistas por encima del 85%, incluso este último año 2009 alcanzó el 95%. En cuanto a los días de Nochevieja, las tasas se encuentran en torno al 60%. Durante los puentes vacacionales por general suele rondar la tasa de ocupación del 50%.

Figura 2.12 Tasa de ocupación de Asturias

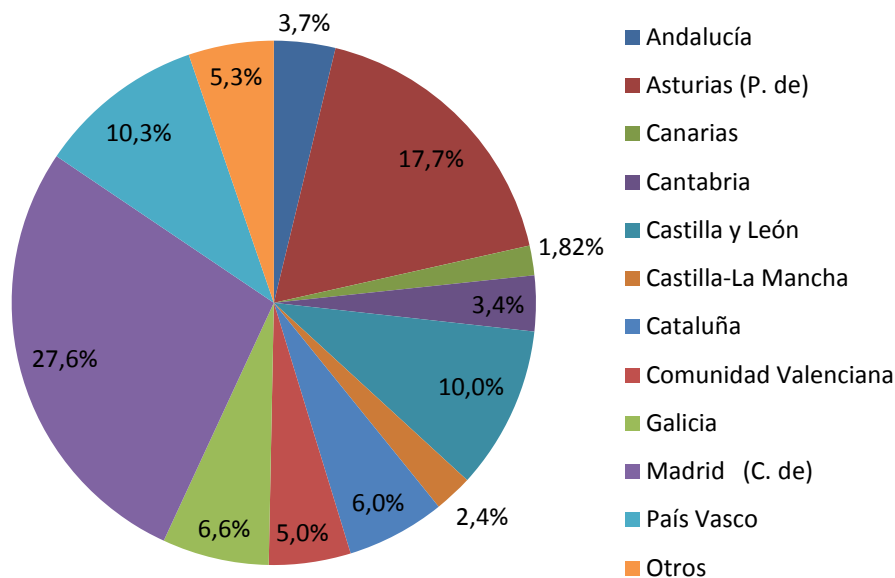


Fuente: Elaboración propia a partir de datos www.toprural.es

Del análisis de este último gráfico, deducimos una importante conclusión. Aunque en general las cifras promedio durante el año no sean muy altas -en Asturias la media de 2009 fue del 16,0%- es en el análisis pormenorizado por periodos vacacionales donde observamos la oportunidad de negocio ya que desde el punto de vista del viajero el encontrar establecimientos rurales de calidad en dichas fechas es complejo puesto que generalmente los viajeros buscan las mismas fechas.

Por otra parte, en la Figura 2.13 Origen de los viajeros españoles con destino Asturias observamos la distribución porcentual de los viajeros españoles con destino Asturias según comunidad de procedencia. Podemos ver que Madrid es la comunidad donde más turistas eligen como destino Asturias con un 27,5% del total. En segundo lugar observamos que una cantidad importante de viajeros son de la propia comunidad de Asturias suponiendo un 17,7% del total de turistas. En tercer lugar son turistas vascos.

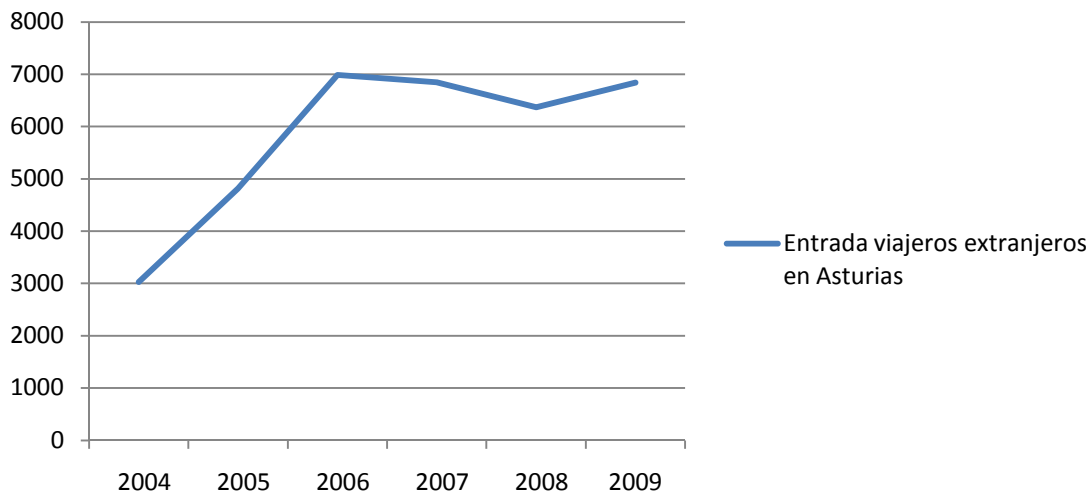
Figura 2.13 Origen de los viajeros españoles con destino Asturias



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

Además, en la Figura 2.14 Entrada de viajeros extranjeros en Asturias podemos ver la tendencia de la entrada de turistas extranjeros en Asturias. Es significativo el hecho de que número de turistas extranjeros desde 2004 se ha duplicado.

Figura 2.14 Entrada de viajeros extranjeros en Asturias



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

2.2.5.8 Perfil del Cliente

2.2.5.8.1 Perfil del Cliente Español y la Crisis Económica

Los cambios experimentados en los últimos años en el turismo evidencian una reorientación en sus modalidades, caracteres y formas de organización, en parte comentados en el apartado 2.1.2 El Turismo en España. Origen del Turismo Rural y que ahora ampliaremos.



A nivel general, el cliente es más exigente, se buscan nuevos emplazamientos alejados de la costa y la ciudad y se valora cada vez más el contacto con la forma de vida del medio rural. El turista se ha convertido en un consumidor maduro, que cada vez exige mayores niveles de calidad, que conoce lo que puede adquirir con su dinero y que es capaz de apreciar lo que consume en su justo valor. La demanda de turismo ha sufrido una reducción de la estancia media frente a un aumento del número de viajes, llegando a presentarse una cierta unificación entre ocio y turismo. Cada vez cobra más importancia la programación de los viajes personalizados donde el turista elige el diseño y desarrollo de sus vacaciones siendo Internet el canal de relación entre empresa y consumidor que más está creciendo y accediendo más grupos sociales.

Establecer un medio del usuario, en este caso, del turista rural no es tarea fácil. En principio porque no todos los clientes son iguales, lo que depende de factores sociológicos, económicos y porque las motivaciones varían.

A continuación, se definirá los principales hábitos y tendencias de los viajeros rurales en España según el último informe "La Radiografía del Viajero Rural 2009" elaborado anualmente a través de más de 2.500 encuestas, las cuales permiten también analizar de forma pormenorizada cómo está afectando la crisis económica al comportamiento del viajero rural.

Según los datos del informe, el 57% son mujeres frente al 43% de hombres, con edades comprendidas entre los 25 y los 44 años (77%) con estudios medios y superiores (96%) y en su mayoría urbanitas. Buscan en el turismo rural tranquilidad y contacto con la naturaleza. El turismo rural se comparte sobre todo en pareja (53%), seguido de amigos (47%), pareja e hijos (34%) y otros familiares (15%).

Por otra parte, la mayoría de los viajeros rurales (66%) opta por alojarse en casas rurales de alquiler íntegro, seguidas de casas rurales de alquiler por habitaciones (41%) y hoteles rurales (40%). Los viajeros siguen optando por los fines de semana para sus escapadas rurales aunque en menor porcentaje que el año pasado (73% frente al 78% en 2008), seguido de puentes (55% frente a 56%), las vacaciones de verano (34% frente a 33%), Semana Santa (29% frente a 25%) y Navidad (12% frente a 11%).

En cuanto a los aspectos más importantes a la hora de elegir un alojamiento rural, los viajeros consideran la limpieza (el 97% lo valora como importante), comodidad (96%) y precio (96%) como lo más relevante. Le siguen de cerca la tranquilidad (95%) y la ubicación (92%). Destaca el aumento de la valoración del equipamiento del alojamiento como factor clave (90% en 2009 frente al 66% en 2008). En el lado contrario, los aspectos menos valorados por los viajeros son la admisión de animales de compañía (30%) y que el propietario esté disponible (43%).

En cuanto al método de búsqueda del alojamiento rural, Internet es el medio más utilizado por la mayoría de los viajeros (92% frente a 93% en 2008). Le siguen las recomendaciones de amigos y familiares (44% en ambos años) y las guías de turismo rural, que acusan un descenso de 10 puntos respecto a 2008 (29% frente a 39%). Los factores que más influyen en la elección final del alojamiento son, en primer lugar, las características y servicios de los que éste disponga (65%), las fotos (63%), las opiniones de otros viajeros publicadas en Internet (55%) y la página web del alojamiento (54%). Las recomendaciones de amigos y familiares quedan relegadas al quinto puesto (48%).

En cuanto a la reserva, si bien Internet es el medio más utilizado para la búsqueda del alojamiento, no lo es para la reserva. La mayoría de los viajeros rurales siguen realizando sus



reservas por teléfono directamente con el propietario (75% frente a 73% en 2008). De entre estos, la gran mayoría (72%) afirma preferir el teléfono a Internet por la comodidad, aunque un 22% alega que normalmente los alojamientos rurales no disponen de la opción de hacerlo por Internet. A pesar de no superar al teléfono, el uso de la red para efectuar las reservas crece con respecto a años anteriores: un 53% las realiza a través del correo electrónico (46% en 2008) y un 42% realiza reservas online (36% en 2008). Asimismo, cabe señalar el aumento del tiempo de antelación con la que los viajeros realizan sus reservas, pasando de 26 a 30 días en 2009.

Es muy importante puntualizar que a pesar de la crisis económica y con ello la pérdida de poder adquisitivo de los ciudadanos, las consecuencias negativas en el turismo no han afectado tan negativamente al turismo rural pues también ha sido potenciado ya que esta modalidad ha recibido una mayor atención en lugar de otras más costosas. De esta manera se han potenciado los destinos más cercanos y las modalidades de turismo más económicas, en detrimento de los “viajes de larga distancia”. Por ello, según los estudios actuales se considera que el turismo rural podría seguir beneficiándose de esta situación por tres motivos: en primer lugar porque se trata de un turismo de estancias cortas, en segundo lugar porque se caracteriza por la proximidad de los destinos, lo que implica un menor coste en los traslados, y por último, porque es una modalidad de turismo mucho más económica para los viajeros.

Para ello, la potenciación de esta modalidad de turismo se basa en una variada oferta, una mayor profesionalidad enfocada a la calidad y un marcado contraste respecto a las comunidades que comercializan estancias de sol y playa y paquetes turísticos.

De hecho, según el último informe anual Radiografía del Turista Rural 2009, “los turistas rurales viajan más a pesar de la crisis”. Dicho informe revela que 6 de cada 10 españoles está modificando sus vacaciones por la crisis. De este grupo, el 50% ha buscado un alojamiento más económico o reducido el gasto en actividades y un 30% ha viajado menos días. Frente a estos datos, destaca que el 55% de los viajeros rurales ha mantenido su frecuencia de escapadas y un 26% ha viajado más que en años anteriores. De hecho, en 2009 creció tanto la frecuencia media de viajes (3,7 veces, frente a 3,0 en 2008) como la duración media de la estancia que aumentó un 5%.

La crisis para los viajeros rurales se ve reflejada en la contención del gasto. En 2009, el gasto medio del turista español fue de 157,4€ por persona y fin de semana, 8,4€ menos que en 2008 (-5,1%) y 12,0€ menos que en 2007 (-7,1%). Esta reducción ha repercutido directamente en el gasto en actividades complementarias (restauración, transporte, excursiones, etc.) ya que el gasto dedicado al alojamiento sólo ha bajado 0,7€ con respecto a 2008 (81,4€ frente a 82,1). El gasto dedicado al alojamiento supone poco más de la mitad del total (51,7% frente al 49,5% en 2008). Además, el precio sigue siendo un factor clave a la hora de contratar un alojamiento rural (un 57% de los viajeros lo considera muy importante), superado sólo por la limpieza (64%) como aspecto más relevante. Frente a esto, el informe recoge que el 51% de los viajeros rurales encuestados considera el turismo rural barato frente a un 49% que lo considera caro.

2.2.5.8.2 Perfil del Cliente Extranjero

Respecto al perfil del turista extranjero que hace uso de la oferta de turismo rural, se trata de personas que suelen planificar el viaje por su cuenta. Según los datos del Instituto de Estudios Turísticos (IET), dependiente del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio de España, más del 51% se ha informado antes de venir al destino sobre el alojamiento y la oferta complementaria, bien por medio de amigos que visitaron ese lugar, bien a través de guías especializadas (fundamentalmente las de Turespaña), folletos de agencias, Internet, anuncios



en medios de comunicación, portales turísticos institucionales (como el de la web de Turespaña), centrales de reservas o, en menor porcentaje, a través de ferias como Fitur.

Estos turistas buscan espacios abiertos en paisajes en los que no se perciba la intervención de la mano del hombre y donde sea posible contemplar especies animales y vegetales en su hábitat, así como practicar actividades lúdicas, deportivas y culturales. El motivo de su viaje suele ser por ocio o vacacional. La edad media del turista oscila entre los 35 y 45 años, aunque cada vez más se está incorporando los mayores de 55 años. Viajan en parejas, con niños o en grupos de amigos. Y en cuanto al gasto medio diario, hay que señalar que el de los turistas europeos es mayor al de los nacionales, ya que el primero invierte en restauración, alquiler de coches, ocio, visitas organizadas, etc. El nivel cultural del viajero europeo es alto (formación de grado medio o universitaria) y, por lo general, suelen desempeñar trabajos relacionados con profesiones liberales, como los técnicos superiores o medios.

Aunque la opinión general del visitante europeo sobre la oferta turística es positiva, alabando las excelencias del clima, la hospitalidad y la tranquilidad, existen algunas quejas (por parte de británicos y franceses) relativas a la falta de infraestructuras y servicios (por ejemplo, la falta de limpieza, el poco cuidado con el medio ambiente o el idioma). El turista europeo tiene una gran preocupación medioambiental e interés por el conocimiento del patrimonio histórico artístico de la región, de ahí la necesidad de proporcionarle información detallada (mediante folletos, guías, mapas, publicaciones especializadas y guías locales) en su lengua de origen. Sin embargo, la mayor parte de las guías disponibles en el mercado están editadas en español, por lo que apenas existen publicaciones en otras lenguas de la Unión Europea. Además, apenas existen publicaciones (guías, folletos, etc.) multilingües. Si a la demanda de información en destino se le une que el visitante hable una lengua diferente al prestador del servicio, se impone la necesidad de formación y cualificación profesional para los titulares de las explotaciones de turismo rural y sus empleados.

En conclusión, el turista extranjero que hace uso de la oferta de turismo rural necesita recibir información sobre dicha oferta tanto con anterioridad a su viaje como una vez que llega a su destino. Y esta información debe proporcionársele en su propia lengua.

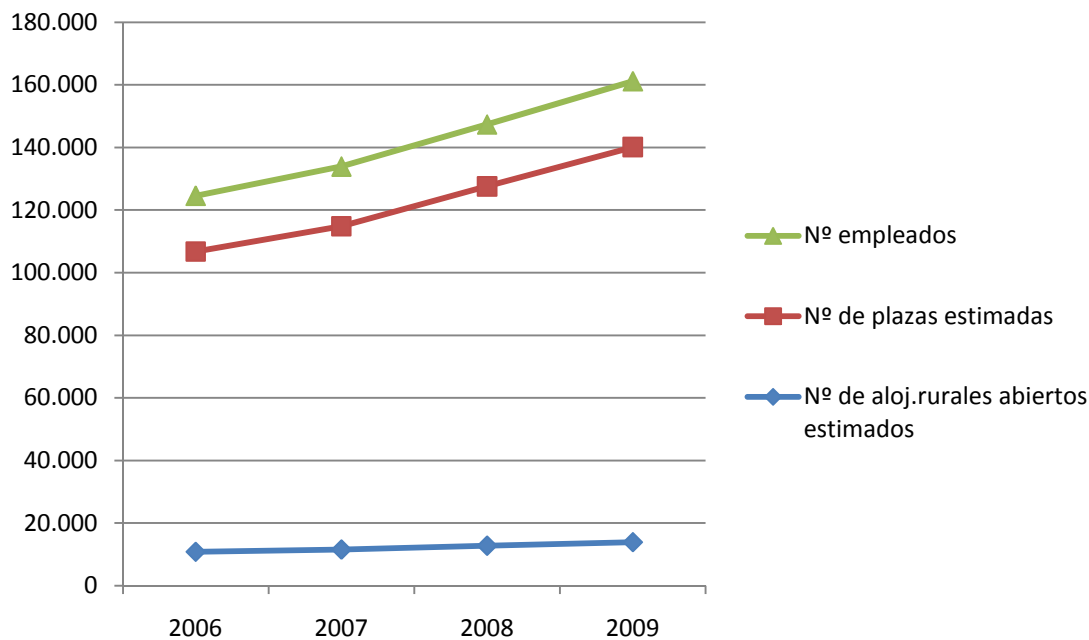
2.2.6 Oferta de Turismo Rural en España

2.2.6.1 Principales Indicadores de la Oferta

En este apartado trataremos la oferta del turismo rural analizando diferentes variables como el número de plazas ofertadas, números de alojamientos abiertos estimados y empleados.

En el año 2009 se estimaron 13.887 alojamientos rurales abiertos durante el año, 126.234 plazas estimadas y 21.040 empleados. Su evolución en los últimos 4 años ha sido la que se observa en la Figura 2.15 Oferta turismo rural en España. De ahí destacamos que estas 3 variables han comportado una tendencia ascendente aumentando el número de alojamientos rurales estimados en un 28%, el número de plazas estimadas en un 32% y el número de empleados en un 18%.

Figura 2.15 Oferta turismo rural en España

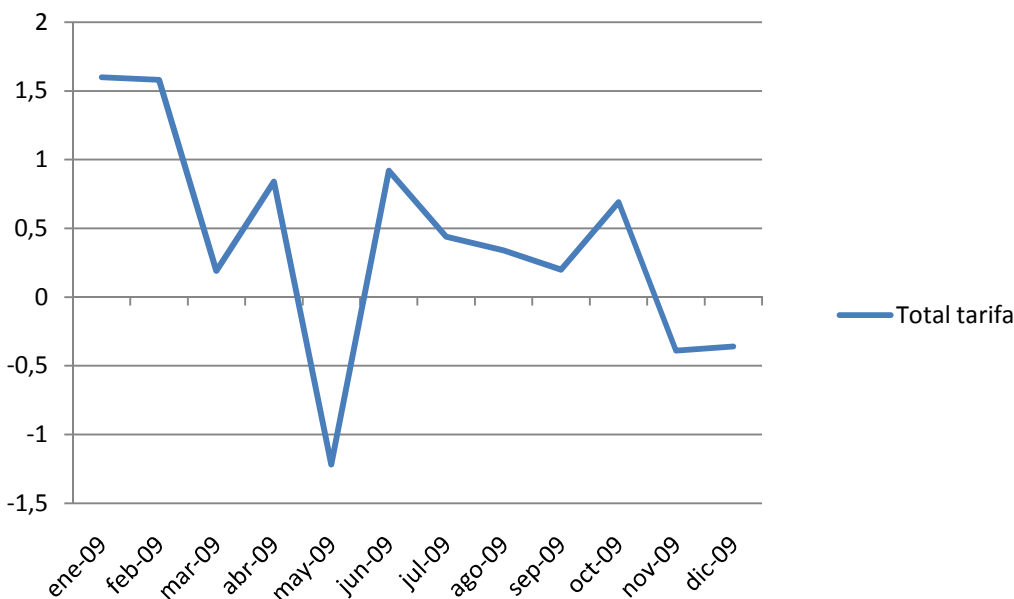


Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

2.2.6.2 Precios

Otra variable que define la oferta es el precio. El Índice de Precios de Alojamientos de Turismo Rural a lo largo de 2009 en general experimentó aumentos respecto al año anterior, principalmente en el primer semestre, tal como se observa en la Figura 2.16 Tasa de variación interanual de precios. Observamos en el gráfico como las tasas interanuales en agosto y septiembre se mantienen prácticamente respecto a esos meses del año anterior. Parece ser que hacia finales de 2009 la tendencia fue a disminuir sobre todo debido a la caída de su principal componente la tarifa en fin de semana cuya causa es el aumento de la demanda.

Figura 2.16 Tasa de variación interanual de precios



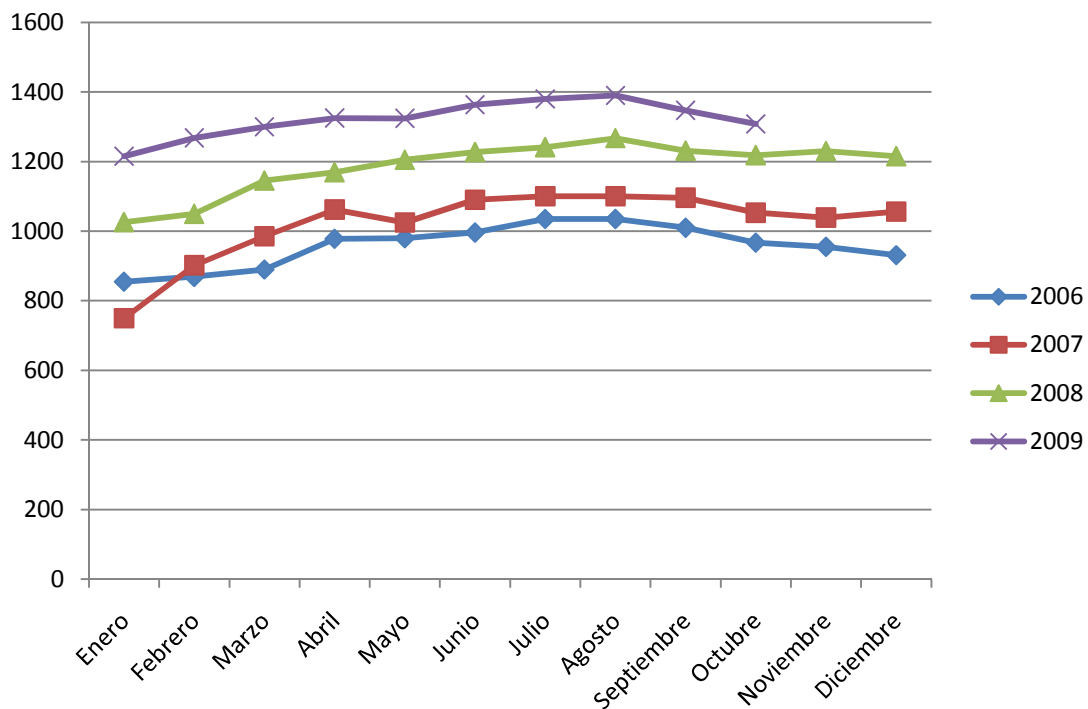
Fuente: INE 2009

2.2.6.3 Oferta de Turismo Rural en Asturias

El crecimiento en la última década del número de plazas ofertado por los establecimientos turísticos rurales en Asturias supera el 250%. Los valores en Asturias en 2009 fueron de 1.318 alojamientos rurales abiertos estimados y 11.543 plazas estimadas, lo que suponen un 9% de del total de establecimientos rurales en España. El número de empleados fue de 1.584.

La Figura 2.17 Número establecimientos abiertos de turismo rural en Asturias muestra la evolución anual en los últimos 4 años en Asturias según el número de establecimientos rurales abiertos. Cada año se abren más establecimientos llegando a aumentar la actividad hasta más de un 40% desde 2006. Es muy interesante que pese a la crisis económica en los 2 últimos años se haya seguido manteniendo la tendencia creciente del número de establecimientos abiertos en Asturias.

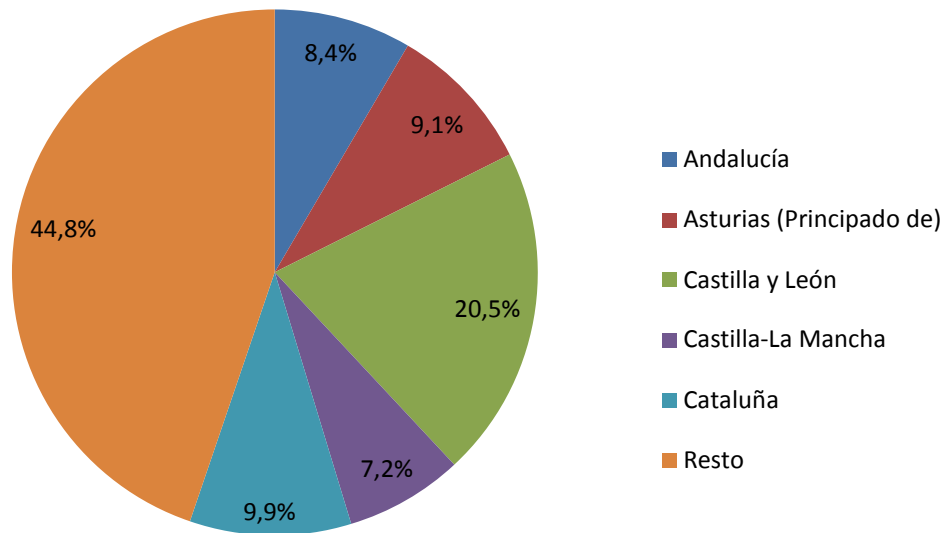
Figura 2.17 Número establecimientos abiertos de turismo rural en Asturias



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

En la Figura 2.18 Principales comunidades autónomas según número de plazas estimadas observamos cómo tras el liderazgo de Castilla y León le siguen Cataluña y Asturias rivalizando en número de plazas estimadas, con un 9,9% y 9,1% respectivamente.

Figura 2.18 Principales comunidades autónomas según número de plazas estimadas



Fuente: Elaboración propia a partir de datos INE 2009

Tal como cita el observatorio Turístico de la Comunidad Valenciana, la oferta se reparte de la siguiente manera: las regiones del norte peninsular (Galicia, Asturias, Cantabria, País Vasco y Navarra) ofertan la cuarta parte del total de plazas de turismo rural de España (25,48%). Las regiones del sur y sureste peninsular (Andalucía, Murcia, Comunidad Valenciana y Baleares) agrupan el 20% de las plazas ofertadas en España.

Es importante destacar que Asturias está calificada por diferentes fuentes como la comunidad autónoma que tiene mayor número de establecimientos avalados con certificaciones y distinciones de calidad, más de un millar y medio. La oferta turística rural en Asturias se basa en calidad y también en variedad ofreciendo para cualquier época una gran diversidad de posibilidades e instalaciones: estación de esquí, arte rupestre en sus cuevas declaradas Patrimonio de la Humanidad por la UNESCO, balnearios, congresos y reuniones, etc. Sus valores de notable exclusividad son la naturaleza, el patrimonio cultural y el renombre de su gastronomía.

2.2.6.4 Tendencias de la Oferta

La oferta de turismo rural se caracteriza por su fragmentación y además de segmentada la oferta también es cambiante y variada. Por una parte debido a que cada casa rural equivale a un operador y el alojamiento se vende de forma individual. Además, la creciente competencia obliga a diferenciarse. Es por ello por lo que se están demandando mayores servicios complementarios. Ya no es suficiente con vender alojamiento y comida en un paisaje natural, se demanda algo más que lo diferencie y la creación de servicios singulares como actividades que den sentido a la estancia. La diversificación de la oferta es clave para combatir la crisis pues se aprovechan las oportunidades de mercado.

En detrimento de los operadores turísticos, el desarrollo de nuevas tecnologías como Internet permite al usuario conocer de primera mano muchos lugares que antes eran poco accesibles así como realizar reservas de productos y servicios turísticos.



Existe una creciente tendencia de la oferta turística rural española a agruparse en asociaciones para fomentar y comercializar el turismo rural. La mayor de ellas es ASETUR, Asociación Española de Turismo Rural, integrada por 17 Federaciones y 86 asociaciones de turismo rural, representando a 5.100 alojamientos. Entre estas federaciones está FASTUR, Federación Asturiana de Turismo Rural.

Las actividades de ocio cada vez cobran más protagonismo dentro de la oferta. De hecho el motivo principal del 56% de los turistas es el ocio, recreo y vacaciones. Forman parte del concepto de la oferta del turismo rural y entre las actividades preferidas o de mayor aceptación del turista hospedado están las siguientes: actividades termales, pasear por el municipio, desplazamientos por toda la región, senderismo, ir de compras, visita paraje natural, explorar paisajes naturales, visitas culturales, ciclismo, rutas, visitas guiadas, piscina, visitas alrededores, participación en fiestas locales, espectáculos, salidas nocturnas para jóvenes, actividades para grupos de empresas, degustación o jornadas gastronómicas, permanecer en el alojamiento, lectura, actividades náuticas en ríos o pantanos, actividades agrícolas y ganaderas, caza y pesca, deportes comunes, deportes de aventura, organización de competiciones, cursillos adaptados a todo tipo de edades con la posibilidad de conocer oficios artesanales y más aún el placer de recuperar el contacto con la naturaleza y tradición local.

Otro aspecto a comentar en cuanto a la tendencia de la oferta, es el exceso de oferta existente ya que como se comentó en el apartado 2.2.4. Evolución de la Demanda y Oferta del Turismo Rural, el crecimiento de la oferta llega a ser muy superior al de la demanda, generando un exceso de capacidad en el sector. En cuanto al grado de ocupación recordamos que era muy bajo en parte debido a este exceso de oferta.

2.2.6.5 Competencia

Dentro de la oferta, hablaremos de la competencia existente en el mercado. El estudio de la competencia nos servirá tanto para identificarla como para posteriormente ver en qué aspectos nos podemos diferenciar de la misma. La competencia es uno de los factores decisivos a la hora de que el negocio tenga éxito, no sólo se tiene que tener en cuenta que se tendrá que competir con las empresas que existen en este momento sino que también en el futuro pueden aparecer nuevos competidores que incluso tengan alguna ventaja competitiva.

Para realizar un estudio provechoso de la competencia vamos a analizar la oferta de establecimientos turísticos rurales tomando como referencia el municipio asturiano de Cudillero, lugar escogido donde establecer la casa rural. Para ello hemos elaborado una tabla en la que se recogerán los principales datos de la competencia: número de plazas, precio en cada temporada, modalidad, tipo de alquiler, categoría y otros datos.

La fuente de información seleccionada para elaborar un diagnóstico de la competencia de una casa rural en Cudillero, ha sido tomada de la web www.cudillero.org. Dicha web pertenece a la asociación CUDILLERO TURISMO, empresa formada por profesionales del sector turístico del Concejo y el Ayuntamiento con el fin de coordinar, dirigir y organizar todas las actividades que contribuyen al desarrollo turístico del Municipio. Dicha empresa es la gestora de la Oficina de Turismo en Cudillero y de ahí nuestra elección de esta reconocida fuente. A partir de esa oferta hemos obtenido los competidores más próximos a lo que nosotros deseamos ofrecer como se expone en la Tabla 2.1 Competencia en Cudillero.

En total son 13 casas, 4 pensiones y 6 apartamentos y la media del número de plazas es de 8, 16 y 12 plazas respectivamente. Los precios están detallados por pernoctación tanto por el alquiler de la casa al completo como unitariamente por plazas. Hemos determinado trabajar con precios unitarios para tener unos precios orientativos debido a que cada casa tiene una capacidad diferente en número de plazas y por tanto hemos supuesto que se



ocuparía al máximo. De este modo hemos asignado proporcionalmente el precio de la casa entre el total de plazas. En las casas rurales el precio medio oscila según temporada desde 157€ hasta 216€ la casa completa y unitariamente cada plaza oscila desde 20€ hasta 27€. En pensiones el precio medio oscila desde 36€ hasta 49€ cada habitación doble y unitariamente la mitad: desde 18€ hasta 24€. En apartamentos el precio medio oscila desde 78€ hasta 125€ por apartamento y unitariamente cada plaza puede resultar desde 18€ hasta 31€. En cuanto a las casas rurales el alquiler puede ser íntegro o por plazas. En Cudillero el 62% de las casas rurales ofrece alquiler íntegro de la casa y el resto alquiler por habitaciones.

A partir de las variables categoría y otros datos concluimos que se ofrece una elevada calidad. En cuanto a la categoría, difiere en función de la modalidad de alojamiento que según la ley en el Anexo 1 Ley del Principado de Asturias 7/2001, de 22 de junio, de Turismo, es la siguiente: las casas rurales se clasifican según el número de trísqueles, con una categoría máxima de 3 trísqueles, los apartamentos en 4 categorías identificadas por llaves con un máximo de 4 llaves y las pensiones según el número de estrellas con un máximo de 2. De ello concluimos que de las casas rurales la mayoría poseen la máxima categoría, de los apartamentos prácticamente su totalidad son de una categoría media y de las pensiones todas ellas poseen la máxima categoría.

Además, la Tabla 2.2. Otros datos de la competencia en Cudillero refleja dicha calidad mediante aspectos como el equipamiento, tecnología, confort, ocio, valores rurales y personalización del servicio al cliente para cubrir sus necesidades.

Una vez más en cuanto a calidad destacaremos otro aspecto, la marca de calidad, no expuesto en la tabla pues muy pocos la poseen. Del total de los 23 alojamientos, 9 de ellos poseen el distintivo de calidad SICTED, Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (SICTED), y entre estos a su vez 4 de ellos poseen el distintivo “Aldeas”, marca de calidad creada por el Principado de Asturias para las casas de aldea.

Otras conclusiones de los datos aportados por la competencia son la experiencia en el sector y la extensa promoción ya que hasta llegar a la decisión de basar el estudio de la oferta en la web citada, se ha procedido a una profunda búsqueda de fuente a través de internet.



Tabla 2.1 Competencia en Cudillero

CASAS RURALES	Nº PLAZAS	PRECIO POR PERNOCTACIÓN (IVA incl.)			PRECIO POR PERNOCTACIÓN (IVA incl.)			TIPO ALQUILER	CATEGORÍA
		PRECIO CASA COMPLETA			PRECIO POR PERSONA				
		TEMP.BAJA	TEMP.MEDIA	TEMP.ALTA	TEMP.BAJA	TEMP.MEDIA	TEMP.ALTA		
Casa rural Los Xentiles	6	80 €	-	96 €	13 €	-	16 €	Íntegro	1 trisqueles
Casa rural El Perlindango	10 (5 dobles)	225 €	-	275 €	23 €	-	28 €	Habitaciones	3 trisqueles
Casa rural La Fragua del Canajal	8 (4 dobles)	164 €	188 €	268 €	21 €	24 €	34 €	Habitaciones	3 trisqueles
Casa rural El Gavieiro	8	150 €	-	190 €	19 €	-	24 €	Íntegro	2 trisqueles
Casa rural La Casa del Campo II	4	100 €	110 €	130 €	25 €	28 €	33 €	Íntegro	3 trisqueles
Casa rural La Casona de Benito	14 (7 dobles)	280 €	315 €	455 €	20 €	23 €	33 €	Habitaciones	3 trisqueles
Casa rural Ofelia	10 (5 dobles)	250 €	300 €	375 €	25 €	30 €	38 €	Habitaciones	2 trisqueles
Casa rural Cai Llope	6	100 €	-	150 €	17 €	-	25 €	Íntegro	3 trisqueles
Casa rural La Morena	8	140 €	-	170 €	18 €	-	21 €	Íntegro	2 trisqueles
Casa rural La Casa del Campo	8	180 €	200 €	230 €	23 €	25 €	29 €	Íntegro	3 trisqueles
Casa rural La Fueya	6	100 €	-	130 €	17 €	-	22 €	Íntegro	2 trisqueles
Casa La Ardilla	4	70 €	80 €	100 €	18 €	20 €	25 €	Íntegro	-
Casa rural Mariñana	8 (4 dobles)	200 €	-	240 €	25 €	-	30 €	Habitaciones	3 trisqueles
PENSIONES	Nº PLAZAS	PRECIO POR PERNOCTACIÓN (IVA incl.)			PRECIO POR PERNOCTACIÓN (IVA incl.)			TIPO ALQUILER	CATEGORÍA
		PRECIO HABITACIÓN DOBLE			PRECIO POR PERSONA				
		TEMP.BAJA	TEMP.MEDIA	TEMP.ALTA	TEMP.BAJA	TEMP.MEDIA	TEMP.ALTA		
Pensión El Camarote	16	42 €	50 €	55 €	21 €	25 €	28 €	Habitaciones	2 estrellas
Pensión Campillo	18	35 €	40 €	45 €	18 €	20 €	23 €	Habitaciones	2 estrellas
Pensión Alver	16	35 €	40 €	50 €	18 €	20 €	25 €	Habitaciones	2 estrellas
Pensión Calito	12	30 €	-	45 €	15 €	-	23 €	Habitaciones	2 estrellas



APARTAMENTOS	Nº PLAZAS	PRECIO POR PERNOCTACIÓN (IVA incl.)			PRECIO POR PERNOCTACIÓN (IVA incl.)			TIPO ALQUILER	CATEGORÍA
		PRECIO POR APARTAMENTO			PRECIO POR PERSONA				
		TEMP.BAJA	TEMP.MEDIA	TEMP.ALTA	TEMP.BAJA	TEMP.MEDIA	TEMP.ALTA		
Apartamento El Otero	4 aptos x 4 pers	60 €	70 €	90 €	15 €	18 €	23 €	Habitaciones	2 llaves
Apartamento El Paraxo	3 aptos x 4 pers	80 €	100 €	120 €	20 €	25 €	30 €	Habitaciones	2 llaves
Apartamento Bellavista	8 aptos x 2 pers	60 €	70 €	100 €	25 €	35 €	48 €	Habitaciones	2 llaves
Apartamento Aldea de Cerecedo	3 aptos x 4 pers	80 €	90 €	150 €	20 €	23 €	38 €	Habitaciones	3 llaves
Apartamento El Riego	2 aptos x4 pers	55 €	70 €	80 €	14 €	18 €	20 €	Habitaciones	2 llaves
Apartamento Óscar Valle	1 apto x 8 pers	135 €	-	210 €	17 €	-	26 €	Íntegro	2 llaves

Fuente: Elaboración propia a partir de www.cudillero.org



Tabla 2.2. Otros datos de la competencia en Cudillero

NOMBRE	OTROS DATOS
Casa rural Los Xentiles	Casa de aldea totalmente rehabilitada en piedra y madera, aspecto rústico
Casa rural El Perлиндango	Caja seguridad, Wifi, minusválidos, jardín, barbacoa, buhardilla, biblioteca, juegos
Casa rural La Fragua del Canajal	Edredones de plumas, piscina, barbacoa
Casa rural El Gavieiro	3 TV, vistas al mar, jardín equipado, equipamiento para niños
Casa rural La Casa del Campo II	Barbacoa, cunas y bicis disponibles, Wifi, animales, hidromasaje, juegos de mesa, biblioteca, TV, DVD, chimenea de forja
Casa rural La Casona de Benito	Casa rural típica asturiana construida siglo XVIII, animales, Wifi. Idiomas
Casa rural Ofelia	Biblioteca, fornu de leña, chimenea, jardín, zona infantil
Casa rural Cai Llope	Chimenea, barbacoa, hidromasaje, jardín con porche
Casa rural La Morena	Chimenea, porche exterior con barbacoa, animales
Casa rural La Casa del Campo	Barbacoa, cunas y bicis disponibles, Wifi, animales, hidromasaje, juegos de mesa, biblioteca, TV, DVD, chimenea de forja
La Ardilla	Animales, barbacoa
Casa rural Mariñana	Antigua casa de labranza en piedra rehabilitada dispone de antojana, hórreo, huerto
Pensión El Camarote	TV en las habitaciones, desayuno incluido
Pensión Campillo	TV en las habitaciones
Pensión Alver	Wifi, TV en las habitaciones, animales
Pensión Calito	Vistas al mar, TV en las habitaciones
Apartamento Casona de La Paca	Jardín, animales, TV, piscina
Apartamento El Cueto	Chimenea, barbacoa, jardín, bicicletas, animales
Apartamento El Otero	Chimenea, jardín, barbacoa, Wifi, minusválidos
Apartamento El Paraxo	Chimenea, animales, jardín, barbacoa
Apartamento Bellavista	Vistas al mar, limpieza diaria, TV
Apartamento Aldea de Cerededo	Entre hórreos y paneras. TV
Apartamento El Riego	Wifi, barbacoa, TV, chimenea
Apartamento Óscar Valle	TV

Fuente: Elaboración propia a partir de www.cudillero.org



2.2.6.6 Factores Clave de Éxito

Por un lado, desde el punto de vista del cliente y centrándonos en primer lugar en el turismo rural efectuado en España, en el apartado 2.2.5.8 Perfil del Cliente se consideraron los datos más recientes según el último informe de La Radiografía del turista rural. De ello, se concluye que lo más importante a la hora de contratar un alojamiento es la limpieza, precio y tranquilidad. Le siguen la comodidad y la ubicación del alojamiento. En tiempos de recesión económica el precio es un factor clave a la hora de contratar un alojamiento rural (un 57% de los viajeros lo considera muy importante), superado sólo por la limpieza (64%) como aspecto más relevante.

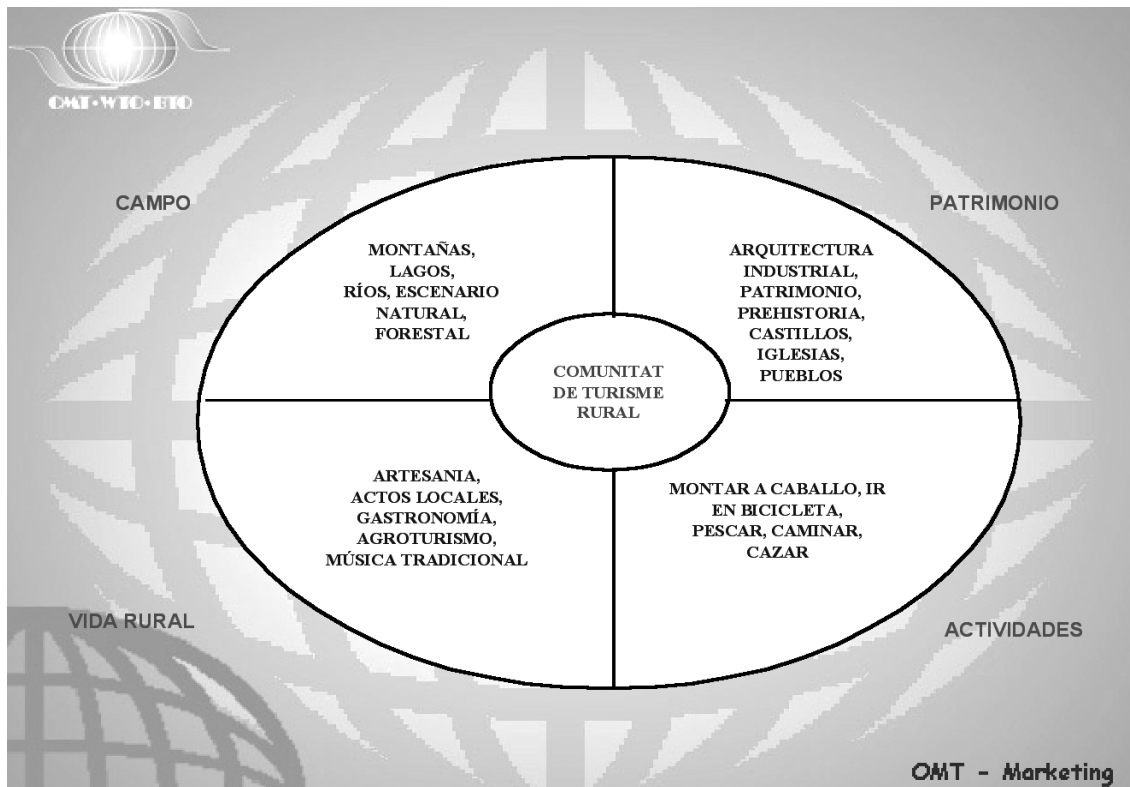
A nivel europeo, según un informe de la Organización de Cooperación y Desarrollo Económicos (OCDE), se señalan 6 factores que deben estar presentes en las zonas rurales para facilitar el desarrollo turístico:

1. Valor escénico del paisaje (montañas, costas, valles, barrancos, ríos, lagos y paisajes de interés especial).
2. Activos culturales, como castillos, inmuebles religiosos, civiles y militares, poblaciones, yacimientos arqueológicos y focos patrimoniales en general.
3. Instalaciones deportivas para senderismo, deportes de aventura, caza, pesca, esquí, y otras actividades.
4. Facilidad de acceso, mediante una red viaria (carretera o ferrocarril), para un gran número de personas.
5. Mecanismos eficientes de promoción, comercialización y administración.
6. Añade la OCDE que estos factores no son exclusivos y que el hecho de contar con uno o todos ellos no garantiza el éxito.

Por último, según la Organización Mundial del Turismo, existen 4 aspectos principales, como se señalan en la Figura 2.19 Factores clave de éxito del Turismo Rural: campo, patrimonio, vida rural y actividades. El campo o paisaje natural y el patrimonio son 2 factores fundamentales, como se ha comentado anteriormente. Además, la OMT señala otros 2 factores clave más: la vida rural y las actividades. Cada vez cobra mayor importancia la cultura, gastronomía, artesanía, folklore y tradiciones locales en ciertas épocas del año. En vista de un turista cada vez más activo y especializado, también está resultando clave la promoción de actividades deportivas, culturales y cualquier otra actividad de ocio asociada a la estancia en el medio rural. De este modo, una mezcla adecuada de actividades y atracciones (alojamientos, restaurantes, atracciones, actividades y tiendas) contribuye a hacer las comunidades más interesantes a los turistas y puede ser la base para promocionar las comunidades como poseedoras de un producto turístico de alta calidad.

Es interesante nombrar que dichos factores además tienen un papel fundamental en la preservación y recuperación de los valores y activos locales a su vez que derivan una rentabilidad económica.

Figura 2.19 Factores clave de éxito del Turismo Rural



Fuente: Organización Mundial del Turismo

2.2.7 Diagnóstico

2.2.7.1 Análisis DAFO

Una vez analizado el sector es necesario realizar un diagnóstico de cómo los datos analizados pueden influir en la situación de partida. Para conseguir este objetivo se utilizará el análisis o matriz DAFO. Es un instrumento de planificación estratégica ampliamente utilizado para resumir gráficamente puntos fuertes y débiles, así como las amenazas y oportunidades externas.

La matriz DAFO es una herramienta estratégica para establecer un análisis del entorno analizado anteriormente, (Amenazas y Oportunidades) y el diagnóstico y situación real (Fortalezas y Debilidades) lo que posibilitará establecer las estrategias óptimas de desarrollo a adoptar. El objetivo del análisis DAFO es el de que todas las partes involucradas en la actividad identifiquen las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que puedan afectar en mayor o menor medida a la actividad de la empresa.

Por un lado, las fortalezas y debilidades tienen su origen en el interior de la organización y ayudan a entender la posición competitiva en que se encuentra la nueva empresa. De este modo, las fortalezas son aquellas ventajas competitivas, a partir de los recursos y posiciones del sector, que permiten aprovechar una oportunidad o hacer frente a una amenaza mientras que las debilidades son aquellos aspectos internos que limitan o impiden aprovechar una oportunidad. Es por esto que las debilidades deben de ser identificadas y minimizadas.

Por otro lado, las oportunidades y amenazas pertenecen al entorno externo de la empresa debiendo ésta superarlas o aprovecharlas, anticipándose a las mismas. Aquí entrará



en juego la flexibilidad y dinamicidad de la empresa. Las oportunidades es todo aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la organización, o bien representar una posibilidad para mejorar la rentabilidad de la misma o aumentar la cifra de sus negocios. Las amenazas es toda fuerza del entorno que pueda suponer un riesgo a la hora de poner en marcha el negocio sea perjudicando la estrategia o la rentabilidad esperada.

Una vez expuesta la matriz y su contenido, se pasa a aplicar la técnica para el caso concreto que nos ocupa, el turismo rural:

- FORTALEZAS

- Configuración de un nuevo tipo de vacaciones más frecuentes, reducidas y en distintas épocas del año. Popularización de “escapadas”.
- Alternativa turística no masificada y poco saturada en contraste con el estrés urbano.
- Componentes propios del medio rural muy apreciados por la sociedad como el entorno natural, elementos históricos y culturales del territorio y gastronomía.
- Aumento en los últimos años de las rentas turísticas entre la población rural.
- Modelo de gestión novedoso (herramientas informáticas, sistema de reserva...).
- Acceso a diversos colectivos interesados como clientes.
- Importante penetración del turismo rural en los canales de comercialización.
- Configuración de un tejido de asociaciones de turismo rural.
- Apoyo institucional y estatal. Existencia de fondos públicos para cualificación y consolidación del producto (LEADER, FEADER, PRODER,...).
- Posición líder de Asturias en ocupación durante periodos vacacionales.

- DEBILIDADES

- Bajo nivel de cualificación profesional y formación.
- Atomización de empresas turísticas.
- Tejido empresarial aún deficiente en buena parte de los territorios afectados.
- Estacionalidad de la demanda.
- Impacto ambiental y acústico de la actividad turística.
- Desajuste entre oferta y demanda debido a un crecimiento de oferta mayor que el de la demanda. Baja tasa de ocupación en la media anual.
- Débil imagen en el mercado español.
- Carencia de estrategias operativas para aprovechar todo el potencial de los recursos del medio rural.
- Envejecimiento poblacional en el medio rural.
- Falta de cooperación entre agentes de la cadena de valor.
- Limitada conectividad en zonas rurales a servicios wifi, online, etc.

- OPORTUNIDADES

- Resistencia a la crisis económica y uno de los baluartes del turismo nacional por sus costes más económicos.
- Demanda social de un nuevo desarrollo cada vez más responsable ambientalmente, respetuoso con los recursos y de calidad de vida.
- Los aspectos más valorados por el cliente son el trato personalizado, precio y limpieza.



- Fuerte apuesta por parte de las administraciones públicas por el desarrollo rural basado en el turismo.
 - Mercado en expansión.
 - Posibilidad de competir en un turismo de calidad, no masivo.
 - Creciente volumen de oferta complementaria: hostelería, diversidad en actividades de ocio, museos locales, SPAs, guías turísticos, comercios, alquiler de coches,...
 - Nuevas preferencias y crecientes tendencias en la demanda de: turistas de edad madura y con capacidad de gasto, más experimentados y más exigentes, turismo de familia, turismo de negocio, turismo activo, tendencia hacia la búsqueda de experiencias, también turistas cada vez más jóvenes,...
 - Captación y fidelización del viajero extranjero que sólo representa el 10% de la ocupación de este tipo de alojamientos.
 - Fidelización de la clientela actual.
 - Alcanzar el nivel europeo del turismo rural más consolidado en Italia o Francia.
 - Creciente peso de la autorganización del viaje y la comercialización directa.
 - Promoción en portales electrónicos de gran asiduidad.
- AMENAZAS
 - Crisis económica.
 - Crisis financiera: difícil acceso a recursos financieros.
 - Indefinición y dificultad para fomentar estas actividades en los Espacios Naturales Protegidos.
 - Competencia de la restauración y ocio en algunos de los servicios ofrecidos en el alojamiento.
 - Importante competencia de los hoteles rurales.
 - Debilitación del crecimiento de la demanda europea.
 - Mejores alternativas basadas en los vuelos de bajo coste, destinos novedosos y económicos.
 - Trabas legales.

2.2.7.2 Matriz CAME

A continuación se va a proceder a la elaboración de una matriz CAME que servirá de herramienta complementaria del análisis DAFO. Ésta va a permitir identificar aquellas acciones que permitan corregir las debilidades, afrontar las amenazas, mantener las fortalezas, y explotar las oportunidades.

- CORREGIR DEBILIDADES
 - Formación del personal empleado con cursos de turismo rural.
 - Contratación de una parte del personal que sea especializado o tenga experiencia y conocimiento de la zona.
 - Lanzamientos de ofertas especiales para evitar la estacionalidad.
 - Desarrollar un turismo sostenible y respetuoso con el medio ambiente.
 - Incluir en el plan de marketing mensajes resaltando la calidad del servicio y potenciando los recursos de la zona: en el caso de Asturias recalcar su pertenencia a la España Verde, su famosa gastronomía y productos agrícolas y su relevancia como destino turístico tradicional, de calidad y consolidado.
 - Potenciar las tecnologías, especialmente la conexión a internet.



- AFRONTAR AMENAZAS
 - Acciones de publicidad, promoción y políticas de precios adecuadas para ganar progresivamente cuota de mercado.
 - Ofrecer al cliente la oportunidad de financiar el servicio para hacer más cómodo el pago.
 - Buscar la colaboración de los organismos públicos para fomentar actividades en los espacios naturales.
 - Diseñar ofertas competitivas en los servicios extras de restauración y ocio.
 - Competir con diferenciación respecto a los demás establecimientos turísticos próximo a nuestra ubicación y otros destinos competentes.
 - Promocionar las ventajas de una casa rural frente a un hotel rural.

- MANTENER FORTALEZAS
 - Introducción de nuevas tecnologías en el servicio.
 - Rapidez de reacción si se perciben cambios en el entorno económico.
 - Acondicionamiento de la casa propio y característico de la zona rural.
 - Ofrecer servicios como excursiones que involucren al cliente en el ambiente y tradición del pueblo.
 - Publicidad en revistas y portales de internet especializados.
 - Unión a asociaciones de turismo rural.

- EXPLOTAR OPORTUNIDADES
 - Cuidar los aspectos que son más valorados por cliente como el trato y limpieza.
 - Dar atención a la relación calidad-precio.
 - Informarse de la implantación grados y posgrados para adaptar la cualificación del personal.
 - Ofrecer un turismo de calidad.
 - Diversificar y adaptar la oferta para llegar a los diferentes colectivos de clientes (tercera edad, turista deportivo, turista experimentado, de negocio, minusválidos...).
 - Facilitar la estancia del turista extranjero mediante idiomas, facilitación del acceso por transporte, ...
 - Seguimiento de antiguos clientes.
 - Ofrecer distintas alternativas para que el cliente diseñe su viaje y estancia, incluyendo la contratación de servicios extras y actividades de ocio como las señaladas en las oportunidades.
 - Aprovechar la inversión en tecnología para diferenciarse.
 - Publicitar nuestra ética con el medioambiente.



Capítulo 3. Análisis de la Empresa

Este capítulo es uno de los pilares del plan pues contiene la descripción de la empresa a constituir. De este modo detallaremos las características del negocio y su actividad.

En primer lugar, comenzaremos analizando la localización de la empresa. A continuación, realizaremos una detallada descripción del producto, la casa rural. De gran importancia será en los siguientes apartados el análisis de la legislación así como de las ayudas específicas que actualmente afecten la empresa. Otro apartado clave es la calidad y su implantación. Por último, comentaremos los aspectos legales en cuanto a la elección de la forma jurídica de la empresa y los trámites obligatorios para su constitución.

De este modo, estableceremos las bases para el desarrollo del resto de capítulos del plan de empresa.

3.1 Localización

El Concejo de Cudillero se encuentra en la zona centro-occidental de Asturias, a unos 50 km., por la A-66 y A-8, de Oviedo. Su capital es un pequeño y pintoresco pueblo pesquero declarado Conjunto Histórico Artístico y Bien de Interés Cultural. Sus pequeñas y características casas con ventanas de alegres colores cuelgan de la ladera de la montaña hacia el mar abriéndose a la manera de anfiteatro y distribuyéndose en anillos concéntricos en torno a la plaza marinera que conduce al puerto. La Figura 3.1 Cudillero muestra su localización en el mapa del Principado de Asturias.

Figura 3.1 Cudillero



Fuente: Imágenes de www.google.com

Cudillero ha tenido siempre un fuerte vínculo con el mar pasando por su relación con los vikingos, otros pueblos nórdicos de carácter marino y los vaqueiros, trashumantes ganaderos. Su flota pesquera fue la mayor del Principado de Asturias y una de las más relevantes del Cantábrico. Hasta hoy su puerto sigue representando un factor fundamental en la riqueza del concejo. El puerto nuevo alberga un espacio ideal para el paseo, el faro, el puerto deportivo y el pesquero desde donde se puede asistir al retorno de los barcos y subasta de la pesca.

La población de 2009 fue de unos 5.797 habitantes. Los habitantes de la villa reciben el nombre de pixuetos debido a que han vivido de la pesca y para que se les diferencien del resto de habitantes del municipio que tienen actividades agrícolas o ganaderas y a los cuales se les denomina caizos.

Montaña, mar, valles, acantilados e historia se funden en Cudillero. El accidente geográfico de Cabo Vidio se encuentra en el litoral y es uno de los más importantes de Asturias. Su privilegiada situación alberga una admirada panorámica debido a sus parajes y rincones. Cudillero, cuenta con una ruta de miradores que incluye el paseo al faro, La Garita, La Atalaya, El Pico, etc. También hay que destacar sus dos construcciones más importantes, La Iglesia Parroquial de San Pedro, patrón de la villa, del siglo XVI de estilo gótico en la que se pueden admirar tallas barrocas, y La Capilla del Humilladero, el edificio más antiguo de la villa. El emblemático Palacio de Selgas, en el barrio del Pito, es un edificio neoclásico, con jardines versallescos y en cuyo interior hay una importantísima colección de pinturas de Goya y El Greco.

Entre sus playas destacan las playas naturales del Silencio (o Gavieira), Gueirúa, Vallina y de Oleiros, Ballota (o Riocabo), de Cueva así como también las turísticas playas Campofrío y Aguilar, Concha de Artedo y San Pedro de la Ribera.

El desarrollo del turismo es tan importante que goza de una gran variedad de establecimientos de gran calidad para acoger a los turistas así como una amplia lista de restaurantes y comercios en general para cubrir cualquier necesidad de quien la visita.

El concejo está excelentemente comunicado con toda la región, tanto por carretera como por ferrocarril, contando además con una importante red de carreteras locales que comunican sus pueblos atravesando zonas de incomparables paisajes. El aeropuerto de Asturias se encuentra a unos 20 km. de Cudillero.

En la Figura 3.2 Plano de Cudillero se muestra un plano con sus principales calles, zonas y puntos turísticos.

Figura 3.2 Plano de Cudillero



Fuente: Imágenes de www.google.com

A continuación, en la Figura 3.3 Fotos de Cudillero, mostraremos algunas imágenes representativas de sus parajes que justificarán por sí mismas nuestra motivación al elegir este pueblo asturiano. Estas fotografías han sido tomadas de la guía turística que ofrece la web de la Oficina de Turismo en Cudillero.

Figura 3.3 Fotos de Cudillero



Fuente: www.cudillero.org

A largo de todo el año en Cudillero se celebran un buen número de fiestas, acontecimientos culturales y festivos. También tienen lugar distintas ferias y otros certámenes. La fiesta que congrega miles de personas es L'Amuravela, Fiesta de Interés Turístico Nacional. A continuación y para concluir la descripción de Cudillero, se exponen sus fiestas y acontecimientos en la Tabla 3.1 Festividades.



Tabla 3.1 Festividades

FIESTAS Y ACONTECIMIENTO EN CUDILLERO	
Festival del Curadillo	1 a 15 de marzo, Concha de Artedo
Fiestas de San José Obrero	1 de mayo, El Pito
Jornadas Gastronómicas de la Merluza	9, 10, 11, 16, 17 y 18 de abril, Cudillero
Fiestas de San Marcos	24 de abril, San Cosme
Fiestas de Ntra Sra de Fátima	13 de mayo, La Atalaya
Fiestas de San Juan	24 de junio, San Juan
Fiestas de San Pedro, San Pablo y San Pablín	29 y 30 de junio y 1 de julio, Cudillero
L'Amuravela	29 de junio, Cudillero
Festividad de la Virgen del Carmen	16 de julio, Cudillero
Fiestas de Santa Marina	18 de julio, Santa Marina
Fiestas de Santiago Apóstol	25 de julio, Novellana
Romería de Santa Ana de Montarés	26 de julio, Monte Santana
Fiestas de Brañaseca	Primera semana de agosto , Brañaseca
Fiestas de Ntra Sra de la O	5 de agosto, Villademar
Fiesta de San Salvador	6 de agosto, Valdredo
Fiesta de Ntra Sra de Covadonga	10 de agosto, Salamir
Fiestas de San Roque	16 de agosto, Oviñana
Fiestas de San Roque	16 de agosto, Ballota
Fiesta de Santa Bárbara	18 de agosto, Villeirín
Fiestas de la virgen de la China	23 de agosto, Lamuño
Fiestas de Santa Eulalia	30 de agosto, Albuerne
Fiestas de Ntra Sra de la Humildad	8 de septiembre, Soto de Luiña
Fiesta de Ntra Sra de los Dolores	15 de septiembre, San Martín de Luiña
Fiesta de San Esteban	26 de diciembre, Castañeras

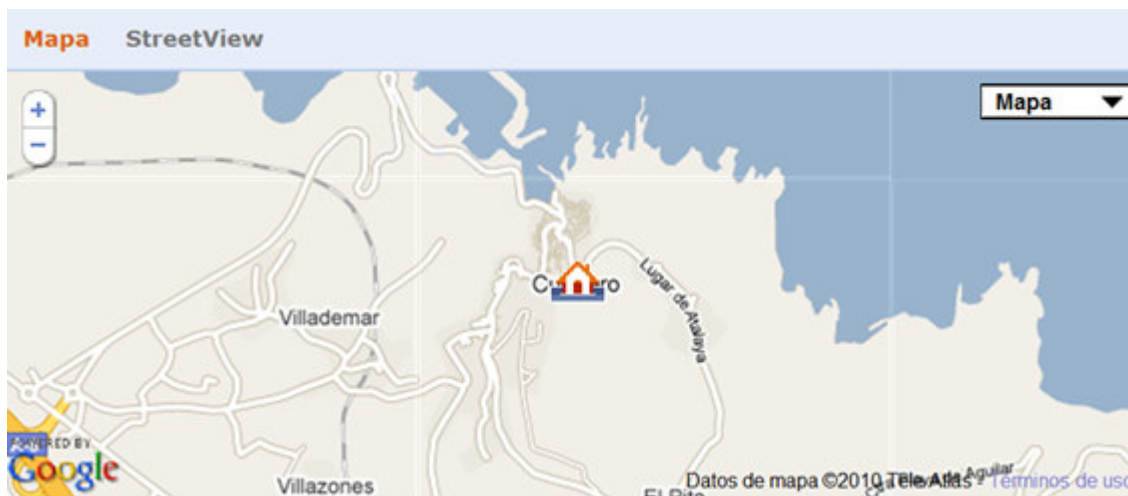
Fuente: www.cudillero.org

3.2 Descripción de la Casa

Se trata de una antigua casa rural que poseen en Cudillero los 2 socios de la empresa, valorada a precio de mercado en 90.000€, de los cuales el terreno supone un 30% y la edificación un 70%, es decir, 27.000€ y 63.000€ respectivamente. Es una casa de piedra de 2 plantas cada una de 160 m² útiles con cocina, comedor, salón, 4 habitaciones, 4 baños, hórreo, terraza, garaje, calefacción gasoil y electricidad. La finca es de 600 m² edificables. Se encuentra en la capital de Cudillero, a 2 km. de la playa y a 15 km. del aeropuerto.

A continuación, la Figura 3.4 Localización de la casa rural muestra el plano de Google Maps donde se ubica la casa y es el mapa que facilitaremos a los turistas, pudiéndose ampliar o reducir su vista y alrededores, marcar itinerarios y seleccionar los puntos turísticos de interés, entre otros.

Figura 3.4 Localización de la casa rural



Fuente: Google Maps

La casa se muestra en la Figura 3.5 Exterior de la casa y Figura 3.6 Hórreo de la casa. En cuanto a su distribución, en la planta superior se encuentra una terraza y 4 habitaciones dobles con baño en el interior de cada una de ellas. En la planta baja se encuentra la cocina, el comedor, sala de estar y un aseo. Además, en el exterior se dispone de una terraza y jardín equipados y con una pequeña área de recreo infantil, aparcamiento propio y un hórreo que mantiene su estructura antigua pero en su interior será habilitado como sala de juegos.

Realizaremos una reforma general manteniendo sus elementos rústicos, principalmente de la fachada y el hórreo, pero mejorando la calidad de sus materiales tanto en exterior como interior. Principalmente comprenderá una reforma completa de cocina, baños e inclusión de otro más -de modo que haya un baño común y otros 4 para cada una de las habitaciones-, pintura, cerrajería, fontanería, electricidad, reparaciones, suelo de parquet, ventanas, rehabilitación del hórreo y acondicionarlo como sala de juegos, etc. La reforma está valorada en 110.000 € y su duración será como máximo 2 meses.

El acondicionamiento de la casa incluirá renovación del mobiliario, equipamiento, menaje, lencería de cama y baño, utensilios de cocina y demás elementos necesarios para la estancia y que la doten de mayor calidad. La calidad será excelente en todos los casos. En el apartado 5.2 Política de Precios se concretarán más servicios extra que añadirán más valor a la estancia del turista.

La modalidad de este alojamiento de turismo rural va a ser la denominada “casa de aldea”, es decir, una vivienda autónoma e independiente, cuyas características sean las propias de la arquitectura tradicional asturiana de la zona, en las que se proporcione, mediante precio, el servicio de alojamiento y, eventualmente, otros servicios complementarios. La prestación será mediante contratación íntegra del inmueble y la categoría va a ser la máxima, 3 trísqueles.

Figura 3.5 Exterior de la casa



Fuente: www.google.es

Figura 3.6 Hórreo de la casa



Fuente: www.google.es



3.3 Legislación

En el Anexo 2 DECRETO 143/2002, de 14 de noviembre, de Alojamientos de Turismo Rural se detallan los requisitos mínimos que deben cumplir los alojamientos de turismo rural. Por ello, debemos considerarlos pues desde un principio vamos a adaptar nuestra empresa a esos condicionantes exigidos por las administraciones competentes. Resumiremos el capítulo IV correspondiente a las exigencias de las casas de aldea y destacaremos los requisitos mínimos a cumplir:

- Artículos 21 a 27: Regulan el concepto, modalidad de explotación, categorías, capacidad y servicios.
- Artículos 28 y 29: Instalaciones y equipamientos mínimos para las casas de aldea. Estos son:
 - a) Suministro de agua potable, caliente y fría, durante las 24 horas del día, y de energía eléctrica garantizada, con puntos y tomas de luz en todas las habitaciones y zonas de uso común.
 - b) Sistema efectivo de evacuación de aguas residuales.
 - c) Servicio público, o privado autorizado por el Ayuntamiento, de recogida de basuras. En el caso de que la recogida no se efectuara diariamente, las basuras nunca estarán expuestas en lugares visibles.
 - d) Calefacción.
 - e) Botiquín de primeros auxilios de acuerdo con lo exigido por la normativa vigente.
 - f) Un extintor, al menos, por planta, instalado en lugar visible y de fácil acceso.
 - g) Teléfono para uso de los clientes. Este servicio se entenderá cumplido cuando el titular o encargado disponga de teléfono en el núcleo de población donde esté ubicado el establecimiento.
 - h) Acceso practicable para toda clase de turismos hasta el entorno inmediato de la casa, preservando en lo posible el medio ambiente y evitando provocar un contraste de impacto visual.
- Artículo 30 a 40: Requisitos que los dormitorios, servicios, salón, cocina y espacios exteriores deben cumplir en cuanto a equipamiento, uso, ventilación, acceso, superficie mínima,....
- Artículo 41 y 42: Requisitos específicos para las casas de aldea de 3 trísqueles.



3.4 Ayudas

En el Principado de Asturias concurren distintos organismos y planes con ayudas específicas para el sector turístico, como las convocatorias anuales de subvenciones de la Consejería de Cultura, Comunicación Social y Turismo del Principado de Asturias, las establecidas dentro de los programas LEADER+ y PRODER II o las dispuestas por el Instituto de Desarrollo Económico del Principado de Asturias (IDEPA).

Tanto Comunidades, como Comarcas y Ayuntamientos ofrecen ayudas para financiar los proyectos de turismo rural, por ser estos una buena forma de revitalizar zonas de otro modo deprimidas, contribuir a recuperar el patrimonio histórico y favorecer la creación de servicios en esas áreas. Estas subvenciones proceden, en buena parte, de fondos comunitarios, como por ejemplo los programas PRODER y LEADER Plus, que facilitan entre el 20% y el 60% de la inversión. Junto a la abundante documentación a presentar, se puede exigir, por ejemplo, una antigüedad mínima en funcionamiento de 2 años para el pago de la subvención, o el compromiso de mantener la actividad durante un periodo de 5 a 10.

Tras realizar una búsqueda de los plazos abiertos y pendientes de próxima apertura de dichas subvenciones, a través de internet y consultando telefónicamente a la Unidad de Información de IDEPA, hemos hallado solo una ayuda a la que puede optar nuestro proyecto. Se trata de la ayuda LEADER del Programa de Desarrollo Rural en el Principado de Asturias y aplicaría a Cudillero como integrante del Grupo Centro para el Desarrollo Valle del Ese-Entrecabos. A continuación se detalla:

- Finalidad: Ayudas dirigidas a la aplicación del Eje Leader del Programa de Desarrollo Rural del Principado de Asturias para el periodo 2007-2013 en las distintas Comarcas. Serán gestionadas por los Grupos de Acción Local quienes efectuarán las convocatorias públicas de ayudas.
- Las medidas incluidas en el Programa de Desarrollo Rural del Principado de Asturias son:
 - Modernización de las explotaciones agrícolas (Medida 121)
 - Diversificación hacia actividades no agrícolas (Medida 311)
 - Creación y desarrollo de microempresas (Medida 312)
 - Fomento de actividades turísticas (Medida 313)
 - Mejora del entorno y servicios en el medio rural (Medida 321)
 - Renovación y desarrollo de poblaciones rurales (Medida 322)
 - Conservación y mejora del patrimonio rural (Medida 323)
 - Formación e información (Medida 331)
 - Adquisición de capacidades y promoción con vistas a la elaboración y aplicación de una estrategia de desarrollo local (Medida 341)
 - Funcionamiento del Grupo de acción local (Medida 431)
- Modalidad: Subvención directa.
- Acciones subvencionables: Las actuaciones subvencionadas deberán localizarse en la comarca de actuación del Grupo o tener una relación directa con la misma en términos de desarrollo.
- Cuantía: Las subvenciones podrán alcanzar, en inversiones productivas, hasta el 50% de la inversión auxiliable, con un límite general de 200.000€. Para inversiones no productivas, destinadas a Ayuntamientos, Mancomunidades y asociaciones sin ánimo de lucro la ayuda máxima podrá ser del 100%.



- Plazo de presentación: hasta el 30 de noviembre de 2013.



3.5 Calidad

La calidad se considera en la actualidad uno de los aspectos clave de la gestión. Los clientes cada día son más exigentes y en el mercado la competencia cada vez es mayor. Existe gran número de empresas que ofrecen servicios de alojamiento de turismo rural, servicios de similar atractivo y precios también semejantes. Sin embargo, algunas empresas tienen mucha más aceptación que otras, y el elemento diferenciador entre unas y otras lo constituye, frecuentemente, la calidad del servicio que ofrecen. En el sector turístico del Principado de Asturias, destacado por la calidad en sus establecimientos, ofrecer un servicio excelente y adelantarse a las expectativas de los clientes es fundamental para competir ante un usuario cada vez más sensibilizado y exigente, fidelizar al cliente y rentabilizar el negocio.

La implantación de la calidad cuesta tiempo y dinero. Es una estrategia a medio y largo plazo, particularmente importante para el sector rural. Pero la calidad es una inversión y no un coste ya que todo lo que se invierte en calidad nos dará unos retornos importantes y asegurará nuestro negocio en el mercado pues nos hace más competitivos.

Unas de las características más importantes de la calidad en turismo rural están orientadas a atributos de la prestación del servicio y de la actitud de los propietarios. En las discusiones de medición de la calidad, el precio se presenta a menudo como un indicador de la misma. El argumento se expresaría de la siguiente forma: a más calidad mayor precio y, en consecuencia, a mayor precio mayor calidad.

Se debe estudiar qué nivel de calidad hay que ofrecer según el tipo de establecimiento y clientela que se recibe. Para obtener la excelencia (máxima calidad factible), en turismo rural hay que ser particularmente sensible a las cuestiones que el cliente valora: el entorno natural, la quietud, los alimentos, una correcta eliminación de los residuos, atención esmerada, trato afable, etc. El aspecto más importante, y tal vez el más oneroso, de la calidad es la formación de los recursos humanos para dar una excelente atención y satisfacción a los clientes. Por ello y puesto que nuestro producto se define en la máxima categoría de trisqueles, cuidaremos todos estos aspectos mencionados y más adelante se matizarán gran parte de ellos en el apartado 5.1 Política de Producto.

A nivel documental, cuidaremos los siguientes aspectos disponiendo de los siguientes 3 importantes documentos:

- El manual de calidad, en el que escribirá qué hace para asegurar la calidad. Con este documento se puede acreditar a los clientes y proveedores el compromiso con la calidad que adquiere la empresa.
- El manual de procedimientos, en el cual se describe cómo se lleva a cabo cada uno de los puntos del sistema y es para uso interno y exclusivo de la empresa.
- Los registros de calidad, que se anotan en los documentos generados por el sistema que se utiliza y garantizan si el sistema de calidad funciona adecuadamente o si no lo hace, en cuyo caso habrá que aplicar medidas correctoras.

Otra cuestión es el control de la calidad, la cual mediremos mediante encuestas de satisfacción del cliente, análisis de quejas y reclamaciones y la opinión del personal.

Por otra parte, destacaremos los principios de la Gestión de la Calidad Total que deseamos tener presente, la cual comporta una nueva lectura de la empresa a efectos de reestructurarla para evitar costes innecesarios en los diversos procesos internos, y son: orientación al cliente, compromiso de la organización, compromiso y participación de los



empleados, trabajo en equipo, liderazgo, formación, mejora continua e innovación y cultura organizativa de calidad.

Las Casas de Aldea en Asturias se identifican con el anagrama "CA" y en función de la calidad de sus instalaciones y servicios, y del cumplimiento de condiciones específicas, se clasifican en tres categorías identificadas por uno, dos o tres "trísqueles". La denominación "Casas de Aldea" lo utiliza a modo de estrellas para su clasificación en categorías. En nuestro caso, nuestra casa obtendrá de parte de la Administración turística del Principado de Asturias la correspondiente autorización y clasificación como casa de aldea de 3 trísqueles. Los requisitos a cumplir se indican en el capítulo IV del Anexo 2 DECRETO 143/2002, de 14 de noviembre, de Alojamientos de Turismo Rural.

Además, hemos decidido obtener para nuestra casa de aldea la marca de calidad "Aldeas de Asturias. Calidad Turística" marca establecida por el Gobierno del Principado de Asturias, aprobada en 2003 para clasificar alojamientos (apartamentos rurales y casas de aldea) que, por sus características singulares y compromiso con la calidad del servicio, se puedan presentar al mercado turístico como modelo de referencia de alojamiento rural competitivo, facilitando al sector un marco legal para prestigiar el producto amparado y concediendo a los usuarios una mejor información sobre la calidad de los establecimientos ofertados bajo dicho distintivo. Como todo establecimiento que voluntariamente solicite esta marca, habremos de pasar las correspondientes auditorías anuales de equipamiento y servicio, control de calidad que la Administración contrata a una consultora externa, para asegurar el cumplimiento de los requisitos mínimos establecidos. La ley que regula la marca se encuentra en el Anexo 3 «Aldeas» Asturias calidad turística. Resolución 14 de enero de 2004. Y los parámetros a valorar mediante auditorías se especifican en el Anexo 4 Parámetros a valorar en las auditorías de equipamiento, instalaciones y gestión y servicio de la Marca "ALDEAS".

Por último, nos adheriremos al SCTE Destinos (SICTED), un producto tecnológico de Turespaña que proporciona un sistema integral y permanente de gestión de la calidad. Engloba a los municipios que forman parte del Club de Municipios de Excelencia Turística de la España Verde y del producto turístico " Villas Marineras". Para ello habremos de cumplir una serie de requisitos citados en el protocolo de adhesión en el Anexo 5 Protocolo de adhesión de empresas/servicios turísticos al SICTED, como por ejemplo los procesos y evaluaciones que nos serán exigidos. En Cudillero 28 empresas han unido sus esfuerzos junto con los servicios turísticos municipales, en la implantación SICTED y derivado de ello las recomendaciones recogidas en el Manual de Buenas Prácticas (SICTED Buenas Prácticas).



3.6 Trámites legales y Constitución

3.6.1 Forma Jurídica

Primeramente, el objetivo de esta parte del plan es averiguar las diferentes formas jurídicas entre las que podemos elegir para constituirnos como sociedad, estudiar sus ventajas e inconvenientes y una vez tenidos en cuenta todos los factores implicados elegir la forma jurídica más conveniente.

3.6.1.1 Empresario Individual

Se define como una persona física que realiza una actividad comercial, profesional o industrial en nombre propio y a través de una empresa y ha de responder frente a terceros de forma ilimitada.

En nuestro caso esta forma jurídica queda descartada desde un principio pues no se puede elegir debido a que el negocio se va a poner en marcha por dos socios. Y además de la desventaja de que responde ante terceros con el patrimonio de la empresa y el propio.

3.6.1.2 Comunidad de Bienes

Consiste en que la propiedad de una cosa o derecho pertenece pro indiviso a varias personas. Para esto debe de haber un contrato privado donde se especifiquen las aportaciones y el porcentaje que cada comunero tiene en la Comunidad de Bienes.

Sus principales ventajas son la rápida de constituir pues carece de personalidad jurídica propia y que se puede solicitar la división de los bienes comunes en cualquier momento. Su principal inconveniente es que los socios responden frente a terceros de forma ilimitada.

3.6.1.3 Sociedad Civil

Esta sociedad consiste en que dos o más personas firman un contrato poniendo en común dinero bienes o industrial.

Tiene como ventaja que no es necesario aportar un capital mínimo, y como principal inconveniente el que los socios responden ilimitadamente. Además también cabe mencionar que si los pactos de la sociedad son públicos existirá personalidad jurídica y si son secretos se regirá igual que una comunidad de bienes.

3.6.1.4 Sociedad Anónima

Esta sociedad tiene personalidad jurídica propia y es de tipo mercantil y capitalista. Su capital social está dividido en acciones y tiene que ser como mínimo de 60.101,21€.

Sus principales características son:

- Al constituirse se formaliza en escritura pública y se inscribe en el Registro Mercantil.
- En el momento de la constitución al menos un 25% del capital debe de estar suscrito y desembolsado.
- Las acciones en que se divide el capital son de transmisión libre después de que se ha inscrito en el Registro Mercantil.
- El capital puede ser dinero bienes o derechos que puedan ser valorados económicamente.



- Las acciones no son divisibles y pueden ser nominativas o al portador.
- Está compuesta por dos órganos: la Junta General y los administradores.
- La principal ventaja que nos ofrece esta forma jurídica es que la responsabilidad es limitada y solo se responde con el capital aportado.

3.6.1.5 Sociedad Limitada

Este tipo de sociedad converge en algunas de sus características con la Sociedad Anónima, por eso nos centraremos en aquello en que difiere:

- El capital social mínimo es de 3.005,06€ y está dividido en participaciones iguales que en ningún caso podrán llamarse acciones.
- El capital deberá ser desembolsado íntegramente en el momento de constitución de la misma.
- Cuando un socio abandona la sociedad tienen preferencia para adquirir las participaciones de éste los demás socios o la propia sociedad.

Con este tipo de sociedad además de que la responsabilidad es limitada, también encontramos la ventaja de que el capital mínimo es bastante menor. Con lo cual esta forma jurídica parece ser de momento la más ventajosa para nosotros.

3.6.1.6 Sociedad Limitada Nueva Empresa

Esta sociedad es una especialidad de la Sociedad Limitada, tan solo que los trámites de constitución se pueden hacer vía telemática con lo cual son mucho más ágiles. No obstante, presenta algunas limitaciones con respecto a la Sociedad Limitada que son las siguientes:

- Sólo podrán ser socios las personas físicas, con un máximo de 5 socios.
- El capital social de la SLNE será de un mínimo de 3.012€ y un máximo de 120.202€.
- La denominación social se compondrá de los apellidos y nombre de uno de los socios fundadores y de un código alfanumérico, figurando también la indicación de "Sociedad Limitada Nueva Empresa".
- Su objeto social es genérico.

Una de las preguntas que cabe hacerse es si es necesario constituirse en breve o si se puede esperar. En nuestro caso, no necesariamente necesitamos constituirnos rápidamente por lo que realizaremos los trámites de manera tradicional, descartaremos esta opción y así la sociedad no se verá condicionada en el futuro por las restricciones que acabamos de ver.

3.6.1.7 Sociedad Colectiva

Esta sociedad es mercantil y de tipo personalista. Los socios, en nombre colectivo y bajo una razón social participan cada uno en el porcentaje que decidan en los derechos y obligaciones de la sociedad. Sus principales características son:

- Se responde subsidiaria, personal, y solidariamente de las deudas sociales.
- No hay un mínimo para el capital social.
- Habrá un mínimo de dos socios.
- Los socios que aportan bienes son socios capitalistas y los que aportan trabajo, servicios o actividad socios industriales.



Con respecto a esta opción, aunque apreciamos que ofrece alguna ventaja como que no existe mínimo de capital social, la hemos descartado ya que tal y como se ha comentado anteriormente se ha decidido limitar la responsabilidad.

3.6.1.8 **Sociedad Comanditaria Simple**

Esta sociedad es de tipo mercantil y personalista. Su principal característica es la presencia de dos tipos de socios. Los socios colectivos solo aportan capital y trabajo y responden subsidiaria, personal y solidariamente de las deudas sociales. Por otra parte, los socios comanditarios solo aportan capital y su responsabilidad se limita a su aportación.

Este tipo de sociedad también quedaría descartada pues en nuestro caso los socios serían también trabajadores con lo cual deberían ser socios colectivos y su responsabilidad sería ilimitada.

3.6.1.9 **Sociedad Comanditaria por Acciones**

Esta sociedad principalmente se diferencia de la anterior en que el capital social está repartido en acciones. Además, al menos uno de socios debe ser el administrador de la sociedad teniendo éste y el resto de socios colectivos responsabilidad ilimitada.

Por ello, esta forma jurídica tampoco es de nuestro interés.

3.6.1.10 **Sociedad Laboral**

Se trata de un Sociedad Anónima o Limitada en la que al menos un 51% del capital pertenece a los trabajadores de la empresa, a los que se retribuirá de forma personal y directa, siendo su relación laboral por tiempo indefinido. Algunas de sus características son:

- Debe estar constituida al menos por tres socios.
- Las acciones pueden ser de dos clases, de clase laboral que pertenecen a los trabajadores y de clase general que no pertenecen.
- Los trabajadores con contrato indefinido que adquieran acciones o participaciones de clase general podrán exigir a la sociedad la inclusión de las mismas en la clase laboral.
- Los socios no podrán tener en acciones o participaciones más de la tercera parte del capital social.

Aunque esta forma jurídica en principio sí que encaja con nuestra idea pues se limita la responsabilidad de los socios, queda también descartada pues la empresa tendrá dos socios y en la Sociedad Laboral debe de estar constituida al menos por tres.

3.6.1.11 **Conclusiones**

Después de analizar las diferentes formas jurídicas así como sus principales características concluimos que la que mejor encaja en nuestras necesidades es la Sociedad de Responsabilidad Limitada.

Esta decisión está fundamentada en varias razones. En primer lugar nuestra sociedad se va a componer por dos socios lo cual impone una restricción para acogerse a determinadas formas jurídicas como por ejemplo la sociedad laboral o cooperativa que quedan por tanto descartadas. Otro aspecto importante es el dinero del que se dispone, factor clave para que nos decantemos por la Sociedad de Responsabilidad Limitada y no por la Sociedad Anónima ya que en ésta última el capital mínimo es mucho mayor. Uno de los factores más importantes es la responsabilidad que se desea asumir, en nuestro caso se quiere limitar la responsabilidad al



capital aportado. Por tanto, las formas jurídicas en que se responde también con el patrimonio personal las hemos descartado. Por último cabe hacer hincapié en que no tenemos una excesiva prisa en constituirnos por lo que nos hemos decantado por la Sociedad de Responsabilidad Limitada en vez de por la Sociedad de Responsabilidad Limitada Nueva Empresa.

3.6.2 Trámites Obligatorios de Constitución de una Sociedad Limitada

Una vez decidida la forma jurídica como Sociedad Limitada, estudiaremos aquellos pasos que habrá que seguir para inscribir la sociedad en las diferentes entidades públicas.

Los trámites que obligatoriamente se deberán seguir para constituir la sociedad son los siguientes, como posteriormente detallaremos:

- Solicitud del Certificado de Denominación Social
- Depósito en entidad bancaria del capital social
- Redacción de Estatutos y firma de la Escritura de Constitución
- Solicitud del CIF provisional
- Pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales
- Inscripción en el Registro Mercantil
- Solicitud CIF definitivo, Declaración Censal e I.A.E
- Solicitud Código Cuenta de Cotización y alta de trabajadores
- Obtención Licencia Actividades expedida por ayuntamiento

3.6.2.1 Solicitud del Certificado de Denominación Social

El primer paso que tendremos que dar consiste en obtener del Registro Mercantil Central el *Certificado Negativo del Nombre*. Esta certificación acredita que la denominación social con la que se quiere inscribir la sociedad no figura inscrita, es decir, asegura que el nombre elegido para la sociedad no coincide con el de ninguna otra.

Se debe presentar una instancia oficial con los nombres elegidos que serán como máximo tres y los pondremos por orden de preferencia. Este trámite se debe realizar antes de ir al notario y además es muy importante tener en cuenta que la validez del nombre que nos conceden es de tres meses hasta que se otorgue la escritura de constitución, si transcurre más sería necesario renovarlo. También deberemos tener en cuenta que la reserva de nombre es de quince meses. El plazo que nos llevará realizar este trámite es de aproximadamente una semana.

El nombre que hemos escogido para la empresa es Edén S.L.

3.6.2.2 Depósito en Entidad Bancaria del Capital Social

Una vez que tengamos el certificado mencionado anteriormente, deberemos acudir a una entidad bancaria para abrir una cuenta a nombre de Edén S.L. En nuestro caso como es una Sociedad de Responsabilidad Limitada deberemos desembolsar el capital íntegramente. La entidad nos facilitará un certificado que posteriormente se deberá entregar al notario y en el que figurarán las personas que han realizado el depósito y la cuantía. Después podrá utilizarse el dinero ingresado.

3.6.2.3 Redacción de Estatutos y Firma de la Escritura de Constitución

Llegados a este punto deberemos redactar los estatutos que son las normas que van a regir la sociedad. En ellos se recogerán: Nombre de la sociedad, objeto social, capital social,



domicilio social, régimen de participación de cada socio, necesidad de estar colegiado o inscrito en algún tipo de registro, duración de la sociedad en el caso de que se quiera limitar, inicio de las operaciones sociales, duración del órgano de administración si se establece un plazo determinado y retribución del cargo de administrador si éste va a ser retribuido.

Posteriormente a la redacción de los estatutos deberemos pasar por el notario para firmar la escritura de constitución de la sociedad, para ello deberemos presentar las certificaciones anteriores (certificado de denominación del Registro Mercantil Central, certificado bancario y Estatutos Sociales) y el D.N.I de todos los socios.

3.6.2.4 **Solicitud del CIF Provisional**

Una vez que tengamos la escritura de constitución solicitaremos el CIF mediante la presentación en cualquier administración de Hacienda del modelo 036. Necesitaremos una copia de la escritura y fotocopia del DNI del representante de la Sociedad.

3.6.2.5 **Pago del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales**

Este impuesto grava entre otras cosas la constitución de una sociedad. Tendremos que pagar el 1% del capital inicial que pongamos en los estatutos.

Los documentos que deberemos presentar son:

- Primera copia y copia simple de la escritura de constitución.
- Fotocopia del CIF provisional.
- El lugar al que tendremos que ir para presentar estos documentos es a la Consejería de Hacienda, y el plazo, treinta días hábiles a partir del otorgamiento de la escritura.

3.6.2.6 **Inscripción en el Registro Mercantil**

Llegado este momento deberemos inscribir a Edén S.L. en el Registro Mercantil de Asturias para que así la sociedad adquiera plena capacidad jurídica. El Registro Mercantil al que hay que acudir es el correspondiente al domicilio social que hayan fijado los estatutos, en nuestro caso está ubicado en calle del Mayorazu, número 4, en Oviedo.

También deberemos tener en cuenta que hay que pagar una provisión de fondos al hacer la entrega, y el resto se abonará cuando se retire.

El plazo con el que contaremos es de dos meses desde el otorgamiento de la escritura de constitución por el notario, y deberemos presentar la siguiente documentación:

- Certificado de denominación del Registro Mercantil Central.
- Primera copia de la Escritura.
- Ejemplares del modelo 600 (ITP) abonado anteriormente.

3.6.2.7 **Solicitud CIF Definitivo, Declaración Censal e I.A.E**

Par retirar el CIF definitivo tenemos un plazo de treinta días a partir del otorgamiento nos servirá para identificar a la sociedad a efectos fiscales. El lugar al que tendremos que acudir es la Delegación de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria de Oviedo.

Los documentos a presentar son:

- Impreso del modelo 036.



- Copia simple de la escritura de constitución.
- Fotocopia del D.N.I del socio o del poder notarial del apoderado.

En cuanto al Impuesto de Actividades Económicas, es un tributo de carácter local que grava el ejercicio de actividades empresariales, profesionales o artísticas. Además se necesita un alta para cada actividad que se va a ejercer.

En nuestro caso como la normativa actual establece que las sociedades que tengan un importe neto de la cifra de negocios inferior a un millón de euros estarán exentas del pago, no estaremos obligados al pago.

Para el caso en que se está exento del pago se debe presentar el modelo 036 de la Declaración Censal. De modo, que este será este el modelo que utilizaremos, tendremos un plazo de 10 días hábiles antes del inicio de la actividad. El lugar de presentación es la Delegación de la Agencia Estatal de la Administración.

3.6.2.8 **Solicitud Código Cuenta de Cotización y Alta de Trabajadores**

Este trámite sólo debe hacerse cuando se va a contratar algún trabajador. El objetivo es que la Seguridad Social nos asigne un Código de cuenta de cotización que será válido para toda la vida de la empresa.

Será necesario presentar:

- Impreso de inscripción de empresas por triplicado.
- Copia de la escritura de constitución.
- Impresos de alta del trabajador contratado.
- Alta en I.A.E.

Se debe presentar antes de que los trabajadores comiencen su actividad, y el lugar de presentación será la Tesorería General de la Seguridad Social.

3.6.2.9 **Otros Aspectos Legales**

- Licencia de obra mayor y licencia de actividad: Se deben presentar antes de realizar las obras, y una vez concedida la licencia tendremos seis meses para llevar a cabo su ejecución. El lugar de presentación es el Ayuntamiento de Cudillero (Gerencia Municipal de Urbanismo).
- Inscripción de la empresa en el Sistema Seguridad Social: mediante la Dirección General de la Tesorería General de la Seguridad Social.
- Comunicación de apertura del centro de trabajo: Se tramitará en la Dirección Territorial de Empleo en el plazo de 30 días desde el inicio de la actividad.
- Adquisición y sellado de los libros de visita: en la Inspección Provincial de Trabajo y Seguridad Social.
- Autorización de apertura y clasificación turística: depende del Registro General de la Administración del Principado de Asturias. Concedida la autorización, la Administración turística autonómica facilitará al titular del establecimiento el libro de inspección, y las hojas de reclamaciones, y procederá de oficio a inscribir el establecimiento en el Registro de empresas y actividades turísticas (inscripción gratuita). Para más detalles, en el Anexo 2 DECRETO 143/2002, de



14 de noviembre, de Alojamientos de Turismo Rural, en el capítulo VI se muestra el procedimiento paso a paso.



Capítulo 4. Recursos Humanos

El plan de recursos humanos concretará el capital humano necesario para la creación de la empresa y su viabilidad. Para desarrollarlo será necesario cuantificar las necesidades de personal y decidir la estructura organizativa que adoptará la empresa.

A partir de ello, será necesario definir los puestos de trabajo y sus funciones, diseñar el organigrama de la empresa, y por último la política de contratación.

Aunque la empresa se inicia tan solo con sus socios se estudiará este pequeño plan en vista de las necesidades del futuro o la posibilidad de encargar la empresa a una tercera persona.



4.1 Necesidades de personal

En los primeros años de vida de Edén S.L. tan solo sus 2 socias formarán su capital humano y serán ellas quienes asuman las diferentes funciones necesarias para la puesta en marcha de la empresa. No se contempla ninguna contratación y el trabajo de los socios será a cuenta de la distribución futura de beneficios.

En los primeros años hemos decidido evaluar la marcha de la empresa sin asumir el elevado coste que puede suponernos invertir en capital humano. Por ahora se subcontratará el servicio de actividades de ocio a empresas de turismo activo que operen en Cudillero y que poseen la experiencia necesaria para ello. Una vez entre en funcionamiento la empresa se estudiará si nos será rentable invertir en capital humano para ofrecer nosotros tal servicio. Se estimará la demanda de aquellos clientes que deseen contratar actividades de ocio basándonos en el histórico de los primeros años de vida de la empresa y a partir de ahí nos será posible estimar si será rentable que nosotros contratemos y formemos personal profesional como guías turísticos y monitores. Por ahora, al inicio del negocio, mediante la subcontratación de este servicio percibiremos una comisión del 10% sobre los precios de venta al público que hemos negociado con estas empresas de turismo activo.

Realizaremos una pequeña previsión de las necesidades de personal en el futuro por si los socios en el tiempo decidiesen encargar la responsabilidad de la sociedad a terceras personas.



4.2 Socios

Edén S.L. estará compuesta por 2 socios, D^a Sara Andrés Solana y D^a Elena Andrés Solana, los cuales serán responsables de las aportaciones dinerarias y no dinerarias, siendo esta última la casa rural.

Tal como marca la legislación, la persona titular, en este caso D^a Sara Andrés Solana, se encontrará permanentemente en el núcleo de población donde radique el establecimiento y por ello tal socia será residente en Cudillero.

Puesto que en un intento de contener los gastos se ha decidido al inicio del negocio no contemplar ninguna contratación, los socios llevarán cabo las funciones de los diferentes puestos de trabajo, como posteriormente se detallarán.

Ambas socios poseen conocimientos y experiencia en el sector de turismo, como se puede ver en los curriculums adjuntos en el Anexo 7 Curriculum Vitae Socios, donde, entre otros, también observamos manejo del inglés, de informática y conocimientos empresariales como parte de su formación. Además, será fundamental seguir formando a los socios como profesionales.



4.3 Funciones

Puesto que nosotros solamente ofreceremos el servicio de hospedaje, a continuación se describen las diferentes áreas de la empresa así como sus respectivas funciones. Las áreas de la empresa serán: recepción, limpieza, servicio técnico, administración y comercial.

- Recepción
 - Gestión de habitaciones: entradas y salidas, catering de bienvenida, reposición de productos gastronómicos y de higiene, control de la casa, ...
 - Gestión de clientes: servicio de asistencia e información, reservas, facturación, cobros,...
 - Gestión a través de internet: atención y actualización de todos los medios donde nos publicitamos.
 - Gestión telefónica: las funciones de gestión de clientes en caso que el cliente desee hacerlo vía telefónica.
 - Adquisición y supervisión de los productos gastronómicos y de higiene.
- Limpieza
 - Limpieza y aseo del establecimiento.
 - Lavandería de ropa de habitaciones y clientes.
 - Puesta a punto de ropa de habitaciones y clientes.
- Servicio técnico
 - Mantener al día y en perfecto estado todas las instalaciones.
 - Llevar a cabo las funciones preventivas (conservación).
 - Llevar a cabo las funciones correctivas (reparación).
 - Asegurar las instalaciones contra cualquier tipo de siniestro.
- Administración
 - Gestión fiscal.
 - Contabilidad.
 - Tesorería.
 - Control financiero.
- Comercial
 - Publicidad.
 - Ventas.
 - Relaciones públicas.

En cuanto a los otros 2 servicios de restauración y actividades de ocio, puesto que al inicio del negocio se subcontratan, habrá que controlar y supervisar tales contrataciones como por ejemplo mediante cuestionarios de satisfacción del cliente.



4.4 Organigrama

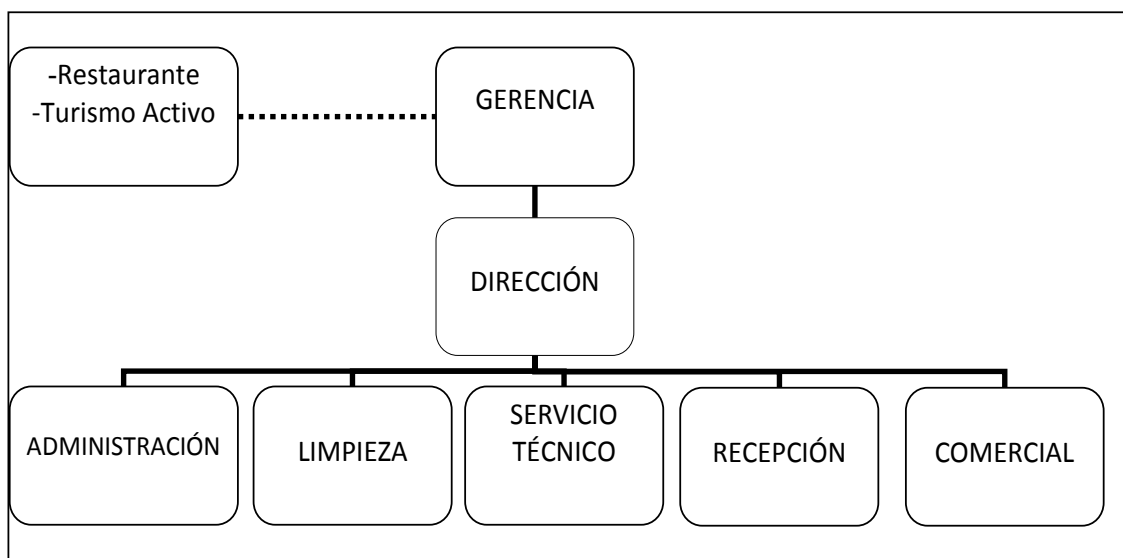
Una vez definidas las funciones, el organigrama general de Edén S.L. quedaría como sigue en la Figura 4.1 Organigrama. De este modo, de forma gráfica se refleja la estructura que tendrá la empresa. En él se pueden ver la división de funciones según departamentos, así como las relaciones entre ellos.

El reparto de funciones entre los socios durante los primeros años se ha previsto de la siguiente forma:

- Sara Andrés Solana: Gerencia, Dirección y Recepción.
- Elena Andrés Solana: Comercial, Administración, Limpieza y Servicio técnico.

En el futuro será útil para definir los puestos de trabajo a la hora de hacer contrataciones y ampliar plantilla.

Figura 4.1 Organigrama



Fuente: Elaboración propia



4.5 Política de contratación y subcontratación

Consciente de que en el futuro será necesario ampliar el personal de la empresa, a continuación definiremos las necesidades futuras de recursos humanos:

- Personal de limpieza: encargar la limpieza, aseo, lavandería y puesta a punto a una mujer de limpieza, en función de la demanda de alojamiento.
- Guías turísticos: contratar como guías turísticos a profesionales con experiencia y cualificación que organicen las actividades de ocio.
- Monitores: contratar como monitores a profesionales con experiencia y cualificación que organicen las actividades de ocio.
- Administración: contratar a quien lleve todas las funciones administrativas de la empresa debido a su pequeño volumen.

En cuanto a las condiciones de contratación o subcontratación será las siguientes:

- Personal de limpieza: Puesto que las necesidades variarán según temporada y demanda, se subcontratará a una empresa de limpieza sus servicios para disponer de una mujer de limpieza solo en los días o periodos cuando lo requiramos.
- Guías turísticos y monitores: En principio tendrán un contrato temporal en función de la demanda en cada temporada. Renovación cada 6 meses si su trabajo ha sido apto.
- Administración: A la larga probablemente nos convenga subcontratar la administración a una asesoría.



Capítulo 5. Plan de Marketing

El plan de marketing supone la puesta en práctica de la idea, en este caso de crear una casa rural con actividades de ocio. Además su base tendrá en un conocimiento lo más exacto posible del mercado para que poder diseñar unos servicios que consigan satisfacer las necesidades del cliente y así llegue a adquirirlo.

Para que el plan de marketing cumpla su objetivo, haremos referencia a las conclusiones que se han extraído del análisis del sector y del análisis DAFO realizados. De esta forma se podrá decir que las decisiones se han tomado a partir de un proceso objetivo.

Una de las maneras más eficaces de llevar a cabo este plan es siguiendo las cuatro políticas o instrumentos del marketing mix para estudiar las variables estratégicas de los factores o medios de acción de nuestro proyecto: producto, precio, distribución y comunicación.



5.1 Política de Producto

5.1.1 Introducción

El producto es la variable del marketing mix de mayor importancia, ya que es el eje que articula a todos los demás estableciéndose los restantes parámetros en función de este. El producto tiene que resultar estimulante ante la oferta, pues será el que verdaderamente se compre, y necesita crear la necesidad en el consumidor, convirtiéndose en el motor de la acción comercial. Dividiremos este apartado en tres: Público objetivo, conjunto de servicios y complementos para los servicios.

5.1.2 Público Objetivo

En primer lugar, definiremos la demanda a la que nos dirigiremos a partir de la información que obtuvimos del sector. La demanda en el turismo rural desea romper su vida cotidiana y se aleja de los viajes estandarizados, es ante todo independiente y su principal motivación es la tranquilidad, la naturaleza y la cultura. Exige unos mínimos de calidad y una alta concienciación en los temas medioambientales, por lo que deben ser 2 aspectos fundamentales a cubrir por nuestro producto. Como se analizó en el apartado 2.2.5.8 Perfil del Cliente, la demanda de turismo rural actual se caracteriza por un cliente con capacidad adquisitiva, nivel cultural medio-alto, de edades comprendidas entre los 25 y 45 años, con procedencia urbana, activos, sensibles con los espacios rurales y busca principalmente acercamiento a la vida tradicional y a la población local. Cada vez es más exigente y también participativo en diseñar su estancia. Mayoritariamente, viaja en pareja y familia. Es importante comentar que el cliente considera también clave el equipamiento del alojamiento así como su limpieza. Otro aspecto es que para la búsqueda y reserva de alojamiento el cliente prefiere que sea a través de internet y teléfono. Los turistas madrileños, asturianos y vascos son los que encabezan el turismo rural en Asturias, suponiendo más del 50% del total.

Por todo esto, el producto que diseñemos debe satisfacer estas características de la demanda. Hemos decidido centrar nuestro público objetivo prácticamente en las mismas características descritas ya que supone el más fiel perfil del turista rural. En la siguiente Tabla 5.1 Perfil del público objetivo se recoge el mismo.

Tabla 5.1 Perfil del público objetivo

RANGO DE EDAD	De 20 a 40 años, con especial atención de 20 a 35 años (son los turistas más activos).
NIVEL SOCIO-ECONÓMICO	Medio-alto.
SITUACIÓN PROFESIONAL	Ocupados.
PROCEDENCIA	Urbana y con especial atención a los residentes en Madrid, Asturias y País Vasco.
TAMAÑO	Especialmente grupos y familias. También parejas.
MOTIVOS DEL VIAJE	Búsqueda de la naturaleza, cultura y de un turismo activo y de ocio.

Fuente: Elaboración propia

5.1.3 Conjunto de Servicios

La supervivencia del turismo en el entorno rural no debe depender de la comercialización de un único producto y debe basarse en la comercialización de todo un territorio, organizado turísticamente. También es importante matizar que atendiendo a la tangibilidad, lo que se va a producir son servicios y por tanto no disponen de una forma y contenido físico real sino que deben realizarse mediante la ejecución de un procedimiento.

A continuación, en la Tabla 5.2 Conjunto de servicios, identificaremos los diferentes servicios dotados de una forma y contenido preciso. Una vez establecidos, más adelante en el posterior apartado 5.1.4 Complementos para Servicios, para cada uno de estos servicios básicos configuraremos aquellas características o atributos que lo doten de atractivo.

Los conjuntos de servicios son los que se pueden ver como sigue:



Tabla 5.2 Conjunto de servicios

SERVICIOS	MERCADO
Hospedaje	El servicio principal que se ofrece es el hospedaje en una casa de aldea con un entorno natural y rural, en el pintoresco pueblo de pescadores Cudillero. Se ofrecerá mediante el alquiler íntegro de la casa. La categoría es la máxima, de 3 trísqueles y su capacidad máxima de 8 plazas más 2 camas supletorias.
Restauración	Servicio de restauración que ofrece la gastronomía local y cubre el servicio de desayuno, comida y cena. Mediante 2 opciones: en restaurantes y cafeterías o por encargo para llevarlo a la casa. Servicio de carácter opcional.
Actividades de ocio	Se ofrecen actividades de ocio dirigidas a los clientes de los alojamientos. Se basarán en la naturaleza, el deporte, la cultura y la tradición. Servicio de carácter opcional.

Fuente: Elaboración propia

Respecto al primer servicio, hospedaje, los detalles de la casa y entorno que caracterizan el hospedaje se describieron en los apartados 3.1 Localización y 3.2 Descripción de la casa.

Es importante indicar que nuestro servicio base y principal es el hospedaje mientras que los servicios de restauración y actividades de ocio añadirán más valor a la estancia y nos diferenciarán de la competencia, no obstante, son opcionales sin comprometer al cliente a su contratación y su coste no va incluido en el precio del alojamiento. Estos 2 últimos, al principio de la vida de nuestro proyecto serán subcontratados a empresas de la zona que llevan años de experiencia ofreciendo tales servicios. Se ha pactado un acuerdo económico donde percibamos en torno a un 10% de comisión por el precio al público que ofrecen.

En cuanto al segundo servicio, restauración, puesto que Asturias goza de una extendida fama en su gastronomía de alta calidad el cliente podrá cubrir los desayunos, comidas y cenas mediante una serie de restaurantes y cafeterías que haremos conocer al cliente y con algunos de los cuales tendremos un acuerdo para que el precio del cliente incluya un descuento acordado con cada una de las empresas de restauración. Además, ofreceremos diferentes tarifas para que el cliente pueda elegir. Otra opción que ofrecemos es el encargo del desayuno y comidas tradicionales para llevar si el cliente desea comer en casa.

La gastronomía de Cudillero es muy rica, destacando los productos más típicos de la denominada 'cocina pixueta', embutidos, quesos, pescados y mariscos del mar Cantábrico como la merluza del pincho, 'el pixín' (rape), el besugo, el pulpo, los pescados de roca y los mariscos de la zona. Como plato característico y artesano en Cudillero destaca el curadillo. También destacan otros platos representativos de la cocina local como la fabada, 'el pitu de caleya' y mariscos como andaricas, centollos, percebes y oricios. En cuanto a postres, destaca el arroz con leche, el requesón, 'las bullinas' o empanadillas con relleno dulce, las natas de aldea, 'los franxuelos o frixuelos' y 2 recientes iniciativas en repostería: la recuperación del turrón 'de tabique' y el primer pastel típico del concejo, 'los pixuetinos'. Además, la



gastronomía es exaltada 2 veces al año en el Festival del Curadillo, organizado por el Restaurante Mariño, en la Concha de Artedo (de 1 a 15 de marzo) y las Jornadas Gastronómicas de la Merluza (9 a 18 de abril).

El tercer y último servicio, son las actividades de ocio. El objetivo es ayudar a conseguir una ocupación más constante durante el año y consideramos decisivas estas actividades en la rentabilidad del alojamiento. Las actividades ocio organizadas que ofrecemos son las siguientes tal como se describen una a una:

- Senderismo

Cudillero cuenta con varias rutas marcadas para la práctica del senderismo o excursiones, con diferentes grados de nivel y recorrido. Ofreceremos la posibilidad de contratar las siguientes expuestas en la Tabla 5.3 Programa de senderismo.



Tabla 5.3 Programa de senderismo

PROGRAMA SENDERISMO
<p>CUDILLERO-EL PITO-CUDILLERO</p> <p>Preciosa ruta de 6 kilómetros aproximadamente con una dificultad baja, de una duración de 1 hora y media, en la que se disfrutará del pueblo de Cudillero, Piñera, El Pito, con el conjunto palaciego, la zona de La Atalaya, para, finalmente, regresar de nuevo a Cudillero. Durante su recorrido el visitante podrá apreciar algunos de los monumentos más interesantes del concejo de Cudillero, como pueda ser el Conjunto Palaciego de los Selgas, entre otros.</p>
<p>LAMUÑO-LA CONCHA-LAMUÑO</p> <p>Esta preciosa ruta de dificultad baja, con una distancia de 9,63 Km, llevará a descubrir parajes naturales del municipio de Cudillero, tanto de interior como de costa. En su recorrido se disfrutará de la Playa La Concha de Artedo, una de las más hermosas playas del occidente asturiano.</p>
<p>OVIÑANA-SAN PEDRO-OVIÑANA</p> <p>Esta ruta que discurre por los pueblos de Oviñana y San Pedro tiene una distancia de 5 km aproximadamente y una dificultad baja. En ella podrán verse los verdes del valle así como impresionantes imágenes del Mar Cantábrico. En su recorrido también se disfrutará de la bonita playa de San Pedro, una de las más turísticas de la zona que recientemente ha obtenido la prestigiosa distinción Q de calidad turística.</p>
<p>SOTO DE LUIÑA-SAN MARTÍN-SOTO DE LUIÑA</p> <p>Esta ruta por zona interior del municipio de Cudillero, de unos 7 km aproximadamente y de dificultad baja, llevará a descubrir aspectos culturales de la zona, como el Camino de Santiago de la costa, la iglesia parroquial de Santa María de Soto de Luiña (Bien de Interés Cultural) o la iglesia de San Martín con sus inscripciones alusivas a la cultura vaqueira.</p>
<p>BALLOTA-SANTA MARINA-BALLOTA</p> <p>Esta ruta, que recorre los pueblos de Ballota y Santa Marina, zona occidental del municipio, tiene una distancia total de 6.38 km y es de dificultad baja, como todas las anteriores. Es, de todas, la ruta más artística, donde podrá admirar esculturas, lienzos y pinturas de prestigiosos artistas de la zona.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de www.cudillero.org



– Aventuras a caballo

Las rutas a caballo transcurren por parajes de máxima belleza de Asturias. Para seguridad, en toda ruta siempre se lleva un vehículo de apoyo y se estará cubierto por un seguro de responsabilidad civil. Las rutas se ofrecen por horas o por un día completo con opción a contratar la comida. Ofreceremos los diferentes niveles de jinete:

- Nivel bajo: paso.
- Nivel medio: paso y trote.
- Nivel alto: paso, trote y galope.
- Rutas, paseos, excursiones y alquiler de caballos para niños y adultos.

– Paseos, pesca y excursiones en barco

Ofrecemos paseos en barco por el litoral Cantábrico, pesca, buceo, etc., ofreciendo amplios servicios y todo tipo de material necesario para la actividad. En cuanto a las embarcaciones, además de paseos también ofrecemos la posibilidad de realizar cenas durante los paseos, despedida de solteros/as u otra posibilidad a convenir.

– Visitas guiadas

Un equipo de guías profesionales titulados en Turismo son expertos en diferentes recorridos y visitas culturales para dar a conocer de una manera real e integradora la esencia de la tierra asturiana. Tanto en grupo como de manera individual, ofrecemos la posibilidad de conocer parte del Principado de Asturias de manera sencilla, con visitas relajadas y agradables a través de su historia, paisaje, gastronomía o arquitectura.

Toda programación es adaptada a cada cliente en función de sus intereses, del tiempo de estancia y circunstancias más personales como edad, nacionalidad, sus inquietudes religiosas, gastronómicas, etc. Además de la programación habitual será considerada cualquier solicitud específica o no contemplada en el programa. A continuación se describen las visitas culturales guiadas programadas según la Tabla 5.4 Visitas guiadas.



Tabla 5.4 Visitas guiadas

VISITAS GUIADAS
<p>EXCURSIONES COMARCA VAQUEIRA</p> <p>Excursiones personalizadas en la Comarca Vaqueira y sus alrededores (Cudillero, Luarca, Tineo, Salas, Pola de Allande, Cangas del Narcea, Corias...). Incluye autobús, museos, comidas tradicionales y guía con acreditación oficial del Principado de Asturias. Grupos: Todo el año. Individuales: 15 de julio a 15 de septiembre.</p>
<p>PROGRAMA ESPECIAL SENDERISMO CUDILLERO</p> <p>Visitas guiadas en el concejo de Cudillero. Este servicio permanece activo durante todo el año y no sólo en época estival. No requiere un número mínimo de participantes. Iniciativa del Plan de Excelencia Turística en colaboración con Cudillero Turismo. Mañanas: 12:00h Viernes a Lunes. Tardes: 19:45h todos los días. Especial Valle Luiñas. Lunes 16:30h. Incluye tentempié en tienda/bar tradicional.</p>
<p>VISITA A LA GRANJA 'LA CUESTA'</p> <p>Excursión a una granja donde disfrutar de los animales (vacas, caballos, cabras, ovejas, gallinas, cerdos, burros, pony,...) y tareas propias de la granja con participación del visitante.</p>

Fuente: Elaboración propia a partir de www.cudillero.org

Aparte de las actividades programadas dentro del concejo de Cudillero, siempre que el cliente lo proponga estudiaremos la posibilidad de contratar otras actividades fuera del concejo como el famoso descenso del río Sella en canoa (a más de una hora). Y en cuanto a actividades que el cliente desee practicar por su cuenta, ponemos a su disposición la venta y alquiler de material.

Con el tiempo evaluaremos otras actividades de ocio como paint-ball, tiro con arco, curso de iniciación de escalada y otros deportes de aventura.

5.1.4 Complementos para Servicios

En este apartado, señalaremos para cada uno de los servicios básicos, expuestos anteriormente en la Tabla 5.2 Conjunto de servicios, qué complementos se pueden añadir para enriquecerlos, diferenciarlos de la competencia y así poder alcanzar un mayor número de clientes. Éstos se muestran en la Tabla 5.5 Complementos para servicios.

El servicio básico es el que realmente tiene la capacidad de satisfacer la necesidad del cliente. El servicio formal es el que realmente se vende y está constituido por aquellos atributos que lo dotan de unos beneficios tangibles con respecto del que ofrece la



competencia. En el servicio ampliado se integran aspectos que realmente no configuran el servicio pero aportan aún una mayor diferenciación. Con todos estos atributos, servicio formal y ampliado, se pretende que con el tiempo el cliente perciba un valor elevado de calidad y marca.

Tabla 5.5 Complementos para servicios

SERVICIO BÁSICO	SERVICIO FORMAL	SERVICIO AMPLIADO
Hospedaje	<ul style="list-style-type: none">-Limpieza-Climatización centralizada-Wifi-TV plana y home cinema-Bonitas vistas-Bañera hidromasaje-Adaptación a minusválidos-Sala de juegos-Productos gastronómicos en la casa-Facilidades de reserva y pago-Servicio de información turística y de asistencia-Facilitar la estancia del turista extranjero-Seguridad	<ul style="list-style-type: none">-Trato personalizado-Elevada calidad-Basado en los valores tradicionales y locales-Confort-Compromiso con medio ambiente
Actividades de ocio	<ul style="list-style-type: none">-Potenciación del valor natural y cultural del entorno-Información acerca de las actividades que el cliente puede realizar por su cuenta e instalaciones-Alquiler y venta de útiles y de equipos destinados a las actividades deportivas	<ul style="list-style-type: none">-Compromiso con el medio ambiente



	<ul style="list-style-type: none">- Monitor o guía con conocimientos-Diseño personalizado por el cliente-Reserva	
Restauración	<ul style="list-style-type: none">-Productos gastronómicos-Catering en la recepción del primer día de llegada-Posibilidad de encargo de las comidas para llevar-Carta de comidas con diferentes rangos de tarifas	<ul style="list-style-type: none">-Calidad-Flexibilidad

Fuente: Elaboración propia

A continuación se detallan las características de cada uno de estos atributos. En primer lugar los relacionados con el servicio de hospedaje:

- Limpieza

El servicio de limpieza estará a disposición del cliente como máximo una vez al día si lo desea y siempre que confirme su solicitud con 24 horas de antelación. Está incluido en el precio de la estancia. Será durante las mañanas. Incluye limpieza de menaje y cocina, cambio de lencería cada 2 días, lavandería y aseo y orden de los objetos y ropa. Lo que pretendemos es competir con el completo servicio que suele caracterizar a la limpieza en los hoteles.

No obstante, los útiles de limpieza estarán a disposición del cliente por si le son necesarios en algún momento puntual durante la estancia, independientemente de la limpieza diaria.

- Climatización centralizada

La casa estará dotada de sistema de calefacción mediante paneles solares para calor con sistema de refrigeración por absorción para frío.

- Wifi

Conexión Wifi en toda la casa.

- TV plana y home cinema



El salón comedor y la sala de estar dispondrán de TV LED y home cinema para el descanso y entretenimiento de los clientes durante su estancia dentro de la casa. También en cada habitación habrá una TV de pantalla LCD de alta definición.

- Bonitas vistas

A unos kilómetros de la marinera aldea y su casco histórico, la casa ofrece vistas al paisaje rural, montañas y verdor que envuelve al turista en la tranquilidad, descanso y auténtica naturaleza.

- Bañera hidromasaje

Los baños dispondrán de una bañera hidromasaje para el relax de los clientes.

- Adaptación a minusválidos

La casa va a disponer de acceso adecuado para minusválidos y una habitación adaptada para los mismos.

- Sala de juegos

El hórreo, en el exterior de la casa, mantendrá su exterior antiguo y tradicional pero en su interior será rehabilitado como una sala de juegos donde los clientes tendrán billar, fútbolín y juegos de mesa, entre otros.

- Productos gastronómicos en la casa

Se incluirán en la casa algunos productos tradicionales de la provincia y localidad como unas botellas de sidra asturiana, mermelada casera, selección de embutidos o una tabla de quesos. Estarán incluidos en el precio de la estancia pero el fin es que posteriormente el cliente desee comprarnos más de estos productos y otros ofrecidos mediante un catálogo que dejaremos en la casa, bien productos que se deseen consumir durante la estancia o bien para llevárselo de regreso a sus hogares.

- Facilidades de reserva y pago

El pago podrá hacerse mediante diferentes vías: por transferencia bancaria o tarjeta de crédito. En la reserva será necesario pagar como señal como mínimo el 25% del total del importe y como máximo el 50%. El resto habrá de abonarse a la llegada a la casa.

Puesto que es el modo que prefieren los clientes, la reserva podrá realizarse mediante una llamada telefónica a nuestro número disponible en los medios donde nos anunciemos o también a través de internet rellenando un formulario que exigirá unos datos personales de los clientes y sus condiciones de alojamiento. La reserva online y pago podrán realizarse desde nuestra página web y los portales con opción a calendario de disponibilidad y pasarela de pago. Mediante la reserva el cliente obtendrá un código de cliente que le permitirá acceder a los detalles de la configuración de su estancia.

Una vez comprobado el pago, en caso de pago vía transferencia bancaria se exigirá al cliente copia del justificante de pago, procederemos a enviar al cliente el resto de información sobre la confirmación de su reserva y los detalles de nuestros servicios durante la estancia.

- Servicio de información turística y de asistencia



En todo momento estaremos a la disposición del cliente para, sin coste ni compromiso, informar y ofrecer asistencia, tanto en sus consultas, configuración de la estancia o incidencias mediante nuestro número de teléfono, dirección de correo electrónico y cuenta en facebook. La idea es cubrir también telefónicamente cualquier gestión que se ofrezca mediante nuestra web y portales donde nos anunciemos. Además, nuestro personal atenderá también en inglés.

Una vez efectuada la reserva, remitiremos automáticamente al cliente su justificante de pago y posteriormente vía carta y correo electrónico le haremos llegar de nuevo la confirmación de su reserva y ofreceremos información del alojamiento, los detalles y servicios a destacar en la estancia, información sobre la zona (incluido el entorno, costumbres y elementos históricos y culturales) y la posibilidad configuración de su estancia si el cliente lo desea.

- Facilitar la estancia del turista extranjero

Si previamente lo solicita, el turista tendrá a disposición los folletos y mapas en inglés. Nuestra web también aparece en dicho idioma si así se selecciona y nuestro personal de atención al cliente también lo hablará. Como parte de nuestro servicio personalizado, el cliente extranjero será atendido en aquello que necesite si previamente nos lo hace saber como por ejemplo la facilitación del acceso por transporte.

- Seguridad

Dispositivos de seguridad de la casa, caja de seguridad, sistema contra incendios y botiquín de primeros auxilios.

- Trato personalizado

El trato al cliente es uno de nuestros principales objetivos. Pero más que eso deseamos transmitirle un trato personalizado que le haga sentirse satisfecho, único y, si lo desea, participativo. En cada uno de nuestros atributos y servicios cuidaremos el trato personalizado al cliente de modo que reciba un trato directo y personal que cubra sus exigencias y todas sus necesidades. Como se ha comentado nuestra atención también será ofrecida en inglés en el caso de turistas extranjeros.

- Elevada calidad

Buscaremos una elevada calidad para atender las necesidades de los clientes y alentarles a repetir su experiencia, lo cual es esencial para mantener la viabilidad a largo plazo.

En el apartado 3.5 Calidad se describió la calidad ofrecida al cliente. Destacamos que en nuestra máxima categoría de trísqueles cuidaremos la calidad que vendrá garantizada principalmente por nuestra marca “Aldeas” y nuestra adhesión al SICTED (Sistema integral y permanente de gestión de la calidad). Los resultados se percibirán principalmente en las instalaciones, equipamiento, trato al cliente y servicios.

- Basado en los valores tradicionales y locales

Se integrará al cliente en las costumbres y tradiciones de la localidad y provincia, su gastronomía y cultura.

Por ejemplo, las instalaciones y decorado potenciarán la identidad rural. También ofreceremos la selección de productos tradicionales comentada anteriormente. Las



actividades de ocio complementarán este aspecto mediante la posibilidad de realizar visitas, excursiones y otras actividades características.

En nuestra web y cuenta facebook se ofrece todo tipo de información respecto a la localidad y provincia, sus principales atractivos, cultura, historia, entorno natural y actividades a realizar. Una vez el cliente efectúa la reserva también se le hace llegar vía correo postal este tipo de información.

- Confort

Se buscará la comodidad en el mobiliario a adquirir y un equipamiento completo del hogar. Algo interesante es que los colchones serán viscoelásticos y la ropa de cama incluirá nórdicos de pluma ligera que a su vez tendrá en cuenta la prevención de alergias comunes. Los baños y cocina estarán bien equipados. El suelo será parquet flotante sintético. Además, daremos opción a concretar con antelación cualquier otro elemento que el cliente nos indique (cuna, cama supletoria,...).

Por otra parte, la casa posee 2 terrazas y jardín equipados, donde disfrutar las noches del verano asturiano y para niños una pequeña área de recreo infantil. Dispone de aparcamiento propio.

- Compromiso con medio ambiente

A través de nuestros medios de comunicación informaremos al cliente de nuestro compromiso con el medio ambiente. Una de nuestras prioridades es desarrollar un turismo sostenible.

Para ello, concienciaremos al turista antes y durante su estancia respecto a su deber con el medio ambiente por ejemplo mediante una serie de mensajes relativos al cuidado del paisaje, flora y fauna, la prevención de incendios o el fumar, entre otros. Además, en la casa reciclaremos diferenciando por materiales. Habrá señalizaciones con mensajes clave en la casa respecto a no malgastar agua o luz, reciclar, etc. Todo ello estará regulado según las Buenas Prácticas Ambientales en el turismo rural. Respecto a los servicios de restauración y actividades de ocio subcontratados, cuidaremos que en todo momento garanticen y promuevan su respeto por el medioambiente.

En cuanto a eficiencia energética, por una parte se utilizarán bombillas de bajo consumo e interruptores de presencia que detecten el movimiento en las habitaciones. También destacamos el sistema de calefacción y agua caliente sanitaria mediante radiadores de agua alimentados por baterías eléctricas cargadas mediante paneles solares, con termostatos independientes para cada habitación y termostato único para las zonas comunes. De este modo no se excederá de la temperatura necesaria. Aunque supone una gran inversión, los retornos serán mayores gracias al ahorro de energía eléctrica lográndose amortizar ese coste inicial entre 15 y 20 años. Al utilizar un sistema de energía solar, se logra ahorrar el consumo mensual de electricidad que cada vez es más costosa, frente a la energía ilimitada provista por el Sol, con una sola inversión y 100% limpia.

Por otra parte, los atributos de las actividades de ocio son los siguientes:

- Potenciación del valor natural y cultural del entorno



Se resaltarán el valor natural del entorno y cultural. Una manera será de la forma que se ha detallado en el atributo del hospedaje que señala que recalcaremos los valores tradicionales y locales en la información que hacemos al cliente (folletos, Internet, etc.). Además, las visitas programadas atenderán a las zonas más destacadas por el valor del paisaje y por los activos culturales como pueden ser palacios, inmuebles religiosos, o focos patrimoniales, entre otros.

- Información acerca de las actividades que el cliente puede realizar por su cuenta e instalaciones

En la información que hacemos llegar al cliente vía web, folletos o cuenta facebook tendremos un apartado donde indicaremos qué actividades e instalaciones están al alcance del cliente, bien programados como los anteriormente descrito, o bien actividades que el turista desee realizar por su cuenta.

- Alquiler y venta de útiles y de equipos destinados a las actividades deportivas

Otra alternativa a la hora de proponer actividades deportivas al cliente, tanto aquellas actividades que pueda realizar por cuenta propia como aquellas que ofrezcamos mediante contratación, será el proporcionarle el alquiler y venta de los útiles y equipos que puedan ser necesarios para ciertos deportes. Por ejemplo, material de esquí, pesca o bicis.

- Monitor o guía con conocimientos

En todo momento cuidaremos que nuestra subcontratación de actividades de ocio sea dirigida por monitores o guías que presuman de precisos conocimientos sobre el entorno, cultura y la actividad a practicar así como de titulación.

- Diseño personalizado por el cliente

Desde el momento de la reserva y hasta una semana antes de su llegada, el cliente deberá elegir entre las diferentes propuestas de actividades de ocio a realizar. En cualquier momento, incluido durante su estancia, podrá modificar las opciones que decida a través de la web o teléfono.

- Reserva

En el caso de que el cliente desee asistir a algún espectáculo o actividad que exija la compra de entradas le facilitaremos tal servicio con antelación.

- Compromiso con el medio ambiente

Trabajaremos con empresas de actividades de ocio que garanticen el cumplimiento con la normativa medioambiental y respeten el mismo en todo momento.

Este atributo también se ha citado para el servicio de la estancia y su descripción también coincidirá para dicho atributo de las actividades de ocio de modo que el turista reciba concienciación de su deber con el medio ambiente.

Por último, los atributos del servicio de restauración son:

- Productos gastronómicos



Se comentó como atributo del hospedaje. Puesto que la restauración ofrece la posibilidad de encargar la comida hasta la casa también se ofrece la distribución de los productos gastronómicos típicos que el cliente desee comprar.

- Catering en la recepción del primer día de llegada

A la llegada del cliente en su primer día cuando sea recibido personalmente por nosotros le ofreceremos por nuestra gentileza un pequeño catering donde podrá degustar algunos de los productos más típicos de la gastronomía asturiana. Solo para estancias superiores a 2 pernoctaciones.

- Posibilidad de encargo de las comidas para llevar

El cliente tendrá a su disposición la posibilidad de comer en la casa comidas por encargo que el local servirá para llevar.

- Carta de comidas con diferentes rangos de tarifas

En la casa el cliente dispondrá de una carta con los diferentes locales donde comer e indicándose las diferentes categorías y tarifas.

- Calidad

El servicio de restauración ofrecerá siempre productos de calidad y su servicio también dará prioridad en un trato de calidad al cliente.

- Flexibilidad

Ofrecemos una amplia variedad de productos, así como de servicios opcionales y diferentes tarifas para adaptarnos al cliente. Cualquier acuerdo o preferencia no tratada que el cliente desee hacernos llegar será de importante consideración en pro de su satisfacción.



5.2 Política de Precios

5.2.1 Introducción

En este apartado estableceremos los precios de los servicios que se van a ofrecer. Esta política también es muy importante pues mediante el precio es como se va a transformar en ingresos todo el esfuerzo que se está llevando a cabo. No obstante hay que tener en cuenta que se debe prestar atención a este elemento no solo por los ingresos que genera sino porque tiene un valor táctico enorme, ya que se puede cambiar rápidamente y así notar los efectos de inmediato.

Primeramente, podemos hablar de los siguientes métodos aplicables a nuestro negocio:

- *Basado en costes.*
- *Basado en la competencia.*
- *Basado en el mercado o la demanda.*

En nuestro caso, al ser una empresa de nueva creación acudiremos a los precios que tiene la competencia puesto que el mercado ya ha establecido sus precios como razonables como contraprestación para el servicio que ofrecen.

Por otra parte, se pueden establecer diferentes estrategias para establecer los precios. Las políticas que podemos utilizar acorde a nuestro negocio son las siguientes:

- *Líder en precios:* Consiste en ofrecer el producto o servicio más barato, es una de las estrategias más arriesgadas puesto que se limitará la cantidad de dinero que se ingresará.
- *Precios Partidos:* Va a consistir en que a medida que se contratan más horas o días de un servicio, el precio por hora o día sea menor. De esta manera se está animando implícitamente a consumir el servicio más completo de la línea.
- *Precios Únicos:* Se establece un mismo precio para los productos de la misma línea. Esta estrategia tiene la ventaja de que es muy fácil de implementar y de gestionar.

Con una adecuada política de precios, se pretende fidelizar al cliente y que a la siguiente vez que tenga que cubrir una necesidad no lo haga con alguno de los productos sustitutivos de la competencia.

Una vez analizados los aspectos que incluiremos en el plan, pasaremos a concretarlos para cada uno de los servicios que se van a ofrecer.

5.2.2 Hospedaje

Hay que tener en cuenta la competencia para ver qué empresas ofrecen un servicio similar y a qué precio. En el apartado 2.2.6.5 Competencia se presentó la Tabla 2.1 Competencia en Cudillero que reflejaba la oferta similar a la nuestra. Para fijar los precios por el método basado en la competencia hemos decidido hacerlo fijándonos en los precios unitarios, es decir, por plazas para posteriormente multiplicarlo por el total número de plazas de nuestra casa ya que nuestra casa se alquilará íntegramente. Hay que tener en cuenta que los precios por persona que aparecen en la tabla son orientativos, pues estos precios se darán si el número de personas que van a ocupar la casa es igual al número de plazas que ésta tiene. Para fijar el precio a partir de los unitarios de la competencia, filtraremos la tabla considerando

solamente los precios por plaza y únicamente de las casas rurales de 2 y 3 trísqueles, pues es lo equiparable a nuestra oferta. A continuación se expone en la Tabla 5.6 Precio del hospedaje.

Tabla 5.6 Precio del hospedaje

CASAS RURALES	Nº PLAZAS	PRECIO POR PERNOCACIÓN (IVA incl.)			TIPO ALQUILER	CATEGORÍA
		PRECIO POR PERSONA				
		T. BAJA	T. MEDIA	T. ALTA		
Casa rural El Perlindango	10 (5 dobles)	23 €	-	28 €	Habitaciones	3 trísqueles
Casa rural La Fragua del Canajal	8 (4 dobles)	21 €	24 €	34 €	Habitaciones	3 trísqueles
Casa rural El Gavieiro	8	19 €	-	24 €	Íntegro	2 trísqueles
Casa rural La Casa del Campo II	4	25 €	28 €	33 €	Íntegro	3 trísqueles
Casa rural La Casona de Benito	14 (7 dobles)	20 €	23 €	33 €	Habitaciones	3 trísqueles
Casa rural Ofelia	10 (5 dobles)	25 €	30 €	38 €	Habitaciones	2 trísqueles
Casa rural Cai Llope	6	17 €	-	25 €	Íntegro	3 trísqueles
Casa rural La Morena	8	18 €	-	21 €	Íntegro	2 trísqueles
Casa rural La Casa del Campo	8	23 €	25 €	29 €	Íntegro	3 trísqueles
Casa rural La Fueya	6	17 €	-	22 €	Íntegro	2 trísqueles
Casa rural Mariñana	8 (4 dobles)	25 €	-	30 €	Habitaciones	3 trísqueles

Fuente: Elaboración propia a partir de Tabla 2.1 Competencia en Cudillero

Por tanto, obtenemos los siguientes datos respecto al precio unitario, es decir, por persona y pernoctación, IVA incluido:

- Precio máximo: en temporada baja 21€ y en temporada alta 38€.
- Precio mínimo: en temporada baja 17€ y en temporada alta 25€.



- Media: en temporada baja 21€ y en temporada alta 29€.

Con toda esta información y también considerando la relación calidad-precio de la competencia, hemos decidido que nuestro precio por plaza esté definido en función de los precios medios obtenidos y fijaremos unos precios unitarios de 21€, 24€ y 29€ respectivamente a la temporada baja, media y alta, en el caso de ocupar la casa al completo ya que dijimos que trabajaremos con precios unitarios de forma orientativa. Puesto que nuestra casa rural ofrece un máximo de 8 plazas, el precio final al público serán los precios unitarios por el número de plazas. Y por tanto, el precio de alquiler de la casa por pernoctación, IVA incluido será:

- Alquiler íntegro en temporada baja: 168€.
- Alquiler íntegro en temporada media: 192€.
- Alquiler íntegro en temporada alta: 232€.

Además, la capacidad de la casa permite la posibilidad de 2 camas supletorias que ofreceremos a 14€ cada una, basándonos también en precios observados según la competencia.

Permaneceremos abiertos los 365 días del año. Nuestras temporadas se han establecido en función de las tasas de ocupación media en Asturias por periodos festivos y vacacionales, según el análisis obtenido en el apartado 2.2.5.7 Demanda de Turismo Rural en Asturias, agrupándolas de la siguiente manera para los 3 niveles establecidos, alto, medio y bajo:

- Temporada alta: Julio, Agosto y Fin de Año (31/12 a 02/01). Total: 65 días.
- Temporada media: Pascua (4 días) y 1-15 Septiembre. Total: 19 días.
- Temporada baja: Resto del año. Total: 281 días.

Tras su estudio en el análisis del sector, las respectivas tasas de ocupación media que define cada una de las temporadas son las siguientes:

- Temporada alta: 67%
- Temporada media: 54%
- Temporada baja: 17%

Hemos seguido la estrategia denominada “líder en precio” al establecer los fines de semana y parte de los puentes dentro de la temporada baja con el objetivo de ser líder en estas fechas. Creemos que así especialmente seremos líderes en los puentes donde la competencia analizada suele calificarlo de temporada media o alta. La estrategia persigue que los clientes repitan al ser la opción más económica y al quedar satisfechos con nuestro servicio sean fidelizados y en muchas ocasiones deseen repetir en verano, cuyo precios son de temporada media y alta.

Además, también se aplicará la estrategia “precios partidos” de modo que cuando el cliente contrate un pack de más de 4 pernoctaciones aplicaremos un descuento del 10% en el precio. El objetivo es animar al turista a contratar más días.

Los niños son gratis hasta los 3 años. De 4 a 10 años pagarían 50% de la tarifa de adulto.

En el futuro se estudiará lanzar otras ofertas puntuales en función de la marcha de las temporadas establecidas.



Se exigirá una fianza con un depósito del 25% del precio pactado. El objeto es responder de la pérdida o deterioro de las instalaciones, mobiliario y enseres que pudiesen ser imputables a los clientes. Al término del contrato será reintegrada al cliente, previas las deducciones que en su caso precisen.

5.2.3 Restauración

Los precios de los servicios de restauración son los fijados por los diferentes restaurantes y cafeterías. En el caso de aquellos que nosotros recomendamos, tendremos un acuerdo por el cual se ha negociado con cada empresa que se realice para nuestros clientes un descuento sobre el precio de venta al público. En cuanto al servicio de comida para llevar a domicilio no supondrá ningún coste adicional.

5.2.4 Actividades de Ocio

Los precios de las actividades de ocio son los ofrecidos por las empresas subcontratadas aplicándose un descuento negociado con cada una de ellas. Para todas las actividades de ocio trabajaremos con Cudillero Turismo, organismo que a su vez nos pone en contacto con las empresas especializadas. Indicaremos el precio de las diferentes actividades comentadas en el apartado 5.1.3 Conjunto de Servicios, en principio solo de aquellas actividades programadas dentro de nuestra oferta. Los precios ofertados con el descuento incluido son mostrados en la Tabla 5.7 Precio actividades de ocio.

Tabla 5.7 Precio actividades de ocio

ACTIVIDADES DE OCIO	Adultos	Niños (2-12 años)
SENDERISMO (cualquiera del programa)	10 €	3 €
AVENTURAS A CABALLO	11€/hora; 50€/ruta diaria	6€/hora
PASEOS, PESCA Y EXCURSIONES EN BARCO	10 €	4 €
EXCURSIONES COMARCA VAQUEIRA	36 €	15 €
PROGRAMA ESPECIAL SENDERISMO	2,50 €	Gratis
ESPECIAL VALLE DE LUIÑAS	8 €	3 €
VISITA A LA GRANJA 'LA CUESTA'	8 €	3 €

Fuente: Elaboración propia



5.3 Política de Distribución

Una vez diseñados los servicios que se van a introducir al mercado y tomada una decisión en cuanto a los precios de venta de los mismos, es necesario pensar en qué puntos se van a vender estos servicios. Por ello, otro de los factores clave dentro del marketing mix es la política de distribución.

Por distribución de forma tradicional se ha entendido que es la transferencia de la propiedad y el movimiento de los productos desde que se fabrican hasta que llegan al consumidor final. Como medio se utiliza un canal que constituye la estructura necesaria, ya sea propiedad de la empresa o no, de la que se sirve la empresa para hacer llegar los bienes a los consumidores. En nuestro caso, esta definición no se cumple de forma literal ya que lo que se va a producir es un servicio. En este apartado se deberá definir cómo se van a aproximar a los clientes los servicios y exponer qué canales se han seleccionado. Para ello se utilizarán canales de distribución tanto indirectos como directos para acceder al cliente.

Previamente a entrar en detalle en cada tipo canal, cabe hacer hincapié en el canal de distribución por excelencia, Internet, debido a que ha supuesto una auténtica revolución en el campo de la promoción y distribución turística. Para la política de marketing el objetivo es vender directamente al cliente, evitando el intermediario y eludiendo costes. Supone una inversión relativamente reducida que permite a pequeñas empresas una promoción y distribución incluso a nivel mundial. Seguidamente comentaremos cada tipo de canal, indirecto y directo.

Los canales indirectos van a ser los centros de información turística y las asociaciones que intermediarán entre nosotros y el cliente. En un mercado tan fragmentado como lo es el turismo rural es necesario agruparse y acudir a los principales medios de promoción turística donde concurren la mayoría de establecimientos. De este modo seremos accesibles al turista rural, quien acude a estos medios en busca de información conjunta y fiable. A continuación se resume cada uno de ellos:

- Centros de información turística: Oficina de Turismo de Cudillero y Centro de Información Turística del Principado de Asturias, en Oviedo.
- Asociaciones: Tendremos presencia en la asociación ASETUR (Asociación Española de Turismo Rural) que actúa como canal de difusión para sus establecimientos asociados y como canal de entrada de negocio. ASETUR a su vez gestiona la promoción a través de su federación o asociación local, en nuestro caso FASTUR (Federación Asturiana de Turismo Rural). Por otra parte, debido a nuestra marca de calidad SICTED, gestionado por Turespaña (Instituto de Turismo de España), se considerará éste último como otro intermediario ya que nuestra adhesión a una marca de calidad también supone nuestra promoción entre aquellos establecimiento distinguidos en Cudillero por tal reconocimiento. Turespaña actúa a través de internet, guías turísticas y ferias, entre otros medios.

Por otra parte, nuestros canales directos principalmente van a ser el teléfono e internet mediante acciones comerciales. A continuación se tratará cada uno de ellos:

- Acciones comerciales por teléfono: Será puntualmente como por ejemplo ofreciendo nuevas promociones a quienes se haya puesto en contacto con nosotros interesándose o a antiguos clientes con el objetivo de fidelizarlos.



- Internet: Principalmente mediante nuestra página web y presencia en portales especializados. También configurando mailings para informar a los contactos de las ofertas y novedades.

Por último, también es importante señalar que la tendencia a que el cliente diseñe sus vacaciones y el desarrollo de las mismas es cada vez más determinante a la hora de que elija un destino y está afectando de lleno al sector de la intermediación, que ha de prepararse para afrontar importantes cambios en los próximos años. La creciente capacidad para acceder al conocimiento y adquisición de los servicios y productos turísticos en los diferentes destinos juega a favor de esta tendencia y de un mercado diversificado, al tiempo que en contra de los grandes intermediarios productores y comercializadores de paquetes turísticos cerrados.



5.4 Política de Comunicación

5.4.1 Introducción

Esta variable del marketing mix también es muy importante pues va a hacer posible que lleguen a los diferentes mercados objetivos la oferta de servicios que puedan llegar a satisfacer sus necesidades. No obstante, aunque es evidente que otros factores como el precio, las características que configuran cada servicio o el resto de competidores, entre otros, van a influir en la decisión final de compra, lo que sí está claro es que los objetivos del marketing no podrán conseguirse con una comunicación descoordinada, por lo que prestaremos especial atención a este apartado.

El carácter de esta política es más táctico que estratégico puesto que en un determinado momento se pueden cambiar con facilidad las decisiones que se toman en cuanto a comunicación. Por este motivo, incluiremos en el plan todo aquello que resulte significativo como los objetivos básicos y principales características de la oferta.

En nuestro plan incluiremos dos variables diferentes que serán la publicidad y la promoción. Con estas variables recogeremos información sobre el resultado y obtendremos sobre el comportamiento del receptor o cliente. A su vez, esta información retroalimentará la política de comunicación, y, dependiendo de los datos que se obtengan se redefinirá cada acción comercial.

5.4.2 Publicidad

La primera variable del plan de comunicación es la publicidad. La publicidad es muy importante pues va a ser una de las principales fuentes de información para el futuro cliente.

En términos generales, el objetivo de la publicidad es informar sobre la existencia del servicio y dónde se puede conseguir. Pero es clave además conseguir crear una necesidad en el receptor para que éste trate de satisfacerla impulsado por el deseo. Por eso, la publicidad de los productos turísticos trata de identificar las principales carencias de los clientes, como son el relax, el tiempo libre, las inquietudes culturales o las experiencias diferentes.

Para recoger información sobre el resultado se pasará una encuesta de satisfacción a todos los que lleguen a ser clientes donde se preguntará cómo nos han conocido, lo cual nos permitirá conocer el porcentaje captado gracias a la publicidad. A la hora de evaluar los resultados, estableceremos medidas ya que nuestro objetivo es lograr un turista satisfecho que desee regresar y cuya opinión favorable y recomendaciones sean la fuente de información para familiares y amigos vivir esa experiencia positiva.

El mensaje principal de la publicidad va a ser anunciar la existencia de una nueva casa rural en Cudillero. Para atraer al cliente además de informarle de la nueva casa trataremos de resaltar una serie de puntos fuertes como los que siguen:

- Incluir mensajes resaltando la calidad del servicio, cuidado del medio ambiente y potenciando los recursos de la zona.
- Aludir a la manera de disfrutar de relax y/o de nuevas experiencias.
- Lanzamientos de ofertas especiales de manera puntual mediante las cuales nuestro objetivo será evitar la estacionalidad.
- Promocionar nuestras marcas de calidad. Pueden ser fundamentales para tomar posiciones en un mercado cada vez más competitivo y servir de garantía para los clientes potenciales.



- Destacar nuestras facilidades para la reserva, bien on-line o telefónicamente.
- Citar algunos de los servicios extra como Wifi, adaptación a minusválidos, sala de juegos, productos gastronómicos o el servicio de información y asistencia sin coste ni compromiso.
- Configuración de la estancia al gusto del cliente.

En los siguientes apartados concretaremos cada una de las acciones comerciales que vamos a llevar a cabo. En primer lugar comentaremos aquellas que van a ser ejecutadas a través de internet, el medio de mayor efectividad. Las acciones comerciales en internet serán a través de nuestra página web corporativa, buscadores, portales especializados, guías de empresas, otras páginas webs y una cuenta en facebook. Además de internet, otras acciones comerciales será la distribución de trípticos y aparición en medios de la administración local. A continuación se trata cada una de ellas.

5.4.2.1 **Página Web Corporativa**

Principalmente, nos anunciaremos mediante una página web de nuestra empresa donde ofreceremos nuestros servicios, con todo detalle, tanto en información como en imágenes, además de gestionar el negocio, debido a la posibilidad de hacer consultas y reservar on-line.

Para ello contrataremos los servicios de una empresa de consultoría y desarrollo de proyectos a medida. Principalmente, nos ofrecerán la inscripción y gestión del dominio, alta en los principales buscadores, diseño y creación de la web, cuentas de correo electrónico, promoción y posicionamiento en internet y reserva on-line con pasarela de pago. El sistema es flexible permitiendo configurar los distintos precios según temporadas y promociones. El presupuesto incluye otros servicios como estadísticas de visitas, actualizaciones de contenido, mantenimiento y software. Los idiomas serán castellano e inglés. Creemos que merece importancia atender el presupuesto de un buen diseño de la web desde un principio para captar al cliente y evitar inversiones futuras en este apartado.

5.4.2.2 **Buscadores**

Hay que tener en cuenta que más del 80% del tráfico a las webs llega desde buscadores, lo cual merece gran importancia. De ello se encargará la empresa consultora contratada, la cual también incluye en su presupuesto el cuidar nuestro posicionamiento en Google y Yahoo, los buscadores por excelencia. Mediante este servicio incluiremos, además del alta, otras opciones que harán más efectivo nuestro posicionamiento como el pago por clic o las primeras posiciones en las listas de resultados.

5.4.2.3 **Portales Especializados**

Fuera del presupuesto de la empresa contratada, publicitaremos a Edén S.L, en los principales portales especializados en turismo rural, algunos gratuitos y otros con servicios de pago como se indica en la Tabla 5.8 Portales en Internet. Los precios son anuales y sin IVA. Tras un detallado estudio de los portales más relevantes donde tener presencia, encabeza el ranking de los más visitados el portal europeo www.toprural.es, cuya tarifa es mucho más elevada que el resto y dentro del cual hemos elegido la modalidad tarifa oro. También destacar el portal www.ecoturismorural.com que pertenece a ASETUR y la adhesión supone 30€ anuales más revisiones periódicas. En total, el coste de publicitarnos en estos portales es de 1.291,0€.



Tabla 5.8 Portales en Internet

PORTALES	PRECIOS
www.allrural.com	60 €
www.asturiasrural.com	gratuito
www.brujulea.net	gratuito
www.buscacasarural.com	gratuito
www.casasruralesasturias.net	40 €
www.casatealquilo.com	gratuito
www.casaturismorural.com	39 €
www.clubrural.com	40 €
www.deasturias.com	195 €
www.directoriorural.com	gratuito
www.directorioturismorural.com.es	gratuito
www.dormirencasasrurales.com	gratuito
www.ecoturismorural.com (ASETUR)	30 €
www.elreinorural.com	gratuito
www.escapadarural.com	gratuito
www.espaciorural.com (tarifa roble)	45 €
www.guiasrurales.com	40 €
www.lamejorcasarural.com	gratuito
www.lorural.es	40 €
www.masiasturismorural.com	gratuito
www.planrural.com	50 €
www.promocionrural.es	80 €
www.ruralpromo.com	gratuito
www.rurismo.com	50 €
www.saludyturismorural.com	gratuito
www.spaintovisit.com	50 €
www.todocasarural.com	100 €
www.toprural.com (tarifa oro)	432 €
www.turismorural.com	60 €
www.viajaporasturias.com	60 €

Fuente: Elaboración propia a partir de búsqueda en Google

5.4.2.4 Guías de Empresa

También nos anunciaremos en guías gratuitas de empresas como www.qdq.com o www.paginas-amarillas.com, de gran repercusión a nivel virtual. En ellas, además de aparecer nuestro teléfono y dirección es fundamental que aparezca nuestra página web donde dirigir al cliente desde el anuncio ya que el objetivo es que la web corporativa marque la diferencia entre las referencias encontradas y logre atraer al cliente de estas guías a nuestra web.

5.4.2.5 Otras Páginas Webs

Otras páginas webs donde tendremos presencia es en www.cudillero.org de la Oficina de Turismo de Cudillero y en www.calidadendestino.es ya que debido a nuestra marca de



calidad SICTED apareceremos entre los establecimientos que poseen tal distintivo y de los cuales se indica sus principales datos, precios y remite a la web oficial.

5.4.2.6 Facebook

Por último, debido a la repercusión de las redes sociales también apareceremos en internet a través de crear una cuenta en Facebook donde ofrezcamos la información más completa de Edén S.L.

5.4.2.7 Trípticos

Diseñaremos e imprimiremos trípticos donde se informe de nuestra casa y servicios para distribuirlos en lugares clave donde puedan atraer a clientes. Se distribuirán en las Oficinas de Turismo y otros establecimientos como comercios, gimnasios y SPAs o asociaciones culturales de Cudillero, alrededores, Gijón, Avilés y Oviedo. Además, se estudiará toda posibilidad en la que el Ayuntamiento de Cudillero desee colaborar para la difusión. Los trípticos se harán con papel reciclado por respeto al medio ambiente. En principio se harán 300 ejemplares con un coste de 215€. En la era de la comunicación, la asfixia de material promocional que siente el receptor es máxima, por lo que dependerá más bien de una buena distribución y de una complementación comercial a la publicación las que garanticen un relativo éxito.

5.4.2.8 Aparición en Medios de las Administración Local

Además, según el artículo 22 de la Ley del Principado de Asturias 7/2001, de junio, de Turismo, entre los derechos de las empresas turísticas se encuentra el que se incluya información sobre las instalaciones, características y oferta específica en los catálogos, directorios, guías y sistemas informáticos de la Administración turística asturiana. Por ello, como se ha mencionado, estudiaremos toda posibilidad de colaboración.

5.4.2.9 Otros Medios

Otros medios donde con el tiempo evaluaremos nuestra aparición serán en revistas especializadas en turismo rural y ecológico ya que al principio creemos conveniente prestar mayor esfuerzo a publicitarnos a través de internet debido a su clara efectividad y coste más económico a comparación con otros medios.

5.4.3 Promoción de Ventas

La promoción es la segunda variable del plan de comunicación. El objetivo que se pretende conseguir mediante la promoción de ventas es reforzar las acciones comerciales que se van a llevar a cabo y que éstas tengan una mayor intensidad. Se han elegido como destinatarios los clientes, aunque debido al carácter táctico de esta variable en un futuro se podrán modificar o ampliar con facilidad tanto objetivos como destinatarios.

Hemos decidido centrarnos en una de las modalidades: los sorteos.

La acción que se ha pensado llevar a cabo es realizar un sorteo al final de año entre todos los clientes que se hayan hospedado en nuestra casa. Además se valorará organizar otros concursos promocionales que atraigan a ciertos colectivos como por ejemplo convocar un concurso de fotografía con los parajes cercanos como tema.



Con esta modalidad de promoción se busca fidelizar a los clientes y que en años posteriores elijan de nuevo hospedarse en la casa para poder volver a tener la oportunidad de ganar el premio.



Capítulo 6. Plan Económico y Financiero

En este capítulo describiremos los recursos financieros internos y externos que son necesarios para cubrir el capital invertido, así como las inversiones necesarias para la puesta en marcha de la empresa. Concretaremos la financiación necesaria así como los costes financieros. Se estudiarán 2 escenarios, uno normal y otro pesimista, definidos por los ingresos y total de subvención concedida.

Tras elaborar la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Balance de Situación previsionales, el objetivo es determinar la viabilidad y rentabilidad del proyecto empresarial a través del análisis de ratios económicos y análisis dinámico mediante el cálculo de VAN y TIR.

Al mismo tiempo, en caso que resulte viable, dicho proyecto nos servirá de carta de presentación para más acciones como obtener financiación, subvenciones, entrada de socios o captar clientes.



6.1 Plan de Inversión Financiación

6.1.1 Introducción

El objetivo de este apartado es describir los recursos financieros internos y externos que son necesarios para cubrir el capital invertido, así como las inversiones necesarias para la puesta en marcha de la empresa.

6.1.2 Inversión

En primer lugar, comenzaremos analizando las inversiones a realizarse, compuesto en el caso de nuestra empresa por el inmovilizado intangible y material, los cuales suman un total de 227.733,9€.

Nuestro inmovilizado intangible son las aplicaciones informáticas que es la creación de la página web. La inversión prevista es de 500,0€ como indica la Tabla 6.1 Inmovilizado intangible.

Tabla 6.1 Inmovilizado intangible

INMOV. INTANGIBLE	Importe
Aplicaciones informáticas	500,0
Total	500,0

Fuente: Elaboración propia

En la masa patrimonial del inmovilizado material encontramos inversiones en terrenos, construcciones, instalaciones técnicas y mobiliario, como observamos en la Tabla 6.2 Inmovilizado material, ascendiendo a 227.233,9€. Los terrenos están valorados por 27.000,0€. Las construcciones están compuestas por el valor de la propiedad de la vivienda, estimado en 63.000,0€ más los gastos necesarios para que se encuentre en condiciones de prestar su función, es decir, la obra de reforma y acondicionamiento de la casa, la cual se estima en una inversión de 110.000,0€. Así, la inversión en construcciones es de un total de 173.000,0€. En instalaciones técnicas contabilizamos 5.233,9€, presupuesto de la instalación de paneles solares, adjunto en el Anexo 6 Presupuesto Paneles Solares. La última partida es el mobiliario, cuya inversión se estima en 22.000,0€ e incluye: mobiliario de las habitaciones, sala de estar, comedor, cocina, baños, terraza, jardín, sala de juegos, decoración, menaje, electrodomésticos y aparatos electrónicos y resto de elementos necesarios para la estancia.

Tabla 6.2 Inmovilizado material

INMOV. MATERIAL	Importe
Terrenos	27.000,0
Construcciones	173.000,0
Instalaciones técnicas	5.233,9
Mobiliario	22.000,0
Total	227.233,9

Fuente: Elaboración propia



A partir de estas inversiones, resumimos en la Tabla 6.3 Desembolso inicial el desembolso inicial que como mínimo sería necesario cubrir con la financiación. Puesto que la casa y terreno ya eran propiedad nuestros, son el resto de partidas comentadas, además de los gastos de constitución y una tesorería inicial con un disponible para hacer frente a los primeros pagos debido a la puesta en marcha de la empresa. Concluimos que como mínimo la financiación habrá de cubrir hasta 141.033,9€.

Tabla 6.3 Desembolso inicial

DESEMBOLSO INICIAL	Importe
Gastos constitución	2.100,0
Reforma	110.000,0
Instalaciones técnicas	5.233,9
Aplicaciones informáticas	500,0
Mobiliario	22.000,0
Tesorería inicial	1.200,0
Total	141.033,9

Fuente: Elaboración propia

6.1.3 Financiación

En este apartado se analizarán las fuentes de financiación necesarias. Con ellas se tratará de disponer de los recursos necesarios para poder mantener la actividad. En nuestro plan económico financiero vamos a considerar que se pueden obtener por tres vías:

- Patrimonio Neto (fondos propios o capital y subvenciones)
- Financiación ajena

6.1.3.1 Patrimonio Neto

La primera área que nos encontramos al analizar la financiación es el patrimonio neto, en nuestro caso, integrado por los fondos propios o capital y por las subvenciones.

En primer lugar, el capital social recoge las aportaciones de los socios, en nuestro caso va a estar constituido por un lado por una aportación dineraria que ascenderá a 5.000€ y el resto se trata de una aportación de carácter no dinerario formado por la vivienda a reformar para su explotación como alojamiento de turismo rural cuyo valor según precio de mercado se estima en 90.000€. Los socios, D^a. Sara Andrés Solana y D^a. Elena Andrés Solana, realizarán a partes iguales las aportaciones, desembolsando cada una de ellas el 50% del capital y aportando el elemento no dinerario, también propiedad de ambas a partes iguales.

Por otro lado, la subvención a las que se podrá tener acceso es, como se describió en el apartado 3.4 Ayudas, la denominada “Ayuda dirigida a la aplicación del Eje Leader del Programa de Desarrollo Rural del Principado de Asturias para el periodo 2007-2013”. Se trata de una subvención directa que podrá alcanzar en nuestro caso hasta el 50% de la inversión auxiliable, con un límite general de 200.000€. En nuestro caso, asumimos para un escenario normal que nos conceden el 50% de la inversión, 114.417,0€, y para un escenario pesimista la subvención concedida será del 40%, 91.533,6€. Contablemente, como se trata de una subvención de capital, en la Cuenta de Pérdidas y Ganancias Previsionales, ha de contabilizarse traspasando la subvención a resultados a medida que se vayan amortizando los activos que financia la subvención, en nuestro caso, amortización lineal a 30 años.



6.1.3.2 Financiación a Largo Plazo

Tras el estudio de las posibles opciones para este tipo de financiación, la que más nos ha convencido por las condiciones que ofrece es el Crédito 1ª empresa que ofrece Bancaja. Es un producto destinado a financiar la creación de una empresa por parte de un titular de la Cuenta Joven.

Las condiciones que ofrece son las siguientes:

- Precio: Euribor 1 año más 3 puntos.
- Índice de referencia: Euribor 1 año.
- Comisiones: Apertura: 1,75%
- Mín. 75,0€
- Plazo máximo: El plazo para amortizar el préstamo es de un máximo de 7 años.

El cálculo de la amortización del préstamo se muestra en la Tabla 6.5 Amortización del préstamo, a partir de los datos expuestos en la Tabla 6.4 Datos del préstamo.

Tabla 6.4 Datos del préstamo

DATOS PRÉSTAMO	
Principal	50.000,0
Tipo amortización	Cuota Constante
Comisión apertura	1,75%
Periodos (meses)	60
Euribor (fecha: 10/2010)	0,01495
Diferencial	0,03
Tipo de interés fijo	4,50%
Tipo de interés fijo mensual	0,37%

Fuente: Elaboración propia



Tabla 6.5 Amortización del préstamo

Periodo de pago mensual	Tipo de interés	Cuota	Intereses	capital Amortizado	Capital vivo	Calculo coste
0					50.000,0	-48.250,0
1	0,37%	932,04 €	187,29 €	744,75 €	49.255,25 €	932,04 €
2	0,37%	932,04 €	184,50 €	747,54 €	48.507,72 €	932,04 €
3	0,37%	932,04 €	181,70 €	750,34 €	47.757,38 €	932,04 €
4	0,37%	932,04 €	178,89 €	753,15 €	47.004,24 €	932,04 €
5	0,37%	932,04 €	176,07 €	755,97 €	46.248,27 €	932,04 €
6	0,37%	932,04 €	173,24 €	758,80 €	45.489,47 €	932,04 €
7	0,37%	932,04 €	170,40 €	761,64 €	44.727,83 €	932,04 €
8	0,37%	932,04 €	167,54 €	764,49 €	43.963,34 €	932,04 €
9	0,37%	932,04 €	164,68 €	767,36 €	43.195,98 €	932,04 €
10	0,37%	932,04 €	161,80 €	770,23 €	42.425,75 €	932,04 €
11	0,37%	932,04 €	158,92 €	773,12 €	41.652,63 €	932,04 €
12	0,37%	932,04 €	156,02 €	776,01 €	40.876,61 €	932,04 €
13	0,37%	932,04 €	153,12 €	778,92 €	40.097,69 €	932,04 €
14	0,37%	932,04 €	150,20 €	781,84 €	39.315,86 €	932,04 €
15	0,37%	932,04 €	147,27 €	784,77 €	38.531,09 €	932,04 €
16	0,37%	932,04 €	144,33 €	787,71 €	37.743,38 €	932,04 €
17	0,37%	932,04 €	141,38 €	790,66 €	36.952,73 €	932,04 €
18	0,37%	932,04 €	138,42 €	793,62 €	36.159,11 €	932,04 €
19	0,37%	932,04 €	135,45 €	796,59 €	35.362,52 €	932,04 €
20	0,37%	932,04 €	132,46 €	799,58 €	34.562,94 €	932,04 €
21	0,37%	932,04 €	129,47 €	802,57 €	33.760,37 €	932,04 €
22	0,37%	932,04 €	126,46 €	805,58 €	32.954,79 €	932,04 €
23	0,37%	932,04 €	123,44 €	808,59 €	32.146,20 €	932,04 €
24	0,37%	932,04 €	120,41 €	811,62 €	31.334,58 €	932,04 €
25	0,37%	932,04 €	117,37 €	814,66 €	30.519,91 €	932,04 €
26	0,37%	932,04 €	114,32 €	817,71 €	29.702,20 €	932,04 €
27	0,37%	932,04 €	111,26 €	820,78 €	28.881,42 €	932,04 €
28	0,37%	932,04 €	108,18 €	823,85 €	28.057,57 €	932,04 €
29	0,37%	932,04 €	105,10 €	826,94 €	27.230,63 €	932,04 €
30	0,37%	932,04 €	102,00 €	830,04 €	26.400,60 €	932,04 €
31	0,37%	932,04 €	98,89 €	833,15 €	25.567,45 €	932,04 €
32	0,37%	932,04 €	95,77 €	836,27 €	24.731,18 €	932,04 €
33	0,37%	932,04 €	92,64 €	839,40 €	23.891,79 €	932,04 €
34	0,37%	932,04 €	89,49 €	842,54 €	23.049,24 €	932,04 €
35	0,37%	932,04 €	86,34 €	845,70 €	22.203,54 €	932,04 €
36	0,37%	932,04 €	83,17 €	848,87 €	21.354,68 €	932,04 €
37	0,37%	932,04 €	79,99 €	852,05 €	20.502,63 €	932,04 €
38	0,37%	932,04 €	76,80 €	855,24 €	19.647,39 €	932,04 €
39	0,37%	932,04 €	73,60 €	858,44 €	18.788,95 €	932,04 €



40	0,37%	932,04 €	70,38 €	861,66 €	17.927,30 €	932,04 €
41	0,37%	932,04 €	67,15 €	864,88 €	17.062,41 €	932,04 €
42	0,37%	932,04 €	63,91 €	868,12 €	16.194,29 €	932,04 €
43	0,37%	932,04 €	60,66 €	871,38 €	15.322,91 €	932,04 €
44	0,37%	932,04 €	57,40 €	874,64 €	14.448,27 €	932,04 €
45	0,37%	932,04 €	54,12 €	877,92 €	13.570,35 €	932,04 €
46	0,37%	932,04 €	50,83 €	881,21 €	12.689,15 €	932,04 €
47	0,37%	932,04 €	47,53 €	884,51 €	11.804,64 €	932,04 €
48	0,37%	932,04 €	44,22 €	887,82 €	10.916,82 €	932,04 €
49	0,37%	932,04 €	40,89 €	891,14 €	10.025,68 €	932,04 €
50	0,37%	932,04 €	37,55 €	894,48 €	9.131,20 €	932,04 €
51	0,37%	932,04 €	34,20 €	897,83 €	8.233,36 €	932,04 €
52	0,37%	932,04 €	30,84 €	901,20 €	7.332,17 €	932,04 €
53	0,37%	932,04 €	27,47 €	904,57 €	6.427,59 €	932,04 €
54	0,37%	932,04 €	24,08 €	907,96 €	5.519,63 €	932,04 €
55	0,37%	932,04 €	20,68 €	911,36 €	4.608,27 €	932,04 €
56	0,37%	932,04 €	17,26 €	914,78 €	3.693,50 €	932,04 €
57	0,37%	932,04 €	13,84 €	918,20 €	2.775,29 €	932,04 €
58	0,37%	932,04 €	10,40 €	921,64 €	1.853,65 €	932,04 €
59	0,37%	932,04 €	6,94 €	925,09 €	928,56 €	932,04 €
60	0,37%	932,04 €	3,48 €	928,56 €	-0,00 €	932,04 €

Fuente: Elaboración propia

De forma resumida, en la Tabla 6.6 Pagos préstamo, TIR y TAE se muestran los mismos.

Tabla 6.6 Pagos préstamo, TIR y TAE

PAGOS TOTALES	
Principal	50.000,0 €
Intereses	5.922,2 €
Comisión	1.750,0 €
Total	57.672,2 €
TIR	0,497%
TAE	6,13%

Fuente: Elaboración propia



6.2 Cuentas de Resultados Previsionales

6.2.1 Introducción

En este apartado vamos a analizar de forma pormenorizada la cuenta de pérdidas y ganancias, tanto para un escenario normal como para otro pesimista a 3 años vista. La cuenta de pérdidas y ganancias será el reflejo del funcionamiento habitual de la empresa, recogiendo las partidas y cifras que afecten de una manera más significativa a los diferentes resultados (Margen Bruto, Resultado de Explotación, BAII, BAI y Resultado del Ejercicio) y también analizando, aunque con un menor detalle, aquellas que aporten poco al resultado global.

6.2.2 Ventas

Nuestros ingresos vendrán determinados principalmente por el hospedaje, pero también lo componen los ingresos recibidos por los servicios de restauración y actividades de ocio que ofrecemos.

En primer lugar, vamos a considerar los ingresos que va a ser capaz de producir la empresa debido al servicio de hospedaje. Los datos a tener en cuenta son los precios establecidos para el alquiler íntegro de la casa según temporadas, los días abiertos por temporada y la tasa de ocupación estimada en cada una de ellas. Su detalle y cálculo fueron definidos en el apartado 5.2 Política de Precios y a continuación se muestran de nuevo en la Tabla 6.7 Ingresos por hospedaje en un escenario normal. En este primer caso, se han calculado los ingresos considerando un escenario normal, definido por unas tasas de ocupación en función de la media habitual en Asturias: 67% en temporada alta, 54% en temporada media y 17% en temporada baja.

Tabla 6.7 Ingresos por hospedaje en un escenario normal

	TEMP. ALTA	TEMP. MEDIA	TEMP. BAJA
OCUPACIÓN	67,0%	54,0%	17,0%
€/PERNOCT.	214,8	177,8	155,6
DÍAS/AÑO	65	19	281
TOTAL	9.355,2 €	1.824,0 €	7.430,9 €
TOTAL VENTAS ANUALES	18.610,1 €		

Fuente: Elaboración propia

El cálculo de los ingresos resulta de la suma total de los ingresos en cada una de las 3 temporadas del año. A su vez, cada una de las temporadas es calculada multiplicando su precio por pernoctación por el total de días abierto al año y todo ello multiplicado por la tasa de ocupación prevista.

Además de los ingresos por hospedaje, obtendremos ingresos de las comisiones pactadas con los restaurantes y empresas de actividades de ocio en función del número de clientes que decidan su contratación. Por ello, dichos servicios se han calculado a partir de unas estimaciones en torno al número de personas que pasan por la casa en el año, estimando que la capacidad media en la que se ocupa la casa es una media anual de 5 personas. En un



escenario normal –definido por la tasa de ocupación– obtendremos un total de 508 personas, como muestra la Tabla 6.8 Total de clientes al año en un escenario normal.

Tabla 6.8 Total de clientes al año en un escenario normal

	TEMP. ALTA	TEMP. MEDIA	TEMP. BAJA
OCUPACIÓN	67,0%	54,0%	17,0%
DÍAS/AÑO	65	19	281
CAPACIDAD OCUPADA	5	5	5
TOTAL PERSONAS ANUAL	508		

Fuente: Elaboración propia

Teniendo en cuenta que en el año reunimos un total de 508 clientes, calculamos cuántos de ellos irán a comer a los restaurantes recomendados y cuántos de ellos contratarán las actividades de ocio recomendadas. En cuanto al servicio de restauración, estimamos que en un escenario normal el 68% de los clientes contratarán tal servicio (desayuno, comida y/o cena) y su gasto o consumo medio por persona será 24€. Por tanto, al calcular el 10% de comisión que percibiremos por su contratación.

Tabla 6.9 Ingresos por restauración en un escenario normal indica el total de ingresos recibidos por el servicio de restauración al calcular el 10% de comisión que percibiremos por su contratación.

Tabla 6.9 Ingresos por restauración en un escenario normal

% CONSUMO	68%
GASTO MEDIO/PERSONA	24 €
Nº CLIENTES	508
COMISIÓN	10%
TOTAL	828,9 €

Fuente: Elaboración propia

Y en cuanto al servicio de actividades de ocio, de los 508 clientes estimamos que el 58% contratará las actividades en un escenario normal y el gasto medio por persona será de 34€. Por ello, la Tabla 6.10 Ingresos por actividades de ocio en un escenario normal indica el total de ingresos por actividades de ocio al calcular el 10% de comisión que percibiremos por su contratación.



Tabla 6.10 Ingresos por actividades de ocio en un escenario normal

% CONTRATACIÓN OCIO	58%
GASTO MEDIO/PERSONA	34 €
Nº CLIENTES	508
COMISIÓN	10%
TOTAL	1.001,6 €

Fuente: Elaboración propia

En total, los ingresos por nuestros 3 servicios un escenario normal ascienden a 20.440,5€ como muestra la Tabla 6.11 Total ingresos en escenario normal.

Tabla 6.11 Total ingresos en escenario normal

INGRESOS POR HOSPEDAJE	18.610,1 €
INGRESOS POR RESTAURACIÓN	828,9 €
INGRESOS POR ACTS. DE OCIO	1.001,6 €
TOTAL	20.440,5 €

Fuente: Elaboración propia

Se contempla las previsiones de crecimiento de un 6% y 8% respectivamente en los años 2 y 3 como indica la Tabla 6.12 Previsiones de crecimiento escenario normal.

Tabla 6.12 Previsiones de crecimiento escenario normal

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
PREVISIONES DE CRECIMIENTO		6%	8%
INGRESOS	20.440,5 €	21.667,0 €	23.400,3 €

Fuente: Elaboración propia

A continuación, volveremos a recalcular cada uno de los pasos seguidos pero para en este caso un escenario pesimista, el cual vendrá definido por unas tasas de ocupación inferiores: 52% en temporada alta, 40% en temporada media y 14% en temporada baja. Los ingresos obtenidos por hospedaje son indicados en la Tabla 6.13 Ingresos por hospedaje en un escenario pesimista.



Tabla 6.13 Ingresos por hospedaje en un escenario pesimista

	TEMP. ALTA	TEMP. MEDIA	TEMP. BAJA
OCUPACIÓN	52,0%	40,0%	14,0%
€/PERNOCT.	214,8	177,8	155,6
DÍAS/AÑO	65	19	281
TOTAL	6.669,0	1.351,1 €	6.119,6 €
TOTAL VENTAS ANUALES	14.139,7 €		

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los ingresos obtenido por comisión de los servicios de restauración y ocio de nuevo habremos de calcular el total número de clientes que al año pernoctan en la casa, siguiendo los mismos pasos y razonamientos que anteriormente pero ahora con las tasas de ocupación desde un punto de vista pesimista. La Tabla 6.14 Total de clientes al año en un escenario pesimista lo calcula y obtenemos 358 personas.

Tabla 6.14 Total de clientes al año en un escenario pesimista

	TEMP. ALTA	TEMP. MEDIA	TEMP. BAJA
OCUPACIÓN	52,0%	40,0%	14,0%
DÍAS/AÑO	65	19	281
CAPACIDAD OCUPADA	5	5	5
TOTAL PERSONAS ANUAL	404		

Fuente: Elaboración propia

Del total de 358 clientes anuales, para un escenario pesimista consideramos que el 48% consumirá en los restaurantes recomendados y un 38% contratará actividades de ocio. Por ello, siguiendo la misma lógica que en el escenario normal, las Tabla 6.15 Ingresos por restauración en un escenario pesimista y Tabla 6.16 Ingresos por actividades de ocio en un escenario pesimista calculan los ingresos recibidos para cada una de estas actividades extra.



Tabla 6.15 Ingresos por restauración en un escenario pesimista

% CONSUMO	48%
GASTO MEDIO/PERSONA	24 €
Nº CLIENTES	404
COMISIÓN	10%
TOTAL	465,1 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.16 Ingresos por actividades de ocio en un escenario pesimista

% CONTRATACIÓN OCIO	38%
GASTO MEDIO/PERSONA	34 €
Nº CLIENTES	404
COMISIÓN	10%
TOTAL	521,6 €

Fuente: Elaboración propia

En total, los ingresos por nuestros 3 servicios un escenario pesimista ascienden a 15.126,3€ como muestra la Tabla 6.17 Total ingresos en escenario pesimista.

Tabla 6.17 Total ingresos en escenario pesimista

INGRESOS POR HOSPEDAJE	14.139,7 €
INGRESOS POR RESTAURACIÓN	465,1 €
INGRESOS POR ACTS. DE OCIO	521,6 €
TOTAL	15.126,3 €

Fuente: Elaboración propia

Las previsiones de crecimiento pasarían a ser como indica la Tabla 6.18 Previsiones crecimiento escenario pesimista.

Tabla 6.18 Previsiones crecimiento escenario pesimista

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
PREVISIONES DE CRECIMIENTO		6%	8%
INGRESOS	15.126,3 €	16.033,9 €	17.316,6 €

Fuente: Elaboración propia

6.2.3 Consumos de Explotación

Los consumos de nuestro negocio son los productos de alimentación y de higiene. En cuanto a alimentación, son los productos gastronómicos pues, como se indicó, habrá un catering de bienvenida y productos tradicionales en la casa (sidra asturiana, mermelada casera, selección de embutidos, tabla de queso,...).

En la Tabla 6.19 Consumos en escenario normal se pueden ver los consumos previstos para los 3 primeros años, considerando un incremento anuales del 2%.

Tabla 6.19 Consumos en escenario normal

CONSUMOS	AÑO 1	INCREMENTO AÑO 2	AÑO 2	INCREMENTO AÑO 3	AÑO 3
Alimentación e higiene	1.100,0	2%	1.122,0	2%	1.144,4

Fuente: Elaboración propia

Estableceremos un escenario pesimista el cual viene definido por la ocupación de los clientes y en este caso el consumo será 700,0€ pues lógicamente disminuye debido a la menor afluencia de clientes en la casa, como se observa en la Tabla 6.20 Consumos en escenario pesimista.

Tabla 6.20 Consumos en escenario pesimista

CONSUMOS	AÑO 1	INCREMENTO AÑO 2	AÑO 2	INCREMENTO AÑO 3	AÑO 3
Alimentación e higiene	700,0	2%	714,0	2%	728,3

Fuente: Elaboración propia

6.2.4 Gastos Laborales

Como se indicó en el Capítulo 4. Recursos Humanos al iniciar la actividad no se contempla ninguna contratación ni poner en nómina a los socios sino que el trabajo de los socios será a cuenta de la distribución futura de beneficios.

6.2.5 Resto de Gastos de Explotación

En la Tabla 6.21 Otros gastos de explotación es escenario normal, se muestra el resto de gastos de explotación anuales así como su previsión de aumento.

**Tabla 6.21 Otros gastos de explotación en escenario normal**

OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN	AÑO 1	INCREMENTO AÑO 2	AÑO 2	INCREMENTO AÑO 3	AÑO 3
Suministros	300,0	2%	306,0	2%	312,1
Televisión e internet	432,0	2%	440,6	2%	449,5
Seguros	325,0	2%	331,5	2%	338,1
Reparaciones y conservación	800,0	2%	816,0	2%	832,3
Calidad	950,0	2%	969,0	2%	988,4
Informática	300,0	2%	306,0	2%	312,1
Publicidad	1.581,0	5%	1.660,1	5%	1.743,1
Gastos constitución	2.100,0	-	-	-	-
Total	6.788,0 €	-	4.829,2 €	-	4.975,6 €

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a los suministros de electricidad y agua nos beneficiaremos de un ahorro energético por los paneles solares con los que solo estimamos unos gastos de 300,0€ anualmente.

La contratación de la línea de internet y los canales de televisión se estima en 36€ mensuales que a final de año supondrá 432,0€.

El seguro de hogar según presupuesto solicitado supondrá un gasto de 325,0€ e incluye la responsabilidad civil con una cobertura de hasta 300.000€, superando la cobertura mínima exigida por ley.

La partida reparaciones y conservación prevé que al final del ejercicio sean necesarios 800€ para reparar posibles daños en las instalaciones, y para garantizar su adecuada conservación.

Respecto a la partida calidad por una parte supone la cuota anual de adhesión al SCTE Destinos (SICTED) de 150€ y por otra, las auditorías periódicas que conlleva tal distintivo así como las que conlleva la marca “Aldeas” y la adhesión a ASETUR se estiman en un gasto anual de 950,0€.

Los gastos de informática se tratan del mantenimiento y actualización de la página web, con un coste anual de 300,0€.

Los gastos en publicidad ascienden a un gasto anual de 1.581,0€ y su detalle se encuentra en la Tabla 6.22 Gastos en publicidad.

Tabla 6.22 Gastos en publicidad

PUBLICIDAD	Importe
Asistencia a cliente y servicios complementarios	75,0
Trípticos	215,0
Portales	1.291,0
Total	1.581,0

Fuente: Elaboración propia



La última de las partidas son los gastos de constitución, de 2.100,0€, que se dan solo durante el primer año por establecer la empresa, y comprende los trámites legales obligatorios para la constitución de nuestra S.L. como son los gastos ocasionados por la Escritura Pública, Registro Mercantil, libros, licencias e impuesto de operaciones societarias (1% del capital social).

Respecto a las previsiones de crecimiento para los próximos años, se ha estimado un aumento de 2% para cada una de las partidas, excepto en publicidad donde, debido a la importancia de emprender dichas acciones para posicionarnos en el mercado, se estima que el aumento anual será de un 5%.

De nuevo estableceremos aquí un escenario pesimista ya que en función de la ocupación la partida suministros disminuirá al haber menor número de clientes, en este caso a 150,0€ como indica Tabla 6.23 Otros gastos de explotación en escenario pesimista.

Tabla 6.23 Otros gastos de explotación en escenario pesimista

OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN	AÑO 1	INCREMENTO AÑO 2	AÑO 2	INCREMENTO AÑO 3	AÑO 3
Suministros	150,0	2%	153,0	2%	156,1
Televisión e internet	432,0	2%	440,6	2%	449,5
Seguros	325,0	2%	331,5	2%	338,1
Reparaciones y conservación	800,0	2%	816,0	2%	832,3
Calidad	950,0	2%	969,0	2%	988,4
Informática	300,0	2%	306,0	2%	312,1
Publicidad	1.581,0	5%	1.660,1	5%	1.743,1
Gastos constitución	2.100,0	-	-	-	-
Total	6.638,0 €	-	4.676,2 €	-	4.819,5 €

Fuente: Elaboración propia

6.2.6 Amortizaciones

En la Tabla 6.24 Amortizaciones podemos ver de forma desglosada la previsión de amortizaciones. Se han decidido hacer por el método de amortización lineal a lo largo de la vida útil de cada uno de los elementos a amortizar.



Tabla 6.24 Amortizaciones

AMORT. INMOVILIZ. MATERIAL	Valor adquisición	Valor residual	Vida útil (años)	Amortiz. Anual (lineal)
Construcciones (sin terreno)	173.000,0	63.000,0	30	3.666,7
Instalaciones técnicas	5.233,9	0,0	20	261,7
Mobiliario	22.000,0	0,0	12	1.833,3
AMORT. INMOVILIZ. INTANGIBLE	Valor adquisición	Valor residual	Vida útil (años)	Amortiz. Anual (lineal)
Aplicaciones informáticas	500,0	0,0	5	100,0

Fuente: Elaboración propia

Cabe señalar en cuanto a las construcciones que solo amortizamos la edificación y su reforma, sin terrenos, y en cuanto a su valor residual será su valor actual sin la reforma, es decir, la aportación que realizan los socios.

6.2.7 Impuesto Valor Añadido

Antes de elaborar la cuenta de resultados, hay que comentar que hemos tenido en cuenta la repercusión del IVA. Por un lado debemos repercutir el 8% de IVA de nuestras ventas (tipo reducido aplicado al servicio de hostelería) y por otro soportar el 18% en los gastos. A continuación se detallan su cálculo en la

Tabla 6.25 IVA soportado en Consumos escenario normal, Tabla 6.27 Liquidación IVA en escenario normal, Tabla 6.28 IVA soportado en Consumos escenario pesimista, Tabla 6.29 IVA soportado en resto de Gastos de Explotación en escenario pesimista y Tabla 6.30 Liquidación de IVA en escenario pesimista.

Tabla 6.25 IVA soportado en Consumos escenario normal

CONSUMOS	IVA SOPORTADO AÑO 1	IVA SOPORTADO AÑO 2	IVA SOPORTADO AÑO 3
Alimentación e higiene	198	201,96	205,9992

Fuente: Elaboración propia



Tabla 6.26 IVA soportado en resto de Gastos de Explotación en escenario normal

OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN	IVA SOPORTADO AÑO 1	IVA SOPORTADO AÑO 2	IVA SOPORTADO AÑO 3
Suministros	54	55,1	56,2
Televisión e internet	77,76	79,3	80,9
Seguros	-	-	-
Reparaciones y conservación	144	146,9	149,8
Calidad	171	174,4	177,9
Informática	54	55,1	56,2
Publicidad	284,58	298,8	313,7
Gastos constitución	378	-	-
Total	785,3 €	809,6 €	834,7 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.27 Liquidación IVA en escenario normal

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
TOTAL IVA REPERCUTIDO	1.635,2	1.733,4	1.872,0
TOTAL IVA SOPORTADO	983,3	1.011,5	1.040,7
LIQUIDACIÓN DE IVA	651,9	721,8	831,3

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.28 IVA soportado en Consumos escenario pesimista

CONSUMOS	IVA SOPORTADO AÑO 1	IVA SOPORTADO AÑO 2	IVA SOPORTADO AÑO 3
Alimentación e higiene	126	128,52	131,0904

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.29 IVA soportado en resto de Gastos de Explotación en escenario pesimista

OTROS GASTOS DE EXPLOTACIÓN	IVA SOPORTADO AÑO 1	IVA SOPORTADO AÑO 2	IVA SOPORTADO AÑO 3
Suministros	27	27,5	28,1
Televisión e internet	77,76	79,3	80,9
Seguros	-	-	-
Reparaciones y conservación	144	146,9	149,8
Calidad	171	174,4	177,9
Informática	54	55,1	56,2
Publicidad	284,58	298,8	313,7
Gastos constitución	378	-	-
Total	758,3 €	782,0 €	806,6 €

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.30 Liquidación de IVA en escenario pesimista

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
TOTAL IVA REPERCUTIDO	1.210,1	1.282,7	1.385,3
TOTAL IVA SOPORTADO	884,3	910,6	937,7
LIQUIDACIÓN DE IVA	325,8	372,1	447,6

Fuente: Elaboración propia

6.2.8 Pérdidas y Ganancias Previsional

Con la información tratada hasta el momento, ya podemos confeccionar las cuentas de Pérdidas y Ganancias previsionales para los 3 primeros años de vida de la empresa.

La cuenta de pérdidas y ganancias a final de ejercicio para los escenarios normal y pesimista las podemos ver respectivamente, en la Tabla 6.31 Cuenta de Pérdidas y Ganancias previsionales en escenario normal y Tabla 6.32 Cuenta de Pérdidas y Ganancias previsionales en escenario pesimista.



Tabla 6.31 Cuenta de Pérdidas y Ganancias previsional en escenario normal

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Previsional	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	20.440,5	21.667,0	23.400,3
Subvenciones	3.813,9	3.813,9	3.813,9
Consumos	1.100,0	1.122,0	1.144,4
MARGEN BRUTO (MB)	23.154,4	24.358,9	26.069,8
Otros Gastos de Explotación	6.788,0	4.829,2	4.975,6
Amortizaciones	5.861,7	5.861,7	5.861,7
RTDO. DE EXPLOTACION (BAII)	10.504,7	13.668,0	15.232,5
Gastos financieros	3.811,1	1.642,4	1.204,5
RDO ANTES DE IMPUESTOS (BAI)	6.693,7	12.025,6	14.028,0
Impuesto Sociedades	1.673,4	3.006,4	3.507,0
Tipo Impositivo (25%)	0,25	0,25	0,25
RDO DEL EJERCICIO (BN)	5.020,3	9.019,2	10.521,0
CASH - FLOW	10.882,0	14.880,9	16.382,7

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.32 Cuenta de Pérdidas y Ganancias previsional en escenario pesimista

Cuenta de Pérdidas y Ganancias Previsional	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ventas	15.126,3	16.033,9	17.316,6
Subvenciones	3.051,1	3.051,1	3.051,1
Consumos	700,0	714,0	728,3
MARGEN BRUTO (MB)	17.477,4	18.371,0	19.639,4
Otros Gastos de Explotación	6.638,0	4.676,2	4.819,5
Amortizaciones	5.861,7	5.861,7	5.861,7
RTDO. DE EXPLOTACION (BAII)	4.977,7	7.833,1	8.958,2
Gastos financieros	3.811,1	1.642,4	1.204,5
RDO ANTES DE IMPUESTOS (BAI)	1.166,7	6.190,7	7.753,7
Impuesto Sociedades	291,7	1.547,7	1.938,4
Tipo Impositivo (25%)	0,25	0,25	0,25
RDO DEL EJERCICIO (BN)	875,0	4.643,0	5.815,3
CASH - FLOW	6.736,7	10.504,7	11.677,0

Fuente: Elaboración propia



6.3 Balances de Situación Previsional

Los Balances de Situación previsionales a final de ejercicio para los dos escenarios son los que se muestran respectivamente en la Tabla 6.33 Balance de Situación previsional en escenario normal y Tabla 6.34 Balance de Situación previsional en escenario pesimista.

Tabla 6.33 Balance de Situación previsional en escenario normal

Balance de Situación Previsional	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
TOTAL ACTIVO	254.482,6	253.995,5	248.738,6
A) ACTIVO NO CORRIENTE	221.872,2	216.010,5	210.148,8
Inmovilizado Intangible	400,0	300,0	200,0
Inmovilizado Material	221.472,2	215.710,5	209.948,8
B) ACTIVO CORRIENTE	32.610,4	37.984,9	38.589,8
Existencias	1.100,0	1.122,0	1.144,4
Realizable	0,0	0,0	0,0
Disponible	31.510,4	36.862,9	37.445,4
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	254.482,6	253.995,4	248.738,6
A) PATRIMONIO NETO	210.623,3	215.828,6	222.535,7
A-1) Fondos Propios	100.020,3	109.039,5	119.560,4
Capital	95.000,0	95.000,0	95.000,0
Reservas		5.020,3	14.039,5
Resultado del ejercicio	5.020,3	9.019,2	10.521,0
A-3) Subvenciones	110.603,1	106.789,2	102.975,3
B) PASIVO NO CORRIENTE	31.334,6	21.354,7	10.916,8
Deudas a largo plazo	31.334,6	21.354,7	10.916,8
C) PASIVO CORRIENTE	12.524,7	14.204,0	15.286,1
Deudas a corto plazo	9.542,0	9.979,9	10.437,9
Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar	2.982,7	4.224,1	4.848,3

Fuente: Elaboración propia



Tabla 6.34 Balance de Situación previsional en escenario pesimista

Balance de Situación Previsional	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
TOTAL ACTIVO	226.463,0	219.653,0	212.916,5
A) ACTIVO NO CORRIENTE	221.872,2	216.010,5	210.148,8
Inmovilizado Intangible	400,0	300,0	200,0
Inmovilizado Material	221.472,2	215.710,5	209.948,8
B) ACTIVO CORRIENTE	4.590,8	3.642,5	2.767,7
Existencias	700,0	714,0	728,3
Realizable	0,0	0,0	0,0
Disponibile	3.890,8	2.928,5	2.039,4
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	226.463,0	219.652,9	212.916,5
A) PATRIMONIO NETO	184.357,4	185.949,4	188.713,5
A-1) Fondos Propios	95.875,0	100.518,0	106.333,3
Capital	95.000,0	95.000,0	95.000,0
Reservas		875,0	5.518,0
Resultado del ejercicio	875,0	4.643,0	5.815,3
A-3) Subvenciones	88.482,4	85.431,3	82.380,2
B) PASIVO NO CORRIENTE	31.334,6	21.354,7	10.916,8
Deudas a largo plazo	31.334,6	21.354,7	10.916,8
C) PASIVO CORRIENTE	10.771,0	12.348,9	13.286,2
Deudas a corto plazo	9.542,0	9.979,9	10.437,9
Acreeedores comerciales y otras cuentas a pagar	1.228,9	2.369,0	2.848,3

Fuente: Elaboración propia

En cuanto a su cálculo por sus masas patrimoniales podemos indicar:

- Activo no corriente: los respectivos inmovilizados ya fueron detallados en el apartado 6.1.2 Inversión. Además, cada partida de inmovilizado es minorada por su amortización anual.
- Activo corriente: Las existencias la forman los consumos detallados en el apartado 6.2.3 Consumos de Explotación. No disponemos de realizable puesto que nuestros clientes pagan al contado. El disponible está formado por los cobros recibidos por bancos menos los pagos.
- Patrimonio neto: se concretó en el apartado 6.1.3.1 Patrimonio Neto.
- Pasivo no corriente: se concretó en el apartado 6.1.3.2 Financiación a Largo Plazo.
- Pasivo corriente: Primeramente, la deuda a corto plazo se deriva del cálculo en el apartado 6.1.3.2 Financiación a Largo Plazo. Además, se compone de acreedores comerciales donde asumimos que una doceava parte de mis consumos y gastos de explotación está pendiente de pago, a 30 días. Finalmente, en otras cuentas a pagar está el pago a las administraciones públicas: el impuesto de sociedades y la liquidación del IVA que en nuestro caso es a pagar.

6.4 Análisis de Ratios

6.4.1 Introducción

En este apartado vamos a realizar un análisis económico financiero con la finalidad de completar la visión de la creación de Edén S.L. Analizaremos aspectos como la liquidez, el endeudamiento o la rentabilidad. Además para completar el análisis se compararan los ratios de la empresa con la media del sector de turismo rural en Asturias, en concreto, con 34 alojamientos de características similares a las que tendrá Edén S.L. En la Tabla 6.35 Media de los ratios de empresas del sector se pueden ver estas medias.

Tabla 6.35 Media de los ratios de empresas del sector

RATIO	Importe
Rentabilidad Económica	1,81
Rentabilidad Financiera	7,45
Liquidez General	1,36
Endeudamiento	0,46

Fuente: Elaboración propia a partir de datos del SABI

6.4.2 Análisis de la Liquidez

En este apartado analizaremos el ratio de liquidez y el de tesorería, expuesto en la Tabla 6.36 Análisis de la Liquidez, para orientarnos acerca del nivel de liquidez de nuestra empresa. Se comparará la evolución en el tiempo de los dos escenarios con la media del sector.

Tabla 6.36 Análisis de la Liquidez

	ESCENARIO NORMAL			ESCENARIO PESIMISTA			INDICE REFERENCIA
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 1	Año 2	Año 3	
LIQUIDEZ GENERAL	2,60	2,67	2,69	1,39	1,13	0,99	1,5-2
TESORERÍA	2,52	2,60	2,70	1,32	1,08	0,94	1

Fuente: Elaboración propia

El ratio de liquidez general compara el activo corriente con el pasivo corriente indicando si el negocio tiene el dinero para cumplir con sus obligaciones de corto plazo y la capacidad que tienen los activos corrientes si se los liquidan de cubrir los pasivos corrientes.

En el escenario normal se observa que desde el primer año el valor del ratio está por encima de los valores del índice de referencia y en aumento lo que se explica en parte por el endeudamiento de la empresa que muestra una trayectoria descendente. Los ratios indican que con el activo corriente cubrimos más de 2 veces mis obligaciones a corto plazo, dándose un exceso de liquidez que puede comportar la existencia de activos ociosos, no obstante es vital para la supervivencia de la empresa que se asegure la liquidez en los primeros años de



existencia. En cuanto al escenario pesimista la empresa tendrá una liquidez más ajustada sector, lo que no le impedirá afrontar cualquier pago que le pueda surgir.

El otro ratio a analizar es el de tesorería, para su cálculo solamente se tiene en cuenta el realizable y disponible. Su evolución es muy similar al anterior ratio. En el escenario normal se obtienen valores por encima de uno, que es la referencia general para este ratio. Además el valor aumenta cada año ya que los beneficios obtenidos se inmovilizarán en la empresa para garantizar la liquidez. Mientras, en el escenario pesimista los valores del ratio son menores pero aun así están por encima del valor recomendado, asegurando por tanto la cobertura de los pagos.

Una vez obtenidos los valores de los ratios para Edén S.L., lo compararemos con la media del sector. En el caso de la liquidez general, el nivel del mismo está por encima de la media de las empresas del sector, 1, 36. En el escenario normal es superior en más de un 1 punto confirmando el exceso de liquidez anteriormente comentado. En el escenario pesimista los valores son más cercanos a los del sector aunque en el caso de los años 2 y 3 no lo alcanzan. Como ya se ha comentado, en general la capitalización de la empresa debida a la no distribución de resultados contribuye en gran medida a estos niveles de liquidez.

6.4.3 Análisis del Endeudamiento

En la Tabla 6.37 Análisis del Endeudamiento, se muestran para los dos escenarios los niveles de endeudamiento. Con ellos se analizará la estructura financiera de Edén S.L.

Tabla 6.37 Análisis del Endeudamiento

	ESCENARIO NORMAL			ESCENARIO PESIMISTA			INDICE REFERENCIA
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 1	Año 2	Año 3	
ENDEUDAMIENTO	0,17	0,14	0,11	0,18	0,15	0,11	0,4-0,6
AUTONOMÍA	2,28	3,07	4,56	2,28	2,99	4,41	0,7-1,5
SOLVENCIA	5,80	7,14	9,49	5,62	6,81	9,20	1,7

Fuente: Elaboración propia

En primer lugar el ratio de endeudamiento refleja el total de la financiación ajena en la estructura financiera de la empresa. Muestra la relación entre las deudas totales y el total de patrimonio neto más pasivo. En el escenario normal vemos como disminuye año tras año al devolver las cuotas correspondientes al préstamo, por eso la deuda disminuye a la vez que aumentan los fondos propios. En el escenario pesimista el endeudamiento es similar pues prácticamente el endeudamiento se compone solo del préstamo.

El siguiente ratio a analizar es el de autonomía, éste expresa la relación que existe entre las fuentes de financiación propia y ajena. El valor de este ratio experimentará una evolución contraria a la reflejada por el ratio de endeudamiento, es decir, ante incrementos del ratio de endeudamiento, el ratio autonomía de la empresa disminuirá y viceversa. En el escenario normal el valor del ratio aumenta como consecuencia del menor endeudamiento que existe, situación que contribuirá a que la empresa sea más solvente y sea más remota la posibilidad de que tenga problemas financieros. En el escenario pesimista ocurre lo mismo, el



valor del ratio también aumenta aunque a menor ritmo ya que el exigible es similar al que se da en el escenario normal mientras que los capitales propios aumentan en una menor proporción. En ambos escenarios, la capitalización de los beneficios de la empresa al no distribuir resultados es el principal responsable de tal elevada autonomía financiera.

El ratio de de garantía o solvencia mide la capacidad que tiene la empresa para hacer frente, con la totalidad de su activo, a sus deudas tanto a largo como a corto plazo. Si analizamos el escenario normal, se observan valores muy superiores al valor recomendado con lo que se asegura poder responder ante cualquier deuda que le surja. En el escenario pesimista la solvencia también aumenta pero los valores son menores debido al menor resultado de los ejercicios de este escenario.

Por último estableceremos al igual que en el apartado anterior una comparativa con el endeudamiento medio del sector. Para el conjunto del sector el ratio de endeudamiento es de 0,46. En este sentido tanto en el escenario normal como en el pesimista el coste de la financiación a la que recurrimos es inferior a la media de las empresas del mismo sector puesto que no nos ha hecho falta endeudarnos mucho debido a las aportaciones de los socios.

6.4.4 Análisis de la Rentabilidad Económica

La rentabilidad económica mide la productividad de los activos por lo que el rendimiento que obtengamos de éstos deberá ser superior a lo que le cuesta financiarlos. Dicho ratio establece la relación entre el beneficio antes de impuestos e intereses (BAII) y el activo total que se obtiene de las inversiones sin considerar la estructura financiera de la empresa. Los ratios de la rentabilidad económica se muestran en la Tabla 6.38 Análisis de la Rentabilidad Económica.

Tabla 6.38 Análisis de la Rentabilidad Económica

	ESCENARIO NORMAL			ESCENARIO PESIMISTA			SECTOR
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 1	Año 2	Año 3	
RENTABILIDAD ECONÓMICA	4,13%	5,38%	6,12%	2,25%	3,56%	4,17%	1,81%

Fuente: Elaboración propia

La rentabilidad económica en ambos escenarios va en aumento cada año ya que aumenta más rápidamente el nivel de ventas respecto al activo. Consideramos que la rentabilidad económica es aceptable porque es superior a 0 y mejora año tras año. En el escenario pesimista la rentabilidad económica reduce sus valores porque el beneficio es menor, reduciéndose en casi la mitad, proporción similar en la que disminuyen el resultado de explotación.

Respecto a la rentabilidad económica del sector, se obtienen valores durante los tres años muy superiores a la media obtenida por el resto de alojamientos de turismo rural, 1,81%, lo cual confirma la buena productividad de los activos por encima del resto de empresas de turismo rural de Asturias.



6.4.5 Análisis de la Rentabilidad Financiera

La rentabilidad financiera muestra el rendimiento extraído a los capitales propios, o sea, los capitales aportados por los propietarios. La rentabilidad financiera relaciona el beneficio generado a partir de la inversión realizada por los propietarios. Los ratios referentes a la misma se muestran en la Tabla 6.39 Análisis de la Rentabilidad Financiera.

Tabla 6.39 Análisis de la Rentabilidad Financiera

	ESCENARIO NORMAL			ESCENARIO PESIMISTA			SECTOR
	Año 1	Año 2	Año 3	Año 1	Año 2	Año 3	
RENTABILIDAD FINANCIERA	2,38%	4,18%	4,73%	0,58%	2,50%	3,05%	7,45%

Fuente: Elaboración propia

La rentabilidad financiera en ambos escenarios es positiva durante los tres años mejorando cada año a causa de que el beneficio aumenta cada año en mayor proporción que lo hacen los fondos propios.

Se consideran valores aceptables al ser positivos. Los valores del escenario normal son bastante mejores que los del pesimista debido a los beneficios pero al menos obtenemos en el pesimista una rentabilidad positiva.

Por último nos fijaremos en la media que toma este valor en el sector, siendo la rentabilidad financiera media del 7,45%. En nuestro caso en ningún año de los dos escenarios se alcanza esta rentabilidad, no obstante, hay que pensar que en los primeros años de vida de la empresa es bastante común que no se alcance la misma rentabilidad de empresas que en algunos casos llevan años funcionando pero puesto que es una tendencia ascendente se espera alcanzarla.



6.5 Análisis dinámico del proyecto: VAN Y TIR

6.5.1 Introducción

Para realizar este análisis tendremos en cuenta los flujos derivados del desarrollo de la actividad ejercida. Para su cálculo hay que partir de los flujos de tesorería netos de cada periodo.

Las herramientas que utilizaremos son:

- El Valor Actual Neto (VAN).
- La Rentabilidad Interna de la Operación (TIR).

A continuación explicaremos el significado de cada uno de ellos y haremos los cálculos necesarios para obtenerlos.

6.5.2 VAN

El Valor Actual Neto (VAN) es el valor que se obtiene después de descontar los flujos de caja que se generan con el proyecto a una tasa de rentabilidad exigida. Por tanto, el VAN debe de entenderse como el beneficio que crea el proyecto teniendo en cuenta la variable tiempo y el coste de los recursos utilizados.

Si el proyecto tiene un VAN positivo el proyecto será rentable. Entre dos o más proyectos, el más rentable será el que tenga un VAN más alto. Si el VAN es nulo significa que la rentabilidad del proyecto es la misma que al invertir el dinero en el mercado a la misma tasa de descuento utilizada.

En nuestro caso para el cálculo del VAN se han utilizado los flujos de caja de los tres primeros años de actividad de la empresa, tanto para el escenario normal como para el pesimista. Se ha utilizado este intervalo porque hemos considerado que los primeros años son determinantes para el éxito de la empresa.

Los flujos de caja para el escenario normal se ven en la Tabla 6.40 Cálculo flujos de caja en escenario normal y Tabla 6.41 Flujos de caja en escenario normal. Y los flujos de caja para el escenario pesimista se ven en la Tabla 6.42 Cálculo flujos de caja en escenario pesimista y Tabla 6.43 Flujos de caja en escenario pesimista.



Tabla 6.40 Cálculo flujos de caja en escenario normal

ESCENARIO NORMAL	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
COBROS			
Subvención	114.417,0	-	-
Capital (recursos propios)	5.000,0	-	-
Préstamo	50.000,0	-	-
Ventas a clientes	20.440,5	21.667,0	23.400,3
Total Cobros	189.857,5	21.667,0	23.400,3
PAGOS			
Devolución préstamo	9.123,4	9.542,0	9.979,9
Consumos	1.100,0	1.122,0	1.144,4
Suministros	300,0	306,0	312,1
Televisión e internet	432,0	440,6	449,5
Seguros	325,0	331,5	338,1
Reparaciones y conservación	800,0	816,0	832,3
Calidad	950,0	969,0	988,4
Informática	300,0	306,0	312,1
Publicidad	1.581,0	1.660,1	1.743,1
Gastos financieros	3.811,1	1.642,4	1.204,5
H.P. IVA acreedora	651,9	721,8	831,3
Impuesto Sociedades	-	1.673,4	3.006,4
Total Pagos	19.374,4	19.530,9	21.142,1
FLUJO DE CAJA PROYECTO	170.483,1	2.136,1	2.258,2

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.41 Flujos de caja en escenario normal

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
FC PROYECTO	-141.033,9	170.483,1	2.136,1	2.258,2

Fuente: Elaboración propia

**Tabla 6.42 Cálculo flujos de caja en escenario pesimista**

ESCENARIO PESIMISTA	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
COBROS			
Subvención	102.000,0	-	-
Capital (recursos propios)	5.000,0	-	-
Préstamo	50.000,0	-	-
Ventas a clientes	15.126,3	16.033,9	17.316,6
Total Cobros	172.126,3	16.033,9	17.316,6
PAGOS			
Devolución préstamo	9.123,4	9.542,0	9.979,9
Consumos	700,0	714,0	728,3
Suministros	150,0	153,0	156,1
Televisión e internet	432,0	440,6	449,5
Seguros	325,0	331,5	338,1
Reparaciones y conservación	800,0	816,0	832,3
Calidad	950,0	969,0	988,4
Informática	300,0	306,0	312,1
Publicidad	1.581,0	1.660,1	1.743,1
Gastos financieros	3.811,1	1.642,4	1.204,5
H.P. IVA acreedora	325,8	372,1	447,6
Impuesto Sociedades	-	378,9	1.634,9
Total Pagos	18.498,2	17.325,7	18.814,7
FLUJO DE CAJA	153.628,1	-1.291,8	-1.498,1

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.43 Flujos de caja en escenario pesimista

	AÑO 0	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
FC PROYECTO	-141.033,9	153.628,1	-1.291,8	-1.498,1

Fuente: Elaboración propia

A continuación, vamos a calcular el valor que crea el proyecto Edén S.L., es decir, el beneficio que va a generar.

El primer paso que llevaremos a cabo será el cálculo de la tasa de actualización que debemos usar. Los flujos de caja han de ser cubiertos por recursos propios y ajenos y servirán para remunerar a ambas fuentes de financiación. Por tanto, estos flujos deben de ser descontados o actualizados al coste promedio ponderado del conjunto de recursos, ya sean propios o ajenos, usados en cada momento. Este coste promedio es el Coste Medio Ponderado del Capital (CMPC).

Su cálculo es el siguiente:



CMPC = Coste de la deuda del proyecto * (Recursos Ajenos con coste usados/ Recursos Totales usados) + Coste de los Recursos Propios* (Recursos aportados por los promotores / Recursos Totales usados).

Donde:

Coste de la deuda del proyecto es el TAE anteriormente calculado en el préstamo.

Coste recursos propios ó Coste de oportunidad del promotor = Prima de riesgo + Tasa libre de riesgo.

La prima de riesgo se refiere al riesgo del mercado y asumiremos que toma un valor del 8%.

La tasa libre de riesgo se refiere a que una determinada inversión, ofrece un rendimiento seguro. Se suele utilizar el rendimiento de los Bonos del Tesoro de Estados Unidos o Alemania ya que la probabilidad de no pago de un bono emitido por estos países es muy cercana a cero. Nosotros asumiremos un valor del 2%, tomando como referencia la emisión de Bonos del Tesoro a tres años.

Con esta información podemos calcular el VAN para los dos escenarios, tanto el normal como el pesimista. Estos cálculos los podemos ver en la Tabla 6.44 Cálculo VAN y Tabla 6.45 VAN.

Tabla 6.44 Cálculo VAN

VAN PROYECTO	
Recursos propios	95.000
Recursos ajenos	50.000
Recursos totales	145.000
Coste de la deuda	6,13%
Prima de riesgo	8,00%
Tasa libre de riesgo	2,00%
Coste de los recursos propios	10,00%
Coste Medio Ponderado K	8,67%

Fuente: Elaboración propia

Tabla 6.45 VAN

ESCENARIO NORMAL		ESCENARIO PESIMISTA	
VAN PROYECTO	17.873,28 €	VAN PROYECTO	-1.765,98 €

Fuente: Elaboración propia

Con esta información podemos extraer que el proyecto genera un beneficio económico antes de impuestos de 17.873,28€ en el escenario normal y de -1.765,98€ en el pesimista.



Puesto que hemos basado el cálculo del VAN en unos datos estimados de la tasa de actualización, en la Tabla 6.46 Sensibilidad a la tasa de actualización en escenario normal se analiza la sensibilidad de la inversión a su tasa de actualización. Observamos que una tasa de un 23,17% como máximo seguiría resultando en un VAN positivo.

Tabla 6.46 Sensibilidad a la tasa de actualización en escenario normal

Tasa de actualización	VAN
0%	33.843,54 €
5%	24.018,30 €
10%	15.829,79 €
15%	8.967,23 €
20%	3.188,01 €
25%	-1.699,27 €

Fuente: Elaboración propia

En un escenario pesimista se analiza su sensibilidad en la Tabla 6.47 Sensibilidad a la tasa de actualización en escenario pesimista. La tasa no puede alcanzar un máximo de 7,15% pues el VAN pasaría a ser negativo.

Tabla 6.47 Sensibilidad a la tasa de actualización en escenario pesimista

Tasa de actualización	VAN
0%	9.804,28 €
5%	2.678,81 €
10%	-3.241,05 €
15%	-8.179,19 €
20%	-12.312,11 €
25%	-15.780,17 €

Fuente: Elaboración propia

6.5.3 TIR

Para completar el método dinámico que estamos llevando a cabo utilizaremos la herramienta de la Tasa Interna de Retorno o TIR. La TIR muestra la rentabilidad de una inversión en términos porcentuales. Es aquella tasa de interés con la cual el VAN es igual a cero, y se utiliza para decidir sobre la aceptación o rechazo de un proyecto de inversión de manera que si supera la tasa de corte se acepta la inversión. En nuestro caso para decidir sobre la aceptación o rechazo la compararemos con el Coste Medio Ponderado del Capital.

Es interesante acompañar el VAN de esta herramienta pues su utilización conjunta permitirá juzgar la inversión desde el punto de vista porcentual y absoluto, considerando siempre la variable tiempo.

Para el cálculo de la TIR, al igual que hicimos con el VAN, utilizaremos los flujos de caja.

En la Tabla 6.48 TIR, se puede ver la TIR del proyecto para los dos escenarios:



Tabla 6.48 TIR

ESCENARIO NORMAL		ESCENARIO PESIMISTA	
TIR PROYECTO	23,17%	TIR PROYECTO	7,15%

Fuente: Elaboración propia

Una vez calculadas estas tasas las compararemos con el Coste Medio Ponderado del Capital para ver si supera el coste de usar los recursos ajenos y propios.

El CMPC es del 8,67%, por tanto en el escenario normal la rentabilidad del proyecto es mayor que el coste de la financiación ajena y propia, es decir, el proyecto genera más dinero que lo que cuesta financiarlo. La rentabilidad neta (TIR menos CMPC) es del 14,5 %. Esto indica que en este escenario el proyecto es atractivo.

En el escenario pesimista la TIR se queda a algo por debajo del valor del CMPC dejando sin cubrir tan solo el 1,52% de su coste de financiarlo.

Con estos datos podemos concluir que vale la pena que los socios inviertan su dinero en Edén S.L. porque en el escenario normal la rentabilidad neta es superior a cero. En el escenario pesimista si bien es cierto que no se llega a cubrir el coste de oportunidad, hay que pensar que este coste se ha establecido en un porcentaje bastante alto al habernos puesto en un escenario conservador.

6.5.4 Análisis dinámico

En este apartado consideraremos conjuntamente los resultado obtenidos con el VAN y el TIR de forma que se complementen ambas herramientas.

En la Tabla 6.49 Cuadro Resumen Análisis Dinámico se pueden ver de forma resumida los datos de VAN y TIR comentados anteriormente.

Tabla 6.49 Cuadro Resumen Análisis Dinámico

ESCENARIO NORMAL		ESCENARIO PESIMISTA	
VAN	17.873,28 €	VAN	-1.765,98 €
TIR BRUTA	23,17%	TIR BRUTA	7,15%
TIR NETA	14,50%	TIR NETA	-1,52%

Fuente: Elaboración propia

En el escenario normal se crea un beneficio actualizado de 17.873,28€ y que tanto la TIR bruta como la neta son positivas. De modo que en este escenario sería muy recomendable llevar a cabo la inversión.

En el escenario pesimista tanto el VAN como la TIR neta son negativos pero no lo consideramos razón suficiente para paralizar el proyecto. Debemos tener en cuenta que se debe en parte porque la prima de riesgo que hemos considerado es bastante alta para ponernos en un supuesto poco arriesgado, y aun así la TIR neta está próxima a cero, y solo en este escenario conservador. Por todo esto creemos que merece la pena seguir adelante.

Con estos datos podemos concluir que considerando los flujos de caja de la empresa van a crear un valor suficiente como para superar los costes medios ponderados. Además solo



se ha tenido en cuenta un horizonte de 3 años, los más decisivos, pero posteriormente cada año se irán mejorando estos valores y el proyecto resultará cada vez más rentable. Por tanto es interesante seguir adelante con el proyecto.



Capítulo 7. Conclusiones

En este apartado sintetizaremos los aspectos más importantes después de la realización de cada uno de los capítulos y teniendo en cuenta los objetivos que se establecieron al principio.

Por tanto, procederemos a clasificar las conclusiones según cada uno de los capítulos de nuestro plan de empresa: análisis del sector, análisis de la empresa, recursos humanos, plan de marketing y plan económico y financiero.



7.1 Análisis del Sector

El sector del turismo rural ha ido ganando cuota de mercado en los últimos años debido al cambio que ha sufrido el sector turismo marcado por la segmentación de mercado, el desarrollo sostenible y un nuevo perfil de turista más maduro y activo. Incluso vimos cómo la actual coyuntura económica también ha favorecido al sector.

Actualmente España vive una fase de expansión para el turismo rural pero su rentabilidad media es inferior al 10% lo cual nos concierne en que la dedicación a este negocio no debe considerarse una actividad exclusiva sino secundaria.

El generalizado exceso de oferta y su estacionalidad no serán una barrera si sabemos aprovechar la oportunidad de negocio que se genera especialmente durante festividades y vacaciones de verano donde Asturias tiene una creciente demanda a cubrir, es una de las comunidades líder en ocupación en estos periodos y su estancia media supera las 4 pernoctaciones, muy por encima de la media nacional.

Por otra parte, debido a la unificación de los conceptos ocio y turismo, priorizaremos que el cliente pueda programar su viaje y adaptarlo a sus preferencias.

Del análisis de la competencia se desprende que existen varias empresas que nos serán competencia directa y por ello como también se indica en el diagnóstico (mediante DAFO y CAME) competiremos por diferenciación principalmente en los siguientes aspectos: en calidad (asociándonos y por distintivos de calidad ya que hay muy pocos en Cudillero), potenciaremos la integración del turista en el entorno rural (gastronomía, actividades de ocio y culturales de la mano de profesionales formados), priorizaremos el cuidado del medio ambiente y la limpieza de la casa, personalizaremos el trato al cliente y su participación al diseñar sus vacaciones (adaptándonos a todo colectivo como también son los turistas extranjeros o minusválidos) e importante inversión a la hora de promocionarnos.

7.2 Análisis de la Empresa

En este capítulo concretamos las bases de la empresa como lo es la localización en Cudillero y sus atractivos, la modalidad como casa de aldea y su descripción, además de la legislación aplicable que como tal debe cumplir.

Para financiarlo, contaremos con la ayuda denominada LEADER del Programa de Desarrollo Rural en el Principado de Asturias.

Puesto que uno de nuestros fuertes será competir en calidad, se cuidará su gestión y control por ejemplo mediante manuales y registros de calidad, encuestas de satisfacción, estudio de reclamaciones y cumplimiento de los principios de la Gestión de la Calidad Total. Poseeremos la marca de calidad "Aldeas de Asturias. Calidad Turística", la categoría máxima de trisqueles y adhesión al SICTED. Todo ello nos exigirá auditorías anuales de calidad.

Se concluye que la forma jurídica que mejor se adapta a nuestras necesidades es la de Sociedad Limitada, decisión basada en que somos 2 socios, se desea asumir una responsabilidad limitada y la cantidad limitada de capital que los socios pueden aportar. También hemos recopilado toda la información necesaria acerca de los trámites legales necesarios para constituir la sociedad así como resto de requisitos legales en el caso de un alojamiento de turismo rural.



7.3 Recursos Humanos

En cuanto al personal, la empresa se inicia tan solo con el trabajo de sus 2 socias, cuya retribución será a cuenta de la distribución de resultados y quienes asumirán las diferentes funciones de los departamentos en los que se ha segmentado la empresa. En un futuro se estudiará contratar los guías y monitores turísticos mientras que la limpieza y la administración serán subcontratadas debido a su pequeño volumen.

7.4 Plan de Marketing

En el plan de marketing se han formulado las estrategias a seguir con cada uno de los servicios así como las acciones comerciales a seguir.

Nos dirigiremos principalmente a un público objetivo medianamente joven y activo y de un nivel económico medio-alto. Para cubrir sus necesidades se ha configurado la política de producto por la que se ofrecerán un “servicio básico” de hospedaje y también de restauración y ocio para combatir la estacionalidad y conseguir una mayor rentabilidad. Sus respectivos atributos (“servicios formales y ampliados”) serán los que nos diferencien para que el cliente nos elija así como los que nos aporten un valor añadido como la calidad.

La política de precios se basa en el método basado en la competencia y se han tomado una serie de decisiones que permitirán posicionarnos como líderes en precios en algunos servicios y por otra parte también se han establecido precios únicos o partidos, siempre teniendo en cuenta el gran poder táctico de esta variable.

Las políticas de promoción y comunicación son las que pondrán los servicios a disposición de los clientes potenciales. Las acciones comerciales se harán principalmente mediante Internet y teléfono anunciando la existencia de una nueva casa y sus puntos fuertes, además de mediante otras acciones como la distribución de trípticos. Será reforzado por promociones como sorteos.

7.5 Plan Económico Financiero

Para la realización de este plan hemos tenido en cuenta que los aspectos financieros deben garantizar la viabilidad del proyecto.

Primeramente se ha establecido la estructura de activo inicial y las fuentes de financiación necesarias para invertir en él. A partir de la realización de la Cuenta de Pérdidas y Ganancias y Balance de Situación Previsionales para los primeros 3 años de vida de la empresa vemos por el análisis de ratios la previsión de la siguiente situación económico-financiera:

La situación de liquidez nos permitirá afrontar nuestras obligaciones a corto plazo superando la media del sector excepto en un escenario pesimista pero al menos en el peor de los casos seguiría asegurando la cobertura de los pagos. Aunque en un escenario normal existe la posibilidad de la existencia de activos ociosos queremos tener una situación de liquidez lo suficientemente sobrada como para no poner en peligro la atención de los pagos.

En cuanto al endeudamiento podremos responder a nuestras deudas y cada año la empresa será más solvente con una gran autonomía financiera. Los valores del ratio en ambos escenarios, aunque menores que la media del sector, aseguran poder responder a cualquier deuda que surja gracias a las aportaciones de los socios y por ello un menor endeudamiento.



La rentabilidad económica para ambos escenarios indica poseer unos activos bastante productivos y cada año más y siempre superiores a la media del sector en Asturias que es muy limitada.

Con respecto a la rentabilidad financiera los valores obtenidos se puede decir que son aceptables teniendo en cuenta que están calculados para los primeros años de vida de la empresa. Por ello, aunque la rentabilidad media del sector es superior pensamos que son suficientes para seguir adelante con el proyecto y que cada año se irá mejorando.

Por último, del análisis dinámico y las herramientas VAN y TIR podemos extraer las siguientes conclusiones:

La empresa proporcionará unos rendimientos aceptables en el escenario normal siendo mayores que los recursos ajenos y propios utilizados para financiarlos. Aunque en el escenario pesimista no alcanza valores positivos pero sí son próximos a 0 y vimos que no son razones para paralizar el proyecto.

Por tanto, la decisión final, considerando toda la información recopilada a lo largo del trabajo es llevar a cabo el proyecto de creación de Edén S.L.



Bibliografía

A continuación se detallará la bibliografía que ha servido de apoyo, tanto libros, como consultas de internet y bases de datos.



- **LIBROS**

- BERMEJO MANUEL (2003) *Crea tu propia empresa: estrategias para su puesta en marcha y supervivencia*. Editorial: McGraw-Hill/Interamericana de España.
- MATEOS RONCO, A; SEGUÍ MÁS, E.; POLO GARRIDO, F.; MARÍ VIDAL, S. (2003) *Análisis Económico Financiero: Supuestos Prácticos*. Editorial: Universidad Politécnica de Valencia.
- MIQUEL S.; MOLLÁ A.; (2002) *Introducción al Marketing*. Editorial: McGraw-Hill/Interamericana de España.
- MIRANDA OLIVÁN, A.; TOMÁS M. (2007) *Cómo elaborar un plan de empresa*. Editorial: Thomson.
- PEÑA, MARIA JOSE; JIMENEZ, PEDRO (2005) *Manual del gestor de alojamientos rurales: turismo rural*. Editorial: Córdoba.
- ROIG MERINO, BERNAT (2004) *Segmentación del mercado turístico español. Turismo en casas rurales [tesis doctoral]*. Editorial: Universidad Politécnica de Valencia.

- **CONSULTAS INTERNET**

- ASETUR. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.ecoturismorural.com/admin/index.php>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- BANCAJA. *Crédito 1ª empresa*. Disponible en: [<http://bancaja.es/productos/fichaProductos.aspx?ID=344>]. Consulta efectuada en: Septiembre 2010.
- BANCO DE ESPAÑA. *Euribor a Nov. 2010*. Disponible en: [<http://www.bde.es/webbde/es/>]. Consulta efectuada en: Octubre 2010.
- BRUJULEA, TU BUSCADOR DE TURISMO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [http://www.brujulea.net/servlet/search?as=anunciarse_ads]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- BUSCA CASA RURAL. Disponible en: [<http://www.buscacasarural.com/propi/alta.asp>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- CÁMARA DE COMERCIO DE GUADALAJARA. *Guía de buenas prácticas ambientales en el sector turismo rural*. Disponible en: [<http://www.turismosostenible.es/monograficos/guias/GBPATurismoRural.pdf>]. Consulta efectuada en Marzo 2009.
- CASA TURISMO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.casaturismorural.com/altas.php>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- CASAS RURALES ALQUILER DE CASAS Y APARTAMENTOS DE TURISMO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.casatealquilo.com/publicidad-alojamientos.htm>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- CASAS RURALES LO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [http://www.lorural.es/anunciar_alojamiento.html]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- CLUB RURAL, OFERTAS TURISMO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.clubrural.com/tarifas-servicios-publicidad.php>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.



- CUDILLERO TURISMO. *Alojamientos rurales, turismo activo, ocio e información turística de Cudillero*. Disponible en: [http://www.cudillero.org/alojamientos-rurales-asturias/cudillero-turismo/quienes-somos_20_1_ap.html]. Consulta efectuada en Marzo 2009.
- DE ASTURIAS. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.deasturias.com/>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- DIRECTORIO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [http://www.directoriorural.com/casa-rural/nueva_alta]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- DIRECTORIO SEO TURISMO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.directorioturismorural.com.es/submit.php>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- DORMIR EN CASAS RURALES. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.dormirencasasrurales.com/condiciones-generales/>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- EL ECONOMISTA. *El turismo en 2009 frente a la crisis*. Disponible en: [<http://www.eleconomista.es/economia/noticias/1134812/03/09/Economia-Turismo-Mesquida-reconoce-que-las-previsiones-para-2009-estan-llenas-de-incertidumbre.html>]. Consulta efectuada en Marzo 2009.
- EL REINO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.elreinorural.com/alta-propietario>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- ENERGYFUTUR. *Presupuesto kit fotovoltaico*. Disponible en: [<http://www.energyfutur.com/Archivos/Tarifas%20Kits%20Fotovoltaica.pdf>]. Consulta efectuada en: Junio 2010.
- ESCAPADA RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.escapadarural.com/nueva-casa>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- ESPACIO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [http://www.espaciorural.com/registrar_propietario.html]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- FEDERACIÓN ASTURIANA DE TURISMO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [http://www.asturiasrural.com/v_portal/usuarios/usuariouno.asp?aa=1]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES. *Decreto 143/2002, de 14 de noviembre, de Alojamientos de Turismo Rural* [http://www.feaav.org/common/mt/compendio/legislacion-sectorial/turismo_rural/asturias/dec_143-02-astur.shtm]. Consulta efectuada en: Octubre 2009.
- FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE ASOCIACIONES DE AGENCIAS DE VIAJES. *Ley 7/2001, de 22 de junio, de turismo en Asturias*. Disponible en: [http://www.feaav.org/common/mt/compendio/legislacion-general/ordenacion/asturias/ley_7-01_astur.shtm]. Consulta efectuada en: Octubre 2009.
- FUENTES DEL NARCEA. *Marca de calidad "Aldeas"*. Disponible en: [http://www.fuentesdelnarcea.org/intranet/documentos/Calidad_y_Medioambiente.pdf]. Consulta efectuada en: Marzo 2010.
- GOOGLE MAPS. *Situación geográfica de la casa*. Disponible en: [<http://maps.google.es/>]. Consulta efectuada en: Febrero 2009.



- GUÍA CASAS RURALES ASTURIAS. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.casasruralesasturias.net/propietarios.htm>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- GUÍAS RURALES. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.ruralesdata.com/scripts/altaplus/index.php?ref=www.guiasrural.es.com>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- INFOASTURIAS, PORTAL OFICIAL DEL TURISMO. *Naturaleza, cultura y ocio en Asturias*. Disponible en: [<http://www.asturias.es/portal/site/infoAsturias/menuitem.4bd441da989e1c76153e931020688a0c/?vgnnextoid=6c492b9521fea110VgnVCM1000008814e40aRCRD&i18n.http.lang=es>] Consulta efectuada en: Octubre 2008
- INSTITUTO DE DESARROLLO ECONÓMICO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS (IDEPA). *Ayudas y subvenciones al turismo*. Disponible en: [http://www.idepa.es/sites/web/idepaweb/servicios/ayudas/buscador/ficha.jsp?resource=/system/idepa/contents/ayudas/ayuda1246363946220.html&ayuda_page=1&searchType=basic§ion=2&csection=5]. Consulta efectuada en: Mayo 2010.
- INSTITUTO DE ESTUDIOS TURÍSTICOS. *Estadísticas del sector turismo 2009 y 2010*. Disponible en: [<http://www.iet.tourspain.es/paginas/home.aspx?idioma=es-ES>]. Consulta efectuada en: Marzo 2010.
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. *Estadística de Hostelería y Turismo en España*. Disponible en: [http://www.ine.es/inebmenu/mnu_hosteleria.htm]. Consulta efectuada en: Octubre 2009 y Octubre 2010.
- LA MEJOR CASA RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.lamejorcasarural.com/publicar.php>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- MASIAS TURISMO RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.masiasturismorural.com/altapublicidad.htm>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- MINISTERIO DE INDUSTRIA, TURISMO Y COMERCIO. *Ayudas y subvenciones al turismo*. Disponible en: [www.mityc.es/portalayudas]. Consulta efectuada en: Mayo 2010.
- ORGANIZACIÓN DE COOPERACIÓN Y DESARROLLO ECONÓMICOS. *El sector rural y su futuro*. Disponible en: [<http://www.eserp.es/art/zqw16.pdf>]. Consulta efectuada en Marzo 2008.
- ORGANIZACIÓN MUNDIAL DEL TURISMO. *Monografía del turismo*. Disponible en: [<http://www.monografias.com/trabajos17/turismo/turismo.shtml>]. Consulta efectuada en Marzo 2009.
- PLAN RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.planrural.com/nueva-alta/>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- PROMOCIÓN RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.promocionrural.es/contactar.html>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- PUERTA DE ASTURIAS. *Protocolo de adhesión de empresas/servicios turísticos al SICTED*. Disponible en: [<http://puertadeasturias.es/documents/download/15>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- RURAL PROMO. *Alta para publicidad*. Disponible en: [http://www.ruralpromo.com/esp/sonadores_particulares/sonadores_particulares.php?menu=0]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.



- RURAL TOURISM WORLDWIDE. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.allrural.com/tarifas/index.php?lingua=esp>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- RURISMO. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.rurismo.com/acercade/precios.asp>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- SALUD Y TURISMO. *Alta para publicidad*. Disponible en: [http://www.saludyturismorural.com/component/option,com_sobi2/sobi2Task,addNew/Itemid,194/]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- SISTEMA DE INFORMACIÓN TURÍSTICA DE ASTURIAS. *Datos relevantes del sector turismo en Asturias*. Disponible en: [http://www.sita.org/documentos_pdf/El_turismo_en_Asturias_en_2009.pdf]. Consulta efectuada en: Febrero 2009.
- SPAIN TO VISIT. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.spaintovisit.com/>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- TODO CASA RURAL. *Alta para publicidad*. Disponible en: [<http://www.todocasarural.com/multialtarural.asp?provincia=asturias>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- TOPRURAL. *Radiografía o perfil del viajero rural 2009*. Disponible en: [<http://www.toprural.com/docs/radiografia-viajero-rural-2009.pdf>]. Consulta efectuada en: Febrero 2010.
- VIVIR ASTURIAS. *Gastronomía típica del Concejo de Cudillero*. Disponible en: [<http://www.vivirasturias.com/asturias/cudillero/gastronomia-tipica-del-concejo-de-cudillero/es>]. Consulta efectuada en: Febrero 2009.
- VIVIR ASTURIAS. *Resolución de 14 de enero de 2004, de la Consejería de Cultura, Comunicación Social y Turismo* Disponible en: [<http://www.vivirasturias.com/asturias/oviedo/aldeas-asturias-calidad-turistica/es>]. Consulta efectuada en: Mayo 2009.
- WIKIPEDIA. *Información de Cudillero*. Disponible en: [<http://es.wikipedia.org/wiki/Cudillero>]. Consulta efectuada en: Septiembre 2008.

- **BASES DE DATOS**

- SABI (2010) *Base de datos que contiene información financiera de empresas españolas*. Disponible en: [<http://sabi.bvdep.com/version-2010713/cgi/template.dll?product=27&user=ipaddress>] Consulta efectuada en: Noviembre de 2010.



Anexos



Anexo 1. Ley del Principado de Asturias 7/2001, de 22 de junio, de Turismo

EL PRESIDENTE DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Sea notorio que la Junta General del Principado de Asturias ha aprobado, y yo, en nombre de Su Majestad el Rey, y de acuerdo con lo dispuesto en el artículo 31.2 del Estatuto de Autonomía del Principado de Asturias, vengo a promulgar la siguiente Ley de Turismo.

Preámbulo

Durante los últimos años el turismo ha ido adquiriendo una notable relevancia en la estructura económica del Principado de Asturias, como consecuencia del esfuerzo desarrollado por todos los agentes implicados en el fenómeno turístico. Paralelamente, las condiciones del mercado turístico han ido evolucionando hacia una mayor complejidad aumentando el número de competidores y de productos y mejorando notablemente la promoción de unos y otros, todo ello motivado, en gran parte, por la incorporación de nuevas tecnologías a la distribución y la comunicación; al mismo tiempo, el turista se ha ido convirtiendo en un consumidor profesionalizado, un cliente exigente, con nuevas motivaciones y abundante información, como consecuencia, en gran medida, de los últimos avances de las tecnologías de la información, que están produciendo enormes cambios en el comercio en general y, lógicamente, en la comercialización y promoción de los productos turísticos.

En este marco competitivo, el sector turístico asturiano se ha ido situando durante los últimos años, consolidando destinos tradicionales y respondiendo a las nuevas demandas con ofertas especializadas. Baste señalar la evolución producida durante la última década en nuestra Comunidad Autónoma en el turismo rural y de actividad.

No obstante la evolución expuesta, la enorme competencia existente impone la necesidad de consolidar e impulsar el sector turístico en Asturias respondiendo a los retos exigidos en materia de calidad e innovación, de ahí la necesidad, sentida claramente por todas las entidades y agentes que intervienen en el turismo asturiano, de acometer la elaboración de un texto legal acorde con las exigencias actuales y de futuro del sector, estableciendo una ordenación coherente del turismo, que actúe a modo de marco legal básico sobre el que se articule la normativa turística vigente y de futura creación, al amparo de la competencia exclusiva que en materia turística tiene la Administración del Principado de Asturias conforme a lo dispuesto en el artículo 10.1.22 del Estatuto de Autonomía del Principado de Asturias.

La Ley parte de los principios de cooperación y coordinación, impulsándolos, no sólo entre las distintas administraciones implicadas en el turismo, especialmente entre el Principado de Asturias y las entidades locales, sino también efectuando una clara apuesta por la colaboración con los distintos agentes sociales y económicos que intervienen en el turismo, intentando, también, dar una respuesta clara a las necesidades de los usuarios, entre las que cabe reseñar la preocupación por la mejora de la accesibilidad y supresión de barreras concebida como factor de calidad.

Se inspira, asimismo, la Ley en el principio del desarrollo sostenible y en el respeto al patrimonio cultural, en cuanto recursos básicos de nuestra Comunidad Autónoma. Es por ello por lo que se realiza un desarrollo normativo de los instrumentos de ordenación territorial de los recursos turísticos, previéndose expresamente la elaboración de unas directrices sectoriales en materia de turismo, ya contempladas en las directrices regionales de ordenación del territorio de Asturias, aprobadas por Decreto 11/1991, de 24 de enero.



Dentro de la ordenación de la oferta turística, aparte de reconocer las modalidades tradicionales del ejercicio de las empresas y actividades turísticas, se definen en la ley nuevas figuras, que permiten completar nuestra oferta de productos turísticos.

En las modalidades de alojamiento se prevé una regulación específica del turismo rural, en consonancia con la importancia que el mismo ha ido adquiriendo en el Principado de Asturias. Se regulan, también, los albergues turísticos, una oferta hasta ahora no ordenada turísticamente, pese a su naturaleza, y se crean la figura de las viviendas vacacionales y la modalidad de núcleos, ciudades, clubes o villas vacacionales.

En materia de restauración se singulariza la especialización de sidrería, reconociendo la vinculación de esta actividad hostelera a la cultura tradicional asturiana, aparte de sus evidentes cualidades para la promoción. Dentro de las actividades de intermediación se añade a la tradicional figura de las agencias de viajes la de las centrales de reserva, fruto de la evolución antes reseñada de las tecnologías de la información. Es, también, una novedad la regulación de las empresas de turismo activo y las previsiones en materia de profesiones turísticas.

Por otro lado, se realiza una novedosa regulación en materia de promoción y desarrollo turístico, siendo de destacar en este aspecto los instrumentos de promoción diseñados, enfocados claramente hacia la mejora de la calidad en el sector, tanto integral como local y subsectorial.

En cuanto a la inspección turística y al régimen disciplinario, se efectúa una regulación que, acorde con los esfuerzos hasta ahora realizados para la consecución de una determinada clientela turística, permita velar por la calidad del producto turístico asturiano, amparando simultáneamente los intereses de los empresarios y profesionales del sector y los derechos de los usuarios turísticos, constituyendo así un instrumento ágil y útil para evitar actividades turísticas clandestinas y la competencia desleal. Se adecua, asimismo, el régimen sancionador existente en materia turística en nuestra Administración a las exigencias de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, especialmente en cuanto al principio de tipicidad, derogándose expresamente la Ley del Principado de Asturias 2/1986, de 28 de abril, sobre inspección, sanciones y procedimiento sancionador en materia de empresas y actividades turísticas, hasta ahora vigente.

Por último se abre la posibilidad de utilizar la vía de la mediación como fórmula para solucionar los conflictos que, en materia de turismo, pudieran producirse entre los interesados.

Por todo lo expuesto la presente Ley termina con la dispersión normativa hasta ahora existente, estableciendo una regulación unitaria en materia turística, que va a precisar, no obstante, un nuevo esfuerzo normativo para su aplicación y desarrollo, elaborando gran parte de los desarrollos reglamentarios en ella previstos, y revisando otros que ahora se encuentran en vigor.

TITULO PRELIMINAR

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 1.-Objeto:



La presente Ley tiene por objeto la ordenación del sector turístico en el Principado de Asturias y el establecimiento de los principios básicos de la planificación, promoción y fomento del turismo en la Comunidad Autónoma.

Artículo 2.-Ámbito de aplicación:

Las disposiciones de esta Ley serán de aplicación al conjunto de sujetos, actividades y recursos que conforman el sector turístico, en el ámbito territorial del Principado de Asturias.

Artículo 3.-Definiciones:

A los efectos de la presente Ley, se entiende por:

a) Actividad turística: La destinada a proporcionar a los usuarios turísticos los servicios de alojamiento, restauración, intermediación, comercialización, información, asistencia y acompañamiento, así como cualesquiera otros directamente relacionados con el turismo y que reglamentariamente se califiquen como tales, además de las actuaciones públicas en materia de ordenación y promoción del turismo.

b) Recursos turísticos: Aquellos bienes, materiales o inmateriales, naturales o no, que por su esencia o circunstancias son capaces de generar, de forma directa o indirecta, una relevante actividad turística.

c) Administración turística: Aquellos órganos y entidades de naturaleza pública con competencias específicas sobre la actividad turística.

d) Empresas turísticas: Las personas físicas o jurídicas que, de manera habitual y con ánimo de lucro, realicen una actividad cuyo objeto sea la prestación de alguno de los servicios turísticos.

e) Establecimientos turísticos: Los locales o instalaciones abiertos al público, temporalmente o de modo continuado, y acondicionados de conformidad con la normativa en su caso aplicable, en los que las empresas turísticas presten alguno o algunos de sus servicios.

f) Trabajadores turísticos: Las personas que prestan servicios retribuidos dentro del ámbito de organización y dirección de una empresa turística.

g) Usuarios turísticos: Las personas físicas o jurídicas que, como destinatarios finales, contraten o reciban algún servicio turístico.

Artículo 4.-Principios básicos:

Serán principios básicos de la política turística del Principado de Asturias los siguientes:

a) El impulso del turismo como sector estratégico de la economía asturiana, generador de empleo y de riqueza.

b) La ordenación de la oferta turística mediante la corrección de las deficiencias y desequilibrios de infraestructura y la elevación de la calidad de los servicios, instalaciones y equipamientos turísticos, armonizándola con las directrices de la ordenación territorial y urbanística y con la conservación del medio ambiente, bajo los postulados de un desarrollo sostenible.

c) La configuración de un marco que potencie el mejor desarrollo de la actividad de las empresas y sujetos turísticos y favorezca la calidad y competitividad de las mismas, a la vez que sea un instrumento útil en la lucha contra las prácticas ilegales y la competencia desleal.



d) La planificación y acomodación de la oferta turística y su promoción a las exigencias de la demanda actual y de futuro, propiciando la diversificación y desestacionalización del sector.

e) La preservación de los recursos turísticos, evitando su destrucción o degradación y procurando su correcto aprovechamiento en todas las modalidades de la oferta, con respeto a los valores culturales, histórico-artísticos, paisajísticos, urbanísticos y medioambientales.

f) El impulso de la modernización y mejora de la calidad del equipamiento turístico del Principado de Asturias, la promoción de la accesibilidad y supresión de barreras en los términos previstos en la legislación del Principado de Asturias sobre la materia, y el desarrollo de nuevas ofertas, propiciando los cauces necesarios para la adecuación de las estructuras empresariales de los distintos subsectores turísticos.

g) La asunción del turismo rural como factor de desarrollo local integrado, apoyando aquellas explotaciones agrarias que decidan abordar su conversión o diversificación progresiva a empresas de turismo.

h) La potenciación de la afluencia turística, tanto interior como exterior, procurando medidas de fomento para la incorporación al turismo de capas cada vez más amplias de la población, y de sectores específicos de la misma que por sus especiales condicionamientos lo requieran, así como la intensificación de la cooperación interterritorial, sin perjuicio de las competencias que corresponden al Estado.

i) La protección de los derechos y legítimos intereses tanto de los usuarios como de las empresas turísticas, con especial referencia a lo que se establezca en la publicidad y contratos de los servicios turísticos y sus precios.

j) El impulso y apoyo del asociacionismo empresarial en el sector, así como de la cooperación con los distintos agentes sociales y económicos del mismo.

k) La consolidación, estabilidad y crecimiento del empleo en el sector turístico.

l) La mejora e intensificación de la formación y perfeccionamiento de todos los profesionales del sector turístico.

m) La potenciación de los estudios e investigaciones relacionados con el sector turístico.

n) La sensibilización de los ciudadanos hacia el turismo y el cuidado y preservación de los valores y recursos turísticos del Principado de Asturias.

TITULO I

COMPETENCIAS

CAPITULO PRIMERO

COMPETENCIAS TURISTICAS DE LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Artículo 5.-Competencias de la Administración del Principado de Asturias:

1. Corresponde a la Administración del Principado de Asturias el ejercicio de las siguientes competencias:



a) La formulación y aplicación de la política de la Comunidad Autónoma en materia turística.

b) La ordenación del sector turístico en el ámbito territorial del Principado de Asturias y su planificación, coordinando las actuaciones que en esa materia lleven a cabo las entidades locales. En concreto, le corresponde elaborar las directrices sectoriales de ordenación de los recursos turísticos, elaborar y aprobar los planes que las desarrollen, así como declarar las áreas o comarcas de dinamización turística y las zonas turísticas saturadas.

c) La determinación de los requisitos que tendrán que cumplir las empresas y actividades turísticas y, en su caso, otorgar las autorizaciones preceptivas para el desarrollo de sus actividades.

d) La ordenación y gestión del Registro de empresas y actividades turísticas del Principado de Asturias, así como la elaboración y mantenimiento de bases de datos y estadísticas turísticas de la Comunidad Autónoma.

e) La protección, promoción y fomento de la imagen del Principado de Asturias y de sus recursos turísticos tanto en el interior como en el exterior, sin perjuicio de las competencias atribuidas al Estado.

f) La coordinación con las entidades locales en las actividades de promoción turística que estas desarrollen.

g) La colaboración en la regulación de las enseñanzas no universitarias y la de las profesiones turísticas y, en su caso, la autorización para su ejercicio, sin perjuicio de las competencias atribuidas al Estado por el artículo 149.1.30 de la Constitución.

h) Velar por el cumplimiento de las disposiciones de la presente Ley y demás normativa turística inspeccionando los establecimientos turísticos y las condiciones en que se prestan los servicios turísticos, tramitando las reclamaciones que pudieran formularse en relación con la materia y sancionando las infracciones que pudiesen cometerse.

i) Adoptar, en materia de ordenación del sector turístico del Principado de Asturias, cuantas medidas sean necesarias para asegurar el objeto y los fines de la Ley en colaboración con los agentes del sector, así como con las demás administraciones públicas.

j) Cualquier otra relacionada con el turismo que se le atribuya en esta Ley o en otra normativa de aplicación.

2. Las competencias anteriores podrán ser delegadas en las entidades locales, siempre que sea posible por su naturaleza, de conformidad con lo establecido en la legislación vigente.

Artículo 6.-Competencias de los concejos:

Sin perjuicio de las competencias de la Administración del Principado de Asturias y atendiendo al principio de coordinación interadministrativa, los concejos, en sus respectivos ámbitos, ejercerán, de conformidad con la presente Ley y con lo establecido en la normativa sobre régimen local, las siguientes competencias en materia de turismo:

a) La promoción y fomento de los recursos y productos turísticos existentes en su ámbito.

b) La protección y conservación de sus recursos turísticos, en especial del patrimonio cultural y del entorno natural.



c) El otorgamiento de las licencias que la legislación les atribuye en relación con los establecimientos turísticos.

d) El desarrollo de la política de infraestructuras turísticas de su competencia.

e) Cualesquiera otras que pudieran serles atribuidas o delegadas de acuerdo con la legislación vigente.

Artículo 7.-Las relaciones interadministrativas:

1. La Administración del Principado de Asturias y las distintas administraciones públicas, dentro del ámbito de su autonomía, ajustarán sus relaciones recíprocas a los principios de información mutua, colaboración, cooperación y respeto de sus competencias respectivas.

2. En aplicación de tales principios se utilizarán las técnicas previstas en la legislación vigente, y en especial la celebración de convenios y de conferencias sectoriales, la creación de consorcios y la elaboración de instrumentos de planificación.

CAPITULO SEGUNDO

CONSEJO CONSULTIVO DE TURISMO DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS

Artículo 8.-Naturaleza y funciones:

1. Se crea el Consejo Consultivo de Turismo del Principado de Asturias, adscrito a la Consejería competente en materia de turismo, como órgano de asesoramiento, apoyo y propuesta para los asuntos referidos a la promoción, fomento y desarrollo del turismo.

2. Además de las funciones que reglamentariamente se le atribuyan, el Consejo Consultivo de Turismo del Principado de Asturias informará, con carácter previo a su aprobación, sobre las disposiciones reglamentarias que se dicten en desarrollo de la presente Ley, así como sobre los planes y proyectos que en materia de actuación turística pretenda aprobar el Consejo de Gobierno.

3. El Consejo Consultivo de Turismo del Principado de Asturias asesorará a las entidades locales cuando éstas así lo soliciten en los asuntos relativos a la promoción del turismo que pertenezcan al ámbito de sus competencias.

Artículo 9.-Composición y organización:

1. El Consejo Consultivo de Turismo del Principado de Asturias tendrá la siguiente composición:

a) Presidente: Lo será el titular de la Dirección General competente en materia de turismo.

b) Vicepresidente: Elegido por el Consejo Consultivo de Turismo entre sus miembros.

c) Vocales:

- Uno por cada Grupo Parlamentario de la Junta General del Principado de Asturias, que los designará entre quienes tengan acreditada la condición de experto en las materias directamente relacionadas con el turismo. - Cinco designados por la Administración del Principado de Asturias.



- Tres designados por la Federación Asturiana de Concejos.
- Uno designado por la Universidad de Oviedo entre quienes tengan acreditada la condición de experto en las materias directamente relacionadas con el turismo.
- Dos designados por las organizaciones sindicales más representativas.
- Tres designados por las organizaciones empresariales más representativas del sector turístico, de los cuales uno será designado por y entre las pertenecientes al sector turístico rural.
- Uno designado por y entre asociaciones y entidades de carácter ciudadano entre cuyos fines esté la conservación del medio natural y el desarrollo sostenible del sector turístico.

2. El titular de la Dirección General en materia de turismo podrá designar, además, cuatro Vocales con voz pero sin voto entre técnicos y especialistas en el campo del turismo.

3. Reglamentariamente se establecerá el régimen de funcionamiento y organización del Consejo Consultivo de Turismo del Principado de Asturias, que, en todo caso, contemplará:

a) Un soporte técnico suficiente en la toma de decisiones, con audiencia de especialistas cualificados en las distintas disciplinas concernidas en la materia turística.

b) El funcionamiento en Pleno y en Comisiones, que garantice la agilidad en la tramitación de los asuntos que así lo requieran.

TITULO II

DE LA ORDENACION TERRITORIAL DE LOS RECURSOS TURISTICOS

CAPITULO PRIMERO

CONDICIONES PARA EL ESTABLECIMIENTO Y DESARROLLO DE LAS ACTIVIDADES Y EMPRESAS TURISTICAS

Sección 1.ª

Disposiciones generales para la protección del medio ambiente y del patrimonio cultural

Artículo 10.-Principios generales de protección del medio ambiente, del patrimonio cultural y de los recursos naturales:

1. Las actividades turísticas, en el marco de un desarrollo sostenible, se desenvolverán con sujeción a la normativa de medio ambiente y de conservación de la naturaleza.

2. Las actividades turísticas se llevarán a cabo respetando y preservando el patrimonio etnográfico, histórico, artístico, industrial y natural del Principado de Asturias en armonía con otros sectores productivos.

Artículo 11.-Disposiciones sobre la ordenación turística en la franja costera:

La franja costera y en particular las playas, en cuanto recurso turístico básico del Principado de Asturias, serán objeto de especial protección. A estos efectos, las actividades e instalaciones turísticas se desarrollarán y ejecutarán con respeto a las previsiones de la



legislación de costas y de la normativa e instrumentos de ordenación del territorio y medio ambiente.

Artículo 12.-Disposiciones sobre la protección del paisaje:

1. En los lugares de paisaje abierto y natural de especial interés, sea rural o marítimo, o en las perspectivas que ofrezcan los conjuntos urbanos o los núcleos de características histórico-artísticas, típicos o tradicionales, y en las inmediaciones de las carreteras y caminos de trayecto pintoresco, no se permitirá que la situación, masa, altura de los edificios, muros y cierres y la instalación de otros elementos limiten el campo visual para contemplar las bellezas naturales, rompan la armonía del paisaje o desfiguren la perspectiva del mismo.

2. A estos efectos, se adoptarán las determinaciones y medidas pertinentes tanto en las directrices sectoriales de ordenación de los recursos turísticos e instrumentos que las desarrollen como en los correspondientes instrumentos de planeamiento y de ordenación medioambiental.

Sección 2.ª

Disposiciones específicas sobre la ordenación territorial de los usos turísticos

Artículo 13.-Disposiciones sobre la implantación de establecimientos turísticos en suelo no urbanizable:

1. La implantación de establecimientos turísticos en suelo no urbanizable se realizará con pleno respeto del espacio natural y edificado circundante.

2. En esta clase de suelo y en los asentamientos tradicionales de población que se mantengan en el mismo, se potenciarán para usos turísticos tanto la rehabilitación del patrimonio edificado existente como la edificación en su interior. En todo caso, se habrán de respetar las características propias de tales asentamientos tradicionales de población.

Artículo 14.-Disposiciones sobre los campamentos de turismo:

1. En las proximidades del litoral, la ubicación de los campamentos de turismo se realizará fuera de la zona de 500 metros, medidos desde el límite interior de la ribera del mar.

2. La instalación de los campamentos de turismo será sometida a una evaluación preliminar de impacto ambiental. Asimismo, se tendrá siempre en cuenta la necesaria preservación de los valores naturales o urbanos, artísticos, paisajísticos, agrícolas y forestales del territorio de que se trate.

3. En todo caso, queda prohibida cualquier forma de acampada libre o no legalizada.

CAPITULO SEGUNDO

INSTRUMENTOS DE ORDENACION TERRITORIAL DE LOS RECURSOS TURISTICOS

Artículo 15.-Directrices sectoriales de ordenación de los recursos turísticos:

1. La ordenación de los recursos turísticos del Principado de Asturias se realizará por medio de unas directrices sectoriales, con arreglo al modelo establecido para los instrumentos de ordenación territorial en la legislación del Principado de Asturias sobre coordinación y ordenación territorial.



2. La iniciativa para la elaboración de las directrices sectoriales, así como su redacción corresponderán a la Consejería competente en materia de turismo, de acuerdo con lo establecido en la Ley de coordinación y ordenación territorial. 3. El ámbito espacial de aplicación de las directrices sectoriales de ordenación de los recursos turísticos será la totalidad del territorio del Principado de Asturias.

Artículo 16.-Objetivos de las directrices sectoriales de ordenación de los recursos turísticos:

Las directrices sectoriales contendrán las medidas necesarias para lograr una ordenación racional y equilibrada de los recursos turísticos teniendo en cuenta los siguientes objetivos:

- a) El desarrollo sostenible de la actividad turística.
- b) La planificación y ordenación de la oferta turística en su conjunto con el fin de garantizar un mayor equilibrio territorial de la misma.
- c) La promoción de procedimientos de ejecución que estimulen la cooperación y corresponsabilidad entre los distintos agentes autonómicos y locales, públicos y privados, interesados en el desarrollo de acciones de interés común.
- d) El incremento de la calidad de los servicios turísticos de manera que den respuesta a los niveles esperados por los diversos segmentos de la demanda.
- e) La consolidación de las zonas turísticas actuales y sus mercados.
- f) El desarrollo de nuevas zonas turísticas atractivas para otros segmentos de la demanda que permitan la incorporación a los mercados de nuevos productos, contribuyendo a un mayor grado de diversificación y desestacionalización.
- g) Garantizar que las acciones que se programen se ejecuten con total respeto a los recursos naturales y culturales existentes.

Artículo 17.-Contenido de las directrices sectoriales de ordenación de los recursos turísticos:

Sin perjuicio de lo establecido en la Ley de coordinación y ordenación territorial, las directrices sectoriales contendrán las siguientes determinaciones:

- a) La definición del modelo de desarrollo turístico de la Comunidad Autónoma.
- b) La delimitación, en su caso, de las áreas o comarcas de dinamización turística consideradas como preferentes desde la perspectiva de la actuación y la financiación públicas.
- c) Previsiones relativas a la oferta turística en los distintos ámbitos territoriales, a las infraestructuras y equipamientos colectivos, a la salvaguarda y restauración de los valores medioambientales y a cualquier otro aspecto o factor condicionante del desarrollo de las actividades turísticas.

Artículo 18.-Instrumentos de desarrollo de las directrices sectoriales de ordenación de los recursos turísticos:

1. Sin perjuicio de las medidas de fomento y desarrollo previstas en el capítulo III del título V de esta Ley, las directrices sectoriales de ordenación de los recursos turísticos se podrán desarrollar, además de por el planeamiento general, mediante planes específicos



encaminados al desarrollo, mantenimiento y mejor aprovechamiento de los recursos turísticos, elaborados por la Consejería competente en materia de turismo con la participación de los entes locales.

2. Los planes de desarrollo de las directrices sectoriales de ordenación de los recursos turísticos serán los previstos expresamente en las mismas y podrán ser tanto de carácter territorial como de carácter subsectorial.

Artículo 19.-Zonas turísticas saturadas:

1. El Consejo de Gobierno del Principado de Asturias, a propuesta de las Consejerías competentes en materia de turismo y ordenación del territorio o del Concejo o Concejos afectados, podrá, con carácter excepcional, declarar, mediante Decreto, zonas turísticas saturadas, previo dictamen preceptivo del Consejo Consultivo de Turismo y sobre la base de estudios técnicos elaborados por las Direcciones Generales competentes en materia de turismo y de ordenación del territorio y, en su caso, de medioambiente del Principado de Asturias, que pongan de manifiesto la necesidad y el interés general de la declaración. Cuando la propuesta no proceda del Concejo o Concejos afectados, éstos habrán de ser en todo caso oídos.

2. Podrá declararse zona turística saturada aquella que, circunscrita a un Concejo o a parte o partes del mismo, o comprensiva de más de un Concejo o partes de varios Concejos, requiera de manera indispensable limitar el incremento de su capacidad turística, por concurrir alguna de las circunstancias siguientes:

a) Por sobrepasar el límite de oferta turística máximo que, teniendo en cuenta el número de plazas turísticas por habitante o densidad de población, reglamentariamente se determine.

b) Por registrar una demanda que, por su número o tipo de actividad concernida, genere situaciones incompatibles con la legislación medioambiental.

3. La declaración de zona turística saturada implicará la suspensión del otorgamiento de nuevas autorizaciones o permisos para ejercer actividades turísticas de las definidas en el artículo 3 de la presente Ley y por cualquiera de los sujetos referidos en el artículo 24 de la misma, y se mantendrá únicamente hasta tanto no desaparezcan las circunstancias que hayan motivado la declaración.

TITULO III

DERECHOS Y DEBERES EN MATERIA TURISTICA

CAPITULO PRIMERO

USUARIOS TURISTICOS

Artículo 20.-Derechos de los usuarios turísticos:

Constituyen derechos de los usuarios turísticos los siguientes:

a) Obtener información previa, veraz, completa y objetiva sobre los bienes y servicios que se les oferten y el precio de los mismos.



b) Recibir los servicios turísticos en las condiciones contratadas y obtener cuantos documentos acrediten los términos de su contratación y, en cualquier caso, las facturas o justificantes de pago.

c) Tener garantizada en los establecimientos que desarrollen una actividad turística su seguridad y la de sus bienes en los términos establecidos en la legislación vigente.

d) Formular quejas y reclamaciones.

e) Los demás derechos reconocidos por el vigente ordenamiento jurídico en materia de protección de los consumidores y usuarios.

Artículo 21.-Obligaciones de los usuarios turísticos:

Son obligaciones de los usuarios turísticos las siguientes:

a) Observar las normas de higiene y convivencia social para la adecuada utilización de los establecimientos turísticos. b) Respetar los reglamentos de uso o régimen interior de los establecimientos turísticos, siempre que estos no sean contrarios a la presente Ley o a las disposiciones que la desarrollen.

c) Efectuar el pago de los servicios prestados en el momento de la presentación de la factura o, en su caso, en el tiempo y lugar convenido, sin que el hecho de presentar una reclamación o queja exima del citado pago.

d) Respetar el entorno ambiental y cultural del Principado de Asturias.

CAPITULO SEGUNDO

EMPRESAS TURISTICAS

Artículo 22.-Derechos de las empresas turísticas:

Las empresas turísticas tendrán los siguientes derechos:

a) Que se incluya información sobre sus instalaciones, características y oferta específica en los catálogos, directorios, guías y sistemas informáticos de la Administración turística asturiana.

b) Incorporarse a la promoción turística a realizar por la Administración del Principado de Asturias en las condiciones fijadas por ésta.

c) Solicitar las ayudas e incentivos promovidos por la Administración turística para el desarrollo del sector.

d) Impulsar, a través de sus asociaciones sectoriales, el desarrollo y ejecución de programas de cooperación pública y privada de interés general para el sector.

e) Proponer, a través de sus asociaciones sectoriales de ámbito local, comarcal o autonómico, la realización de estudios, investigaciones y publicaciones que contribuyan a la mejora del desarrollo de la empresa turística en la Comunidad Autónoma en el interés general del sector.

f) Proponer, a través de sus asociaciones sectoriales, cualquier otra acción no contemplada anteriormente que pueda contribuir al fomento y desarrollo turístico en el interés general del sector.



Artículo 23.-Obligaciones de las empresas turísticas:

Las empresas turísticas estarán sujetas al cumplimiento de las obligaciones impuestas por la presente Ley y demás normas turísticas y, concretamente, a lo siguiente:

a) Prestar los servicios a los que están obligadas según su clasificación, en las condiciones pactadas con el usuario, de acuerdo con la presente Ley y las normas dictadas en su desarrollo.

b) Cuidar del buen funcionamiento y mantenimiento de las instalaciones y servicios del establecimiento, así como dar un adecuado trato a los clientes.

c) Informar previamente a los usuarios sobre el régimen de los servicios que se ofertan en el establecimiento, condiciones de prestación de los mismos y su precio.

d) Exhibir en lugar visible el precio de los servicios ofertados y el distintivo correspondiente a su clasificación.

e) Tener a disposición de los usuarios las hojas de reclamaciones, haciendo entrega de un ejemplar cuando así se solicite.

f) Facturar los servicios de acuerdo con los precios establecidos y la normativa vigente en la materia.

g) Disponer de los libros y demás documentación que sean exigidos por la reglamentación vigente.

h) Facilitar, en los términos establecidos por el ordenamiento jurídico, la accesibilidad a los establecimientos de las personas que sufran discapacidades.

i) Comunicar al órgano competente de la Administración turística del Principado de Asturias el cese de su actividad.

j) Proporcionar a la Administración turística del Principado de Asturias la información y documentación preceptiva para facilitarle el ejercicio de las atribuciones que legalmente tiene reconocidas.

TITULO IV

ORDENACION DE LA OFERTA TURISTICA

CAPITULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 24.-Clases de empresas turísticas:

Las empresas turísticas pueden ser:

a) De alojamiento turístico.

b) De restauración.

c) De intermediación.

d) De turismo activo.



e) Cualesquiera otras que presten servicios turísticos y que reglamentariamente se clasifiquen como tales.

Artículo 25.-Autorización de la actividad:

1. Las empresas turísticas, con anterioridad al inicio de sus actividades, deberán solicitar de la Administración turística competente la correspondiente autorización para el ejercicio de las mismas y la clasificación, en su caso, de los establecimientos, con arreglo al procedimiento reglamentariamente establecido. Dicha autorización es independiente de las que corresponda otorgar a otros órganos, en virtud de sus respectivas competencias. En todo caso, para la concesión de la autorización turística se requerirá la previa licencia municipal de apertura.

2. Igualmente, las empresas turísticas deberán instar la correspondiente autorización para realizar cualquier modificación o reforma sustancial que afecte a las condiciones en las que se otorgaron la autorización y clasificación inicial, así como en los casos en los que se produzcan cambios en el uso turístico o en la titularidad del establecimiento.

3. El plazo de resolución de las solicitudes a las que se refieren los apartados anteriores será de tres meses, contados desde la entrada de las mismas en el registro del órgano competente para su tramitación. Si transcurrido dicho plazo no ha sido notificada resolución expresa, el interesado podrá entender desestimada su solicitud.

4. Las autorizaciones y clasificaciones otorgadas podrán ser modificadas o revocadas cuando se incumplan o desaparezcan las circunstancias que motivaron su otorgamiento o sobrevinieran otras que, de haber existido, habrían justificado la denegación.

5. Las empresas turísticas que proyecten la construcción o modificación de un establecimiento turístico podrán, antes de iniciar cualquier tipo de obra, solicitar de la Administración turística informe relativo al cumplimiento de los requisitos mínimos de infraestructura y servicios y de promoción de la accesibilidad y supresión de barreras en los términos previstos en la legislación del Principado de Asturias sobre la materia, así como de clasificación exigidos por la normativa aplicable para su autorización como tal establecimiento turístico.

En el caso de los campamentos de turismo será obligatorio antes de iniciar cualquier tipo de obra o movimiento de tierras solicitar la aprobación del proyecto y la clasificación del mismo, según esté determinado en la reglamentación aplicable a dicho tipo de establecimientos.

Artículo 26.-Registro de empresas y actividades turísticas:

1. El Registro de empresas y actividades turísticas del Principado de Asturias es un registro de naturaleza administrativa y carácter público, custodiado y gestionado por la Consejería competente en materia de turismo.

2. En el Registro se inscribirán las empresas y actividades turísticas definidas en la presente Ley, en los términos que resulten de la misma o de su normativa de desarrollo.

3. La inscripción de empresas y actividades turísticas se practicará de oficio o a instancia del interesado y será gratuita.

4. La organización y funcionamiento del Registro de empresas y actividades turísticas se determinarán reglamentariamente.



Artículo 27.-Requisitos de los establecimientos turísticos:

1. Los establecimientos turísticos, en función de su tipo, grupo, modalidad y categoría, quedan sujetos al cumplimiento de los requisitos mínimos de infraestructura, seguridad y calidad de los servicios prestados que reglamentariamente se determinen desde el punto de vista turístico, sin perjuicio del resto de normativa que les sea de aplicación.

2. En todo caso, los establecimientos turísticos deberán cumplir las normas sobre accesibilidad a los mismos de personas que sufran discapacidades en los términos previstos en la legislación del Principado de Asturias sobre la materia.

3. Con la finalidad de preservar y recuperar el patrimonio arquitectónico asturiano como seña de identidad del turismo del Principado de Asturias, la rehabilitación de inmuebles para uso turístico podrá, excepcionalmente y previo informe técnico, ser objeto de la dispensa de alguno de los requisitos mínimos exigidos reglamentariamente en materia turística.

4. Las instalaciones de los establecimientos turísticos se deberán conservar en adecuado estado de calidad, pudiendo, a estos efectos, la Administración turística del Principado de Asturias requerir a los titulares de los mismos la ejecución de las obras de conservación y mejora que resulten necesarias.

Artículo 28.-Acceso a los establecimientos:

1. Los establecimientos turísticos tendrán la consideración de públicos, siendo libre el acceso a los mismos, sin otras restricciones que las del sometimiento a la ley, a las prescripciones específicas que regulan la actividad y, en su caso, al reglamento de régimen interior que establezca la empresa, siempre que no contravenga lo dispuesto en la presente Ley y se anuncie de forma visible en los lugares de entrada al establecimiento.

2. El acceso no podrá ser restringido por razones de raza, sexo, religión, opinión o cualquier otra condición o circunstancia personal o social, si bien se podrá negar la admisión o expulsar del establecimiento, recabando, si fuera necesario, el auxilio de los agentes de la autoridad competente, a las personas que incumplan las normas de una ordenada convivencia social o a las que pretendan usar las instalaciones con una finalidad diferente a la propia de la actividad de que se trate.

3. Quienes padeciendo disfunciones visuales vayan auxiliados por perros guía tendrán derecho de libre acceso, deambulación y permanencia en los establecimientos turísticos en compañía del perro guía, sin que, en ningún caso, dicho derecho pueda ser desconocido o menoscabado.

Artículo 29.-Régimen y publicidad de los precios:

1. Los servicios turísticos se ajustarán al régimen de libertad de precios, pudiendo fijarse y modificarse por las empresas a lo largo del año, sin más obligación que hacerlos públicos para garantizar su previo conocimiento por los clientes.

2. la publicidad de los precios hará constar la inclusión o no del impuesto sobre el valor añadido.

CAPITULO SEGUNDO

EMPRESAS DE ALOJAMIENTO TURISTICO

Sección 1.ª



Empresas de alojamiento: Modalidades

Artículo 30.-Empresas de alojamiento turístico:

Son empresas de alojamiento turístico aquellas que se dedican, de manera profesional y habitual, a proporcionar hospedaje o residencia, mediante precio, a las personas que lo demanden, con o sin prestación de otros servicios complementarios.

Artículo 31.-Modalidades de la actividad de alojamiento:

La actividad de alojamiento turístico se ofertará dentro de alguna de las siguientes modalidades: hotelera, apartamento turístico, alojamiento de turismo rural, albergue turístico, vivienda vacacional, campamentos de turismo, núcleos, ciudades, clubes o villas vacacionales, y cualesquiera otras que reglamentariamente se determinen.

Sección 2.ª

Establecimientos hoteleros

Artículo 32.-Establecimientos hoteleros. Grupos:

1. Son establecimientos hoteleros aquellos que, dedicados al alojamiento turístico, puedan clasificarse en alguno de los grupos que se establecen en el apartado siguiente.

2. La modalidad hotelera de alojamiento se clasifica en los siguientes grupos:

A) Grupo primero.

a) Hoteles: Establecimientos que ofreciendo alojamiento, con o sin servicios complementarios, ocupan la totalidad de un edificio o edificios o parte independizada de los mismos, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo y que reúnen los requisitos mínimos establecidos reglamentariamente.

b) Hoteles-apartamento: Los establecimientos en los que concurren los servicios comunes propios de los hoteles con las instalaciones adecuadas para la conservación, elaboración y consumo de alimentos dentro de la unidad de alojamiento y cumplen con las exigencias requeridas reglamentariamente.

B) Grupo segundo.

Pensiones: Establecimientos que ofrecen alojamiento, con o sin otros servicios de carácter complementario, y que por su dimensión, estructura, infraestructura, servicios y otras características no puedan ser clasificados en el grupo primero y cumplen las exigencias requeridas reglamentariamente.

Artículo 33.-Categorías:

1. Los establecimientos comprendidos en el grupo primero se clasificarán en cinco categorías, identificadas por estrellas, con arreglo a las condiciones establecidas reglamentariamente.

2. La Administración del Principado de Asturias impulsará y, en su caso, reconocerá, en orden a su promoción, los productos resultantes de la aplicación de sistemas de clasificación cualitativa de hoteles.



3. Los establecimientos del grupo segundo estarán clasificados en dos categorías, identificadas por dos y una estrella, en la forma que reglamentariamente se determine.

Artículo 34.-Especialización:

En atención a determinados servicios o instalaciones complementarias y a la clasificación del suelo en el que se hallen ubicados, los establecimientos comprendidos en el grupo primero podrán solicitar y obtener del órgano competente de la Administración turística del Principado de Asturias el reconocimiento de especialización como la de balneario, familiar, o cualquier otra identificación que se establezca reglamentariamente.

Sección 3.ª

Apartamentos turísticos

Artículo 35.-Apartamentos turísticos:

Se incluyen en esta modalidad de alojamiento turístico los edificios de pisos, casas, villas, chalés o similares, o conjunto de ellos, que ofrezcan, mediante precio, alojamiento turístico, cuando se ceda el uso y disfrute de los locales referidos con mobiliario, instalaciones, servicios y equipo en condiciones que permitan su inmediata ocupación, cumpliendo las exigencias establecidas reglamentariamente.

Artículo 36.-Clasificación:

1. Con arreglo a lo que reglamentariamente se determine, los apartamentos se clasificarán en cuatro categorías, identificadas por llaves.

2. Los apartamentos turísticos se clasificarán además en bloques y conjuntos.

a) Se entiende por bloque el edificio o edificios integrados por apartamentos ofertados en su totalidad y gestionados por una sola unidad empresarial de explotación.

b) Se entiende por conjunto el agregado de apartamentos situados en casas, villas, chalés o similares, ofertados como alojamientos turísticos y gestionados por una sola unidad empresarial de explotación.

Sección 4.ª

Alojamientos de turismo rural

Artículo 37.-Clases de alojamientos de turismo rural:

1. Los alojamientos de turismo rural podrán adoptar alguna de las siguientes modalidades:

a) Hoteles rurales.

b) Casas de aldea.

c) Apartamentos rurales.

d) Cualesquiera otras que reglamentariamente se determinen.

2. Los alojamientos de turismo rural habrán de ubicarse necesariamente en asentamientos tradicionales de población de menos de quinientos habitantes, o en suelo no



urbanizable, cualquiera que sea su calificación, en los términos que resulten de los instrumentos de planeamiento en vigor.

3. Con independencia de la modalidad de alojamiento de turismo rural adoptada, la especialidad de agroturismo se aplicará a los establecimientos que estén integrados en explotaciones agrarias, ganaderas o forestales que, junto al hospedaje, oferten servicios generados por la propia explotación.

Artículo 38.-Hoteles rurales:

1. Los hoteles rurales son aquellos que, reuniendo los requisitos del art. 32.2 A) a) de esta Ley, así como los que reglamentariamente se establezcan, están ubicados en inmuebles de singular valor arquitectónico o que respondan a la arquitectura tradicional asturiana de la zona.

2. En ningún caso, los hoteles rurales podrán superar las treinta y seis plazas.

Artículo 39.-Casas de aldea:

1. Son casas de aldea las viviendas autónomas e independientes, cuyas características sean las propias de la arquitectura tradicional asturiana de la zona, en las que se proporcione, mediante precio, el servicio de alojamiento y, eventualmente, otros servicios complementarios.

2. La prestación de alojamiento turístico en casas de aldea se ajustará a alguna de las siguientes modalidades:

a) Contratación individualizada de habitaciones dentro de la propia vivienda familiar, incluyendo desayuno.

b) Contratación íntegra del inmueble para uso exclusivo del contratante, en condiciones, equipo, instalaciones y servicios que permitan su inmediata utilización. En los casos en que el titular no gestione directamente el alojamiento, deberá designar un encargado que habrá de facilitar el alojamiento y resolver cuantas incidencias surjan con los usuarios.

3. De acuerdo con las condiciones que reglamentariamente se establezcan, las casas de aldea se clasificarán en tres categorías, identificadas por "trisqueles".

Artículo 40.-Apartamentos rurales:

Los apartamentos rurales son aquellos que, reuniendo las condiciones reglamentariamente establecidas, constituyan edificios o construcciones que respondan a la arquitectura tradicional asturiana de la zona, proporcionando mediante precio el servicio de alojamiento en condiciones que permitan su inmediata utilización.

Sección 5.ª

Albergues turísticos

Artículo 41.-Albergues turísticos:

1. Son albergues turísticos los establecimientos que de acuerdo con lo previsto reglamentariamente ofrezcan al público en general, de modo habitual y profesional y mediante precio, el servicio de alojamiento por plaza en habitaciones de capacidad múltiple junto con la práctica de alguna actividad relacionada con el entorno.



2. Los albergues turísticos, en atención a sus servicios o a la clasificación del suelo en el que se hallen ubicados, podrán ser objeto de especialización en los términos que reglamentariamente se establezcan.

Sección 6.ª

Viviendas vacacionales

Artículo 42.-Viviendas vacacionales:

1. Son viviendas vacacionales aquellas en las que, reuniendo los requisitos establecidos reglamentariamente, se presta únicamente el servicio de alojamiento mediante precio, de forma habitual y profesional, y no se encuentren comprendidas en alguna de las modalidades reguladas en los artículos 32, 35, 37 y 41 de la presente Ley.

2. En todo caso, se referirán sólo al alojamiento íntegro y no por habitaciones, con la exclusión de pisos.

Sección 7.ª

Campamentos de turismo

Artículo 43.-Campamentos de turismo:

1. Se entiende por campamento de turismo el espacio de terreno debidamente delimitado, acondicionado y dotado de las instalaciones y servicios precisos, ofertado al público de forma habitual y profesional, mediante precio, para su ocupación temporal utilizando a tal fin tiendas de campaña, caravanas u otros elementos fácilmente transportables.

2. Dentro de la superficie reservada para zonas de acampada, y hasta un máximo del diez por ciento, podrá ser autorizada la instalación de elementos permanentes, de madera o similar, siempre que dichas instalaciones se encuentren dentro del límite de la superficie fijada reglamentariamente para este fin, y sean explotados por el titular del campamento.

3. Se prohíbe en los campamentos de turismo la venta de parcelas o su arrendamiento al mismo titular u ocupante por plazo superior a una temporada.

4. Cualquier reforma que implique nuevas construcciones estará sometida a control y estudio de impactos previos a su autorización.

Artículo 44.-Categorías:

En atención a sus instalaciones y servicios, los campamentos de turismo se clasificarán en cuatro categorías, identificadas por tiendas, con los requisitos y en la forma que reglamentariamente se establezca.

Sección 8.ª

Núcleos, ciudades, clubes o villas vacacionales

Artículo 45.-Núcleos, ciudades, clubes o villas vacacionales:

1. Se entiende por núcleos, ciudades, clubes o villas vacacionales el complejo de oferta turística que, además de prestar el servicio de alojamiento en una o varias de sus modalidades, responde a un proyecto unitario de planificación, gestión y explotación empresarial y se ubica



en áreas geográficas homogéneas, cumpliendo los requisitos establecidos reglamentariamente.

2. En atención a determinados servicios e instalaciones complementarias o a su singular ubicación, este tipo de complejos de oferta turística podrá solicitar y obtener del órgano competente de la Administración turística del Principado de Asturias el reconocimiento de algún tipo de especialización, en los términos que se determinen reglamentariamente.

CAPITULO TERCERO

EMPRESAS DE RESTAURACION

Artículo 46.-Empresas de restauración:

Son empresas de restauración, cualquiera que sea su denominación, aquellas que se dedican de forma habitual y profesional, mediante precio, a servir al público comidas o bebidas para consumir, de forma preferente, en sus establecimientos.

Artículo 47.-Clases de establecimientos:

1. Los establecimientos de restauración se clasifican, en atención a sus características, en los siguientes grupos:

a) Restaurantes: Tendrán dicha consideración los que dispongan de cocina y de comedor, preferentemente independizado, en los que se ofrecen al público las comidas y bebidas relacionadas en sus cartas.

b) Cafeterías: Tendrán esta consideración los establecimientos que disponen de barra y servicio de mesas, en los que se ofertan al público durante su horario de apertura las bebidas y platos simples o combinados relacionados en sus cartas.

c) Bares, cafés o similares: Tendrán esta consideración los establecimientos que dotados de barra y careciendo de comedor también pueden disponer de servicio de mesas en la misma unidad espacial, en los que se proporciona al público bebidas que pueden acompañarse o no de tapas, raciones o bocadillos.

2. Las sidrerías son aquellos establecimientos que responden a la cultura tradicional asturiana, están adecuadamente ambientados y caracterizados y disponen de instalaciones y equipamientos idóneos para el mantenimiento, oferta y escanciado de sidra, pudiendo clasificarse en atención a sus características en los grupos a) o c) del apartado anterior.

3. Los establecimientos incluidos en el grupo c) no requerirán autorización de la Administración turística del Principado de Asturias, aunque deberán inscribirse en el Registro de empresas y actividades turísticas, previa obtención de la licencia municipal de apertura, y someterse a las prescripciones que reglamentariamente se determinen.

4. Reglamentariamente podrán regularse nuevos grupos de establecimientos de restauración.

Artículo 48.-Categorías:

1. Los restaurantes se clasificarán, con arreglo a las condiciones establecidas reglamentariamente, en las categorías de lujo, primera, segunda, tercera y cuarta, identificadas, respectivamente, por cinco, cuatro, tres, dos y un tenedor.



2. Las cafeterías se clasificarán en las categorías de especial, primera y segunda, que se identificarán, respectivamente, mediante tres, dos y una taza, en función de las determinaciones establecidas reglamentariamente.

3. Las sidrerías gozarán, además, de un símbolo distintivo de su singularidad, en los términos que reglamentariamente se establezcan.

CAPITULO CUARTO

EMPRESAS DE INTERMEDIACION TURISTICA

Artículo 49.-Empresas de intermediación:

Se consideran empresas de intermediación turística aquellas que, reuniendo los requisitos que reglamentariamente se determinen, se dedican, profesional y habitualmente, a desarrollar actividades de mediación y organización de servicios turísticos, pudiendo utilizar para ello medios propios.

Artículo 50.-Modalidades de intermediación turística:

La intermediación turística podrá adoptar alguna de las siguientes modalidades: agencias de viaje, centrales de reserva y cualesquiera otras que se determinen reglamentariamente.

Artículo 51.-Agencias de viaje:

1. Se consideran agencias de viaje las empresas que, en posesión del título- licencia correspondiente, se dedican a la intermediación en la prestación de servicios turísticos, teniendo reservadas en exclusiva la organización y contratación de viajes combinados de conformidad con la legislación vigente.

2. Las agencias de viaje pueden ser de tres clases:

a) Mayoristas: Son las agencias que proyectan, elaboran y organizan toda clase de servicios sueltos y viajes combinados para su ofrecimiento a las agencias minoristas, no pudiendo ofrecer sus productos directamente al usuario o consumidor.

b) Minoristas: Son las agencias que comercializan el producto de las agencias mayoristas con la venta directa al usuario o consumidor o proyectan, elaboran, organizan y venden todas las clases de servicios sueltos o viajes combinados directamente al usuario, no pudiendo ofrecer sus productos a otras agencias.

c) Mayoristas-minoristas: Son las agencias que pueden simultanear las actividades de los dos grupos anteriores.

3. Las agencias de viaje deberán constituir y mantener vigentes los instrumentos de garantía, que se fijen reglamentariamente, para proteger a los usuarios turísticos.

Artículo 52.-Centrales de reserva:

1. A los efectos de la presente Ley, se entiende por centrales de reserva las empresas turísticas que se dedican exclusivamente a reservar servicios turísticos.

2. Las empresas enunciadas en el apartado anterior tendrán la obligación de inscribirse en el Registro de empresas y actividades turísticas del Principado de Asturias.



3. Reglamentariamente se establecerán las condiciones y requisitos exigibles para esta modalidad de intermediación.

CAPITULO QUINTO

EMPRESAS DE TURISMO ACTIVO

Artículo 53.-Empresas de turismo activo:

1. Se consideran empresas de turismo activo aquellas dedicadas a proporcionar, mediante precio, de forma habitual y profesional, actividades turísticas de recreo, deportivas y de aventura que se practican sirviéndose básicamente de los recursos que ofrece la propia naturaleza en el medio en que se desarrollan.

2. Estas empresas no podrán ser objeto de autorización turística sin los preceptivos informes o autorizaciones favorables de las administraciones públicas implicadas en función de la naturaleza de la actividad de que se trate. 3. Las empresas que realicen actividades de turismo activo deberán cumplir los requisitos que reglamentariamente se establezcan.

CAPITULO SEXTO

PROFESIONES TURISTICAS

Artículo 54.-Profesiones turísticas:

Sin perjuicio de lo dispuesto en el artículo 149.1.30 de la Constitución, se consideran profesiones turísticas las relativas a la prestación, de forma habitual y retribuida, de servicios específicos en las empresas turísticas y las actividades turístico-informativas.

Artículo 55.-Actuaciones públicas:

La Administración del Principado de Asturias podrá adoptar cuantas medidas sean necesarias en orden al ejercicio de las actividades propias de las profesiones turísticas. Asimismo, impulsará los instrumentos y programas necesarios, a través del diálogo social, para mejorar los niveles de cualificación y la formación de los trabajadores y profesionales del sector.

TITULO V

PROMOCION Y DESARROLLO DEL TURISMO

CAPITULO PRIMERO

DISPOSICIONES GENERALES

Artículo 56.-Promoción y desarrollo de la actividad turística:

1. A los efectos de esta Ley, el territorio del Principado de Asturias en su conjunto se considera como destino turístico integral, con tratamiento unitario en su promoción fuera del mismo, con el objeto de fortalecer la imagen turística de Asturias.

2. Corresponde a la Administración del Principado de Asturias, mediante los instrumentos que estime necesarios, el fomento y promoción del turismo de la Comunidad Autónoma, sin perjuicio de las iniciativas de naturaleza privada, de la participación de las entidades locales y de las competencias del Estado.



Artículo 57.-Principios de actuación:

1. La Administración del Principado de Asturias impulsará en materia de promoción turística fórmulas que permitan la coordinación, cooperación y colaboración con las Administraciones públicas.

2. Asimismo, la Administración del Principado de Asturias fomentará la participación e integración de los agentes y asociaciones empresariales del sector turístico en las actividades de promoción.

CAPITULO SEGUNDO

MEDIDAS DE PROMOCION

Artículo 58.-La promoción turística:

1. La Administración del Principado de Asturias adoptará en materia de promoción del turismo las medidas adecuadas para potenciar y promocionar la imagen de la Comunidad Autónoma.

2. En el marco de la colaboración pública y privada, y sin perjuicio de las competencias del Estado, sus actuaciones comprenderán:

a) Diseño y ejecución de campañas de promoción turística del Principado de Asturias.

b) Desarrollo de publicaciones turísticas orientadas a la información, promoción y comercialización del turismo del Principado de Asturias.

c) Elaboración, conjuntamente con el sector privado, de programas anuales de impulso a la proyección comercial, con el fin de incrementar la identificación de los productos turísticos asturianos.

d) Desarrollo de planes especiales de promoción orientados al turismo temático, o a determinados destinos y territorios. e) Impulso de acciones orientadas a potenciar y estimular las marcas y clubes de calidad.

f) El diseño y ejecución de acciones de dinamización del turismo interior.

g) Apoyo a las iniciativas de promoción y comerciales de interés general para el sector turístico.

h) La puesta en marcha de una red de puntos de información al visitante acorde con los objetivos de promoción y desarrollo de la actividad turística.

Artículo 59.-Declaración de bienes y actividades de interés turístico:

1. La Administración del Principado de Asturias, por propia iniciativa o a instancia del Consejo Consultivo de Turismo o de otras entidades del sector turístico, podrá declarar como bienes y actividades de interés turístico aquellos equipamientos, manifestaciones y eventos que contribuyan, significativamente, a incrementar el atractivo y la imagen turística de Asturias.

2. La declaración de interés turístico de bienes y actividades comportará la adopción de medidas especiales para su implantación, promoción y desarrollo.

Artículo 60.-Información turística:



1. La Administración del Principado de Asturias se dotará de medios y sistemas de información orientados a proporcionar el conocimiento de la oferta y la demanda turística y a garantizar la atención de las demandas de información externas.

2. En cooperación y coordinación con las entidades locales y en colaboración con las asociaciones empresariales, se adoptarán las medidas necesarias para impulsar sistemas e instrumentos de información turística de Asturias.

CAPITULO TERCERO

MEDIDAS DE FOMENTO Y DESARROLLO

Artículo 61.-El desarrollo turístico:

1. Para la consecución de los fines que en materia de promoción se expresan en el artículo 4 de la presente Ley, y en el marco de los instrumentos de ordenación territorial vigentes, la Administración del Principado de Asturias se dotará de las siguientes figuras:

- a) Proyectos de interés regional.
- b) Programas de dinamización turística.
- c) Actuaciones integrales locales.
- d) Programas de calidad e innovación.

2. Son proyectos de interés regional aquellos que por su gran capacidad dinamizadora del turismo en el Principado de Asturias y su carácter emblemático pueden constituir referentes de calidad sostenible.

3. Los programas de dinamización turística son aquellos que, a través de la cooperación entre las instituciones autonómicas, municipales y empresas turísticas locales, van dirigidos a la elaboración y ejecución de actuaciones integrales en las distintas áreas de dinamización turística o en destinos turísticos concretos.

4. Son actuaciones integrales locales aquellas acciones que, limitadas a un término municipal y en el marco de la cooperación pública y privada, encauzan, recuperan y desarrollan recursos turísticos.

5. Los programas de calidad e innovación son aquellos que tienen por objeto la promoción de los destinos, empresas y productos turísticos en todos los ámbitos del turismo asturiano, en especial, a través de la creación y fomento de los clubes y marcas de calidad.

6. La declaración de los proyectos de interés regional, programas de dinamización turística y actuaciones integrales locales corresponderá al Consejo de Gobierno, a propuesta de la Consejería competente en materia de turismo, a la que corresponderá la elaboración y aprobación de los programas de calidad.

Artículo 62.-Ayudas y subvenciones:

1. La Administración turística competente podrá establecer líneas de ayuda y otorgar subvenciones a empresas turísticas, Administración local y a otras entidades y asociaciones como medidas para estimular la realización de las acciones fijadas en los planes y programas de promoción y fomento del turismo.



2. La concesión de subvenciones y ayudas respetará los principios de publicidad, concurrencia y objetividad, así como las normas generales sobre la libre competencia.

Artículo 63.-Fomento de los estudios turísticos:

1. La Administración del Principado de Asturias, en colaboración con los agentes económicos y sociales, propiciará la unificación de criterios en los programas y estudios de la formación reglada y ocupacional y promoverá el acceso a la formación continua de los trabajadores. Asimismo, apoyará la formación turística destinada a la adquisición de conocimientos en el uso de nuevas tecnologías y la formación de formadores.

2. Igualmente por la Administración del Principado de Asturias se impulsará la celebración de acuerdos y convenios para la elaboración de programas y planes de estudio en materia turística.

TITULO VI

INSPECCION TURISTICA

Artículo 64.-Inspección:

La verificación y control del cumplimiento de lo dispuesto en la presente Ley y restante normativa de aplicación en materia turística corresponden al órgano competente en materia de turismo de la Administración del Principado de Asturias.

Artículo 65.-Funciones de la inspección turística:

La inspección turística tendrá las siguientes funciones:

a) Vigilancia y comprobación del cumplimiento de las disposiciones y normativa vigente en materia de turismo.

b) Investigación de los hechos objeto de reclamaciones y denuncias.

c) Constatación de la existencia de infraestructuras y la dotación de los servicios exigidos por la legislación turística.

d) Asesoramiento a las empresas turísticas sobre el cumplimiento y aplicación de la normativa vigente.

e) Emisión de los informes previos sobre el cumplimiento de los requisitos de infraestructura y servicios, de promoción de accesibilidad y supresión de barreras, así como la posible clasificación de los proyectos a los que se refiere el artículo 25.5 de la presente Ley. f) Control de la ejecución de las acciones subvencionadas y vigilancia del cumplimiento de las condiciones que motivaron la concesión de subvenciones por parte de la Administración turística.

g) La clausura o cierre de establecimientos en los supuestos previstos en la normativa turística, en virtud de resolución adoptada por el órgano competente en materia de turismo.

h) Todas aquellas otras funciones que reglamentariamente se le atribuyan.

Artículo 66.-Acción inspectora:

1. Los funcionarios inspectores de turismo, en el ejercicio de sus funciones, tendrán la consideración de agentes de la autoridad, pudiendo recabar la colaboración de las fuerzas y



cuerpos de seguridad del Estado y Policía Local en apoyo de su actuación. Igualmente, cuando se considere necesario para el adecuado cumplimiento de la acción inspectora, podrán solicitar el apoyo y cooperación del personal y servicios dependientes de otras administraciones y organismos públicos.

2. Los funcionarios inspectores podrán acceder a las instalaciones, establecimientos y empresas turísticas y a aquellos otros locales abiertos al público en los que existan pruebas o indicios de que se desarrolle actividad turística, pudiendo requerir cuanta documentación sea precisa para el adecuado cumplimiento de su función.

3. Los funcionarios inspectores irán provistos de la documentación que acredite su condición, debiendo exhibirla cuando se hallaren en el ejercicio de sus funciones.

4. El personal funcionario de inspección deberá guardar secreto y sigilo profesional. En el ejercicio de sus funciones se guardará con los ciudadanos la mayor consideración y cortesía y se les informará de sus derechos y deberes, así como de la conducta que han de seguir en sus relaciones con la Administración turística, a efectos de facilitarles el cumplimiento de sus obligaciones.

Artículo 67.-Obligaciones de los titulares de empresas y actividades turísticas:

1. Los titulares de empresas y actividades turísticas o los representantes de las mismas en el momento de la inspección están obligados a facilitar a los funcionarios inspectores de turismo el acceso y examen de instalaciones, documentos, libros y registros preceptivos, así como la comprobación de cuantos datos sean precisos a los fines que les son propios.

2. Igualmente, deberán tener a disposición de los funcionarios inspectores un libro de inspección, debidamente diligenciado, en el que se reflejará el resultado de las actuaciones que se realicen.

3. La inspección de turismo podrá requerir motivadamente la comparecencia de los interesados en las oficinas públicas, al objeto de lo que se determine en la correspondiente citación.

Artículo 68.-Actas de inspección:

1. Los resultados de la función inspectora de vigilancia y comprobación del cumplimiento de la normativa turística vigente serán recogidos en el acta de inspección correspondiente, en la cual se consignarán, además de los datos identificativos de la empresa o establecimiento de que se trate, la referencia expresa de los hechos constatados y cuantas circunstancias contribuyan a su mejor determinación y valoración.

2. Cuando la inspección turística estime que los hechos o comportamientos que dieron lugar a su actuación puedan ser constitutivos de infracción administrativa, deberá hacerlo constar en un acta de infracción.

3. Los interesados o sus representantes podrán hacer cuantas alegaciones o aclaraciones estimen convenientes, las cuales se reflejarán en el acta correspondiente.

4. Las actas tendrán que ser firmadas por el inspector actuante y el titular de la empresa o su representante y, en su defecto, por la persona que en ese momento esté al frente de la empresa o actividad. Si existiese negativa por las anteriores personas a estar presentes o a firmar el acta, el inspector hará constar dichas circunstancias, así como los motivos manifestados, si los hubiese, mediante la oportuna diligencia. Del acta extendida se dejará copia en el establecimiento.



5. La firma del acta levantada acreditará el conocimiento de su contenido y en ningún caso implicará la aceptación del mismo.

TITULO VII

DISCIPLINA TURISTICA

CAPITULO PRIMERO

INFRACCIONES

Artículo 69.-Infracciones administrativas:

1. Se consideran infracciones administrativas en materia de turismo las acciones u omisiones tipificadas y sancionadas en la presente Ley.

2. Las disposiciones reglamentarias que desarrollen esta Ley podrán especificar, cuando resulte imprescindible, las conductas tipificadas como infracciones en la misma.

3. Las infracciones administrativas contra lo dispuesto en la presente Ley se clasifican en leves, graves y muy graves.

Artículo 70.-Infracciones leves:

Se consideran infracciones administrativas de carácter leve las siguientes:

- a) La acampada libre.
- b) La existencia de deficiencias ostensibles en las condiciones de limpieza de los locales, instalaciones, mobiliario y otros elementos de los establecimientos, así como de la fachada e inmediaciones del inmueble que formen parte de la explotación.
- c) La falta de exhibición de anuncios o distintivos obligatorios o su exhibición sin las formalidades exigidas o en lugares distintos a los determinados reglamentariamente.
- d) El incumplimiento de las disposiciones relativas a documentación, información y libros establecidas por la normativa turística para el adecuado régimen y funcionamiento de la empresa o actividad y como garantía para la protección del usuario.
- e) El incumplimiento de las normas sobre publicidad de los servicios a prestar y sus precios.
- f) La inexistencia o la negativa a facilitar hojas de reclamaciones a los usuarios turísticos.
- g) La expedición de facturas o justificantes de pago incorrectos.
- h) La incorrecta prestación de los servicios por el personal encargado de los mismos.
- i) La falta de notificación, comunicación, declaración de los datos o informaciones requeridos por la Administración o su realización fuera de plazo. j) La prestación de servicios o la realización de actividades turísticas por quien no tenga la preceptiva autorización para ejercerlas, pero la haya solicitado y esté pendiente de resolución, disponiendo de licencia municipal de apertura.



k) Cualquier otro incumplimiento de los requisitos, prohibiciones y obligaciones establecidos en la normativa turística que no esté tipificado como infracción grave o muy grave.

Artículo 71.-Infracciones graves:

Se consideran infracciones administrativas de carácter grave las siguientes:

a) La prestación de servicios o la realización de actividades turísticas por quien no tenga la preceptiva autorización para ejercerlas o la titulación exigida por las normas en vigor.

b) La falta de inscripción en el Registro de empresas y actividades turísticas, cuando tenga carácter obligatorio.

c) La publicidad, de cualquier tipo, como oferta turística de alojamientos y actividades no autorizados turísticamente.

d) La oferta a las agencias de viaje y a las centrales de reserva de alojamientos no autorizados turísticamente.

e) La utilización de denominaciones, rótulos o distintivos diferentes a los que correspondan conforme a la clasificación y categoría asignada.

f) La información o publicidad de los servicios o prestaciones que induzcan a engaño.

g) La ausencia de personal con cualificación técnica turística en aquellos puestos para cuyo desempeño sea exigible.

h) La no expedición de factura o justificante de pago.

i) La reserva confirmada de plazas en número superior a las disponibles o el incumplimiento de las disposiciones relativas al régimen de reservas.

j) La negativa a la prestación de un servicio contratado o la prestación del mismo en condiciones diferentes o de calidad inferior a las pactadas, cuando suponga un perjuicio grave para el cliente. No constituirá infracción la negativa a seguir prestando el servicio cuando el usuario se niegue al pago de los ya recibidos.

k) La obstrucción a la labor inspectora, la negativa o resistencia a facilitar la información requerida y el suministro de información falsa o inexacta a los inspectores u órgano competente de la Administración del Principado de Asturias.

l) No disponer de las instalaciones, sistemas o servicios obligatorios según la normativa turística o disponer de ellos en mal estado de conservación o funcionamiento.

m) Efectuar reformas estructurales no autorizadas previamente por la Administración turística competente que modifiquen los requisitos básicos esenciales para el ejercicio de la actividad, supongan una disminución de la calidad o afecten a la clasificación, categoría y capacidad del establecimiento.

n) El incumplimiento de los plazos concedidos por la Administración turística competente para la subsanación de deficiencias de infraestructura o equipamientos.

ñ) La admisión en los campamentos de turismo de campistas fijos o residenciales y la instalación de unidades de acampada prohibidas.



o) La prohibición de libre acceso y la expulsión de los clientes cuando sean injustificadas.

Artículo 72.-Infracciones muy graves:

Se consideran infracciones administrativas de carácter muy grave:

a) La prestación de servicios o la realización de actividades turísticas por quien no tenga la preceptiva autorización para ejercerlas o la titulación exigida por las normas en vigor, cuando comporten riesgos graves para los usuarios.

b) No mantener vigente la cuantía del capital social o las garantías del seguro y fianzas exigidas por la normativa.

c) El incumplimiento de la normativa de protección y prevención de incendios, medidas de seguridad, o de sanidad e higiene, cuando entrañen riesgo para la integridad física o salud de las personas.

Artículo 73.-Sujetos responsables:

1. Serán responsables de las infracciones administrativas tipificadas:

a) Las personas físicas o jurídicas titulares de empresas, establecimientos y actividades turísticas que serán, salvo prueba en contrario, aquellas a cuyo nombre figure la autorización, habilitación o título-licencia correspondiente.

b) Las personas físicas o jurídicas que no disponiendo de la autorización, habilitación o título-licencia, en cada caso, obligatoria realicen la actividad o mantengan abiertos establecimientos turísticos.

c) Las personas físicas o jurídicas que, por acción u omisión, contravengan lo dispuesto en la presente Ley o en sus normas de desarrollo.

2. El titular de la empresa, establecimiento o actividad será responsable administrativo de las infracciones cometidas por el personal a su servicio.

Artículo 74.-Prescripción de las infracciones:

1. Las infracciones administrativas en materia de turismo prescribirán en los siguientes plazos:

a) Las leves, a los seis meses.

b) Las graves, al año.

c) Las muy graves, a los dos años.

2. El plazo de prescripción se computará desde el día en que se hubiera cometido la infracción y quedará interrumpido por la incoación del correspondiente expediente sancionador, con conocimiento del expedientado, reanudándose el cómputo si el procedimiento estuviera paralizado durante más de un mes por causa no imputable al presunto responsable.

CAPITULO SEGUNDO

SANCIONES



Artículo 75.-Clases de sanciones administrativas:

1. Sin perjuicio de las responsabilidades civiles, penales o de otro orden, por la comisión de las infracciones administrativas tipificadas en la presente Ley podrán imponerse las siguientes sanciones: a) Apercibimiento.

b) Multa.

c) Suspensión de las actividades empresariales o profesionales.

d) Clausura del establecimiento.

e) Revocación de la autorización, habilitación o título-licencia para el ejercicio de la actividad.

2. Cuando la clausura de la empresa o establecimiento venga determinada porque la actividad se desarrolla sin la preceptiva autorización, aquélla no tendrá la consideración de sanción, ordenándose la clausura para el restablecimiento inmediato de la legalidad conculcada y hasta el momento en que la misma sea restablecida, sin perjuicio todo ello del expediente sancionador que en su caso se incoe.

Artículo 76.-Criterios para la graduación de las sanciones:

Las sanciones se impondrán teniendo en cuenta las circunstancias concurrentes cuando se produjo la infracción administrativa, considerándose especialmente los siguientes criterios para la graduación de las mismas:

a) Los perjuicios ocasionados.

b) El beneficio ilícito obtenido.

c) La categoría y volumen económico del establecimiento o características de la actividad.

d) La existencia de intencionalidad o la reiteración entendida como la comisión en el término de dos años de dos o más infracciones de cualquier carácter, que así hayan sido declaradas por resolución firme.

e) La reincidencia, entendida como la comisión en el término de un año de más de una infracción de la misma naturaleza cuando así haya sido declarado por resolución firme. En caso de reincidencia, la infracción podrá clasificarse como correspondiente a la categoría de infracciones inmediatamente superior.

f) La subsanación durante la tramitación del expediente de las anomalías que dieron origen a la iniciación del procedimiento.

Artículo 77.-Graduación de las sanciones:

1. La comisión de infracciones administrativas calificadas como leves conllevará la imposición de alguna de las siguientes sanciones:

a) Apercibimiento.

b) Multa de entre 10.000 y 100.000 pesetas (60,10 y 601,01 euros) .



La sanción de multa en su grado mínimo se situará entre las 10.000 y 25.000 pesetas (60,10 y 150,25 euros); en su grado medio, de 25.001 a 50.000 pesetas (150,26 a 300,51 euros) y en su grado máximo, de 50.001 a 100.000 pesetas (300,52 a 601,01 euros) .

2. La comisión de infracciones administrativas calificadas como graves conllevará la imposición de alguna o algunas de las siguientes sanciones:

a) Multa de entre 100.001 y 1.000.000 de pesetas (601,02 y 6.010,12 euros) .

La sanción de multa en su grado mínimo se situará entre las 100.001 y 200.000 pesetas (601,02 y 1.202,02 euros); en su grado medio, de 200.001 a 500.000 pesetas (1.202,03 a 3.005,06 euros) y en su grado máximo, de 500.001 a 1.000.000 de pesetas (3.005,07 a 6.010,12 euros) .

b) Suspensión del ejercicio de las actividades empresariales o profesionales por un plazo no superior a seis meses.

3. La comisión de infracciones administrativas calificadas como muy graves conllevará la imposición de alguna o algunas de las siguientes sanciones:

a) Multa de entre 1.000.001 y 10.000.000 (6.010,13 y 60.101,21 euros) .

La sanción de multa en su grado mínimo se situará entre 1.000.001 y 2.500.000 pesetas (6.010,13 y 15.025,30 euros); en su grado medio, de 2.500.001 a 5.500.000 pesetas (15.025,31 a 33.055,67 euros); y en su grado máximo, de 5.500.001 a 10.000.000 de pesetas (33.055,68 a 60.101,21 euros).

b) Suspensión del ejercicio de las actividades empresariales o profesionales por un plazo no superior a dos años.

c) Clausura del establecimiento.

d) Revocación de la autorización, habilitación o título-licencia para el ejercicio de la actividad.

4. La sanción de apercibimiento procederá en los supuestos de infracciones leves cuando, por las circunstancias de la infracción o del infractor, no se estime conveniente la imposición de multa. En las infracciones graves y muy graves las sanciones de multa serán compatibles con las de suspensión, clausura o revocación.

5. La revocación de subvenciones o la suspensión del derecho a obtenerlas se podrán imponer como sanción accesoria a las que procedan en los supuestos de faltas graves y muy graves.

Artículo 78.-Multas coercitivas:

Con independencia de las sanciones previstas en los artículos anteriores, los órganos sancionadores, una vez transcurridos los plazos señalados en el requerimiento correspondiente relativo a la adecuación de la actividad o de los establecimientos a lo dispuesto en las normas, podrán imponer multas coercitivas conforme a lo dispuesto en el artículo 99 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común. La cuantía de cada una de dichas multas no superará el veinte por ciento de la multa fijada para la infracción cometida.



Artículo 79.-Organos competentes para la imposición de las sanciones:

Los órganos competentes para la imposición de las sanciones establecidas en esta Ley son los siguientes:

a) El titular de la Dirección General competente en materia turística, en el caso de sanciones por infracciones leves.

b) El titular de la Consejería competente en materia turística, en el caso de las sanciones por infracciones graves y muy graves, con la excepción prevista en el apartado siguiente.

c) El Consejo de Gobierno del Principado de Asturias, en el caso de las sanciones por infracciones muy graves, cuando lleven aparejadas la clausura del establecimiento o la revocación de la autorización, habilitación o título-licencia para el ejercicio de la actividad.

Artículo 80.-Inscripción, cancelación y publicidad de las sanciones:

1. Las sanciones firmes en vía administrativa, sea cual fuere su clase y naturaleza, serán anotadas en el Registro de empresas y actividades turísticas del Principado de Asturias.

2. La anotación de las sanciones se cancelará de oficio, transcurridos los plazos de prescripción señalados en el artículo 81 de esta Ley.

3. Las sanciones impuestas por faltas muy graves que conlleven el cierre de las instalaciones o establecimientos, la suspensión del ejercicio de empresas o actividades o la revocación de la autorización, habilitación o título-licencia habrán de ser publicadas en el BOLETIN OFICIAL del Principado de Asturias.

Artículo 81.-Prescripción de las sanciones:

1. Las sanciones impuestas por faltas muy graves prescribirán a los dos años; las impuestas por faltas graves, al año, y las impuestas por faltas leves, a los seis meses.

2. El plazo de prescripción comenzará a contarse desde el día siguiente a aquel en que adquiera firmeza la resolución por la que se impone la sanción.

3. Interrumpirá la prescripción la iniciación, con conocimiento del interesado, del procedimiento de ejecución, volviendo a contarse el plazo si aquél está paralizado durante más de un mes por causa no imputable al infractor.

CAPITULO TERCERO

PROCEDIMIENTO SANCIONADOR

Artículo 82.-Regulación :

El procedimiento sancionador en materia turística se regulará por lo establecido en la presente Ley y en sus normas de desarrollo, debiendo, en todo caso, respetarse los principios contenidos en el capítulo II del título IX de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

Artículo 83.-Iniciación:



1. El procedimiento sancionador en materia turística se iniciará de oficio por acuerdo del titular de la Dirección General competente en materia turística adoptado como consecuencia de cualquiera de las actuaciones siguientes:

a) Por la propia iniciativa del órgano competente en materia turística cuando tenga conocimiento de una presunta infracción por cualquier medio.

b) Orden del órgano superior jerárquico.

c) Petición razonada de la autoridad u órgano administrativo que tenga conocimiento de una presunta infracción.

d) Denuncia de cualquier persona en cumplimiento o no de una obligación legal.

2. Con carácter previo a la incoación del procedimiento, la inspección de turismo podrá realizar actuaciones al objeto de determinar si concurren las circunstancias que justifiquen la iniciación del procedimiento sancionador.

Artículo 84.-Medidas provisionales:

1. Iniciado el procedimiento sancionador, el órgano competente podrá acordar, de oficio o a instancia de parte, las medidas provisionales que estime oportunas para asegurar la eficacia de la resolución que pudiera recaer, si existiesen elementos de juicio suficientes para ello.

2. Entre tales medidas se podrá acordar la suspensión temporal de la actividad hasta la resolución del procedimiento, si la infracción pudiera dar lugar a la clausura definitiva del establecimiento.

3. Antes de la iniciación del procedimiento sancionador, el órgano competente, de oficio o a instancia de parte, en los casos de urgencia y para la protección provisional de los intereses implicados, podrá adoptar las medidas correspondientes por razones de seguridad. Tales medidas habrán de ser confirmadas, modificadas o levantadas en el acuerdo de iniciación del procedimiento, que deberá efectuarse dentro de los quince días siguientes a su adopción.

En todo caso las medidas adoptadas quedarán sin efecto si no se inicia el procedimiento en dicho plazo o si el acuerdo de iniciación no se pronuncia expresamente acerca de las mismas.

Artículo 85.-Ejecutividad de las sanciones:

1. Las sanciones que se impongan al amparo de lo dispuesto en la presente Ley serán objeto de inmediata ejecución cuando pongan fin a la vía administrativa de conformidad a lo dispuesto en la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

2. Contra las resoluciones del procedimiento sancionador podrán interponerse los recursos previstos en la normativa sobre régimen jurídico de las administraciones públicas.

Artículo 86.-Caducidad:

Los procedimientos sancionadores se entenderán caducados procediéndose al archivo de las actuaciones una vez que transcurra un año desde su incoación, excluyendo de su cómputo las suspensiones establecidas en el artículo 42.5 de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento



Administrativo Común, todo ello sin perjuicio de la posible ampliación del plazo en los supuestos legalmente establecidos.

DISPOSICIONES ADICIONALES

Primera

La Consejería competente en materia turística establecerá un sistema normalizado de información estadística para garantizar la fiabilidad y la actualización permanente de los datos turísticos, utilizando a estos efectos la delimitación territorial vigente en el Principado de Asturias. Antes de su aprobación, la Consejería requerirá informe no vinculante del Consejo Consultivo de Turismo del Principado de Asturias.

Segunda

Para el ejercicio de las actividades de inspección se crea, dentro del Cuerpo de Gestión de la Administración del Principado de Asturias, Grupo B, la Escala de Inspección Turística.

Tercera

En la forma en que se determine reglamentariamente, la Administración del Principado de Asturias podrá crear un procedimiento de arbitraje de conformidad con la legislación vigente para la resolución de los conflictos que pudieran surgir entre las empresas prestadoras de los servicios y los usuarios destinatarios de los mismos, todo ello sin perjuicio de la protección administrativa y judicial, de acuerdo con lo establecido en el artículo 24 de la Constitución Española.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

Primera

Hasta tanto no se constituya el Consejo Consultivo de Turismo del Principado de Asturias, previsto en el artículo 8 de la presente Ley, cuyo Decreto regulador deberá ser aprobado en el plazo de un año desde la entrada en vigor de la misma, continuará en funciones el Consejo de Turismo del Principado de Asturias, creado por el Decreto 7/1997, de 6 de febrero.

Segunda

Lo previsto en el artículo 14.1 no será de aplicación a los campamentos de turismo autorizados en el momento de la entrada en vigor de la presente Ley, que mantendrán el régimen jurídico urbanístico que les resulte de aplicación.

Tercera

Las empresas turísticas existentes a la entrada en vigor de esta Ley dispondrán del plazo de tres años para adaptarse a lo dispuesto en la misma.

Cuarta

Los establecimientos que a la entrada en vigor de la presente Ley estuvieran clasificados como hostales podrán continuar en dicha clasificación con el carácter de "categoría a extinguir", en tanto no se proceda a un cambio de su titularidad, la cual no se autorizará hasta que el establecimiento no se acomode a alguna de las modalidades contempladas en la Ley.



Quinta

Los funcionarios que a la entrada en vigor de la presente Ley vengan desempeñando las funciones de inspección pasarán a integrarse en la escala a extinguir del Grupo B, siempre que acrediten contar con la titulación exigida para dicho Grupo.

DISPOSICION DEROGATORIA

A la entrada en vigor de la presente Ley quedan derogados la Ley del Principado de Asturias 2/1986, de 28 de abril, sobre inspección, sanciones y procedimiento sancionador en materia de empresas y actividades turísticas, así como todas aquellas disposiciones de igual o inferior rango que se opongan a lo previsto en la misma.

DISPOSICIONES FINALES

Primera

Se autoriza al Consejo de Gobierno para dictar cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo y ejecución de la presente Ley. En el plazo de un año desde su entrada en vigor habrá de aprobarse la totalidad de los desarrollos reglamentarios previstos en la presente Ley.

Segunda

En el plazo de dos años, desde la entrada en vigor de la presente Ley, el Consejo de Gobierno aprobará las directrices sectoriales de ordenación de los recursos turísticos, las cuales serán revisadas con una periodicidad no superior a cuatro años.

Tercera

La cuantía de las multas establecidas en la presente Ley podrá ser actualizada por el Consejo de Gobierno, teniendo en cuenta la variación de los índices de precios al consumo.

Cuarta

La presente Ley entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el BOLETIN OFICIAL del Principado de Asturias.

Por tanto, ordeno a todos los ciudadanos a quienes sea de aplicación esta Ley coadyuven a su cumplimiento, así como a todos los Tribunales y Autoridades que la guarden y la hagan guardar.



Anexo 2. DECRETO 143/2002, de 14 de noviembre, de Alojamientos de Turismo Rural

PREÁMBULO

La Ley del Principado de Asturias 7/2001, de Turismo, contempla, dentro de las modalidades de la actividad de alojamiento, la del alojamiento de turismo rural, que regula expresamente en sus artículos 37 a 40. La Ley remite la determinación de los requisitos y condiciones que deben reunir estos establecimientos a lo dispuesto reglamentariamente, por lo que resulta necesario dictar la oportuna norma.

Al mismo tiempo, resulta oportuno regular la modalidad de núcleo vacacional, que también requiere un desarrollo reglamentario, de conformidad con lo establecido en el artículo 45 de la Ley citada, si bien en el caso presente con referencia única a aquellos núcleos que, por su singular ubicación, obtengan la especialización de rural, tratando con ello de dar una visión unitaria del turismo rural en el Principado.

De conformidad con lo dispuesto en la disposición final primera de la citada Ley del Principado de Asturias 7/2001, de 22 de junio, de Turismo, y en el artículo 25 h) de la Ley 6/1984, de 5 de julio, del Presidente y del Consejo de Gobierno del Principado de Asturias, corresponde al Consejo de Gobierno la competencia en orden a dictar la presente disposición.

En su consecuencia, a propuesta del Consejero de Industria, Comercio y Turismo, de acuerdo con el Consejo de Estado y previo Acuerdo del Consejo de Gobierno en su reunión de 14 de noviembre de 2002,

DISPONGO

TITULO PRELIMINAR

Artículo 1.—Objeto:

El presente Decreto tiene por objeto la regulación en el territorio del Principado de Asturias de la actividad de alojamiento turístico ofertada en la modalidad de alojamiento de turismo rural, así como la ofertada en la modalidad de núcleo que cuente con la especialización de turismo rural.

Artículo 2.—Ambito de aplicación:

Lo dispuesto en este Decreto será de aplicación a los titulares y usuarios de alojamientos de turismo rural, entendiéndose por tales aquellos establecimientos que se ubican en asentamientos tradicionales de población de menos de quinientos habitantes, o en suelo no urbanizable, cualquiera que sea su calificación, en los términos que resulten de los instrumentos de planeamiento en vigor, y que adoptan alguna de las siguientes modalidades:

- a) Hoteles rurales.
- b) Casas de aldea.
- c) Apartamentos rurales.

Será también aplicable a la modalidad de núcleo cuando cuente con la especialización de turismo rural.

TITULO I



Alojamientos de Turismo rural

Capítulo I

Disposiciones generales

Artículo 3.—Autorización:

Los titulares de los alojamientos de turismo rural, con anterioridad al inicio de sus actividades, deberán obtener de la Administración turística autonómica la correspondiente autorización para el ejercicio de la actividad de alojamiento y la clasificación del establecimiento.

Artículo 4.—Agroturismo:

Con independencia de la modalidad de alojamiento de turismo rural adoptada, la especialidad de agroturismo se aplicará a los establecimientos que estén integrados en explotaciones agrarias, ganaderas o forestales que, junto al hospedaje, oferten servicios generados por la propia explotación, posibilitando la participación del cliente en la realización de determinadas tareas propias de la explotación.

Artículo 5.—Placas identificativas:

En todos los establecimientos de alojamiento de turismo rural, será obligatoria la exhibición, junto a la entrada principal, de una placa normalizada en la que figure el distintivo correspondiente a su modalidad, categoría y en su caso especialización.

Capítulo II

Régimen contractual

Derechos y obligaciones

Artículo 6.—Normas de régimen interior:

1.—Los titulares de los alojamientos de turismo rural podrán establecer, respecto al uso de los servicios e instalaciones por parte de las personas que estén alojadas en los mismos, las normas de régimen interior que consideren convenientes, que podrán contener el horario de prestación de los diversos servicios, las reglas a las que deben ajustar su estancia los clientes, las instrucciones de funcionamiento de los instrumentos y aparatos que dejan a su disposición, las indicaciones para la utilización racional de los recursos y, en su caso, las reglas sobre pernoctación de los invitados en el establecimiento.

2.—En caso de existir, dichas normas deberán ser previamente comunicadas a la Administración turística autonómica y habrán de ser puestas en conocimiento de los clientes a su llegada al establecimiento.

Artículo 7.—Estancias:

1.—La estancia en los alojamientos de turismo rural comprende el uso y goce pacífico del alojamiento y demás servicios contratados y durará el tiempo convenido, plazo que habrá de constar expresamente en la tarjeta de admisión.

2.—La duración del alojamiento se contará por días o jornadas, conforme al número de pernoctaciones.



3.—Salvo pacto en contrario, la jornada comenzará a las 17 horas del primer día del período contratado y terminará a las 12 horas del día señalado como fecha de salida. El cliente que no abandone a dicha hora el alojamiento que ocupa se entenderá que prolonga su estancia un día más.

Artículo 8.—Reservas:

1.—El titular del establecimiento podrá exigir a los clientes que efectúen reserva de plaza un anticipo del precio, que se entenderá a cuenta del importe resultante de los servicios prestados; dicha señal podrá alcanzar como máximo el 50% del importe que resulte en razón de las plazas y número de días por los que se efectúe la reserva.

2.—El titular del establecimiento vendrá obligado a contestar a todas las peticiones de reserva que se reciban, empleando para ello el mismo medio, o similar, al utilizado por el cliente.

Artículo 9.—Cancelaciones:

1.—En todo momento el usuario podrá desistir de la reserva efectuada, teniendo derecho a la devolución de las cantidades que hubiese abonado.

2.—No obstante lo anterior, cuando el desistimiento le sea comunicado con más de siete y menos de quince días de antelación al señalado para la ocupación, el titular del establecimiento podrá retener el 50% del importe del depósito, o la totalidad del mismo si la comunicación se efectúa dentro del plazo de siete días anteriores a dicha fecha.

3.—Si el cliente no llega al establecimiento antes de las veinte horas del día señalado para el comienzo de la estancia, se entenderá anulada la reserva.

Artículo 10.—Tarjeta de admisión:

A todo cliente, antes de su admisión, le será entregado un documento en el que constará el nombre, modalidad, y categoría del establecimiento, precio del alojamiento, número o identificación del dormitorio o dormitorios asignados, número de plazas contratadas, y fecha de entrada y de salida.

Dicho documento, firmado por el cliente, tendrá valor de prueba a efectos administrativos, y su copia deberá conservarse en el establecimiento a disposición de la Administración turística durante un año.

Artículo 11.—Camas supletorias:

1.—Dentro del límite establecido para cada modalidad de alojamiento objeto del presente Decreto, y a solicitud del cliente, podrán instalarse camas supletorias en aquellas habitaciones cuya superficie exceda en tres metros cuadrados de la mínima exigida según la categoría del establecimiento, no pudiendo instalarse más de una supletoria por habitación.

2.—Tendrán la consideración de camas supletorias los sofás-camas instalados en el salón en los apartamentos o casas de aldea de contratación íntegra.

3.—La instalación de cunas para niños menores de dos años podrá realizarse a petición del cliente, no teniendo en ningún caso la consideración de supletorias.

Artículo 12.—Precios:



1.—Los precios de todos los servicios habrán de gozar de la máxima publicidad, debiendo constar en la misma los correspondientes al alojamiento y a los demás servicios complementarios que se ofrezcan.

2.—Los precios se mostrarán en lugar destacado y de fácil localización y lectura, habiendo de figurar en todo caso en la recepción del establecimiento o a la entrada del mismo.

3.—A efectos de su inclusión en las guías oficiales, los titulares de los establecimientos podrán declarar a la Administración turística los precios de los servicios por ellos ofertados.

Los precios incluidos en guías oficiales tendrán, en todo caso, la consideración de orientativos.

Artículo 13.—Facturación:

1.—Los clientes tienen la obligación de satisfacer el precio de los servicios facturados en el tiempo y lugar convenidos.

A falta de convenio se entenderá que el pago debe efectuarse en el mismo establecimiento y en el momento de ser presentada para el cobro la factura correspondiente.

2.—La factura deberá expresar los diversos servicios prestados, sea nominalmente o en clave, cuya explicación aparecerá inexcusablemente en el impreso. En todo caso aparecerá desglosada por días y conceptos, sin que quepa la simple expresión de los totales. En la factura habrá de figurar junto al nombre, modalidad y categoría del establecimiento, el nombre del cliente, el número o identificación del alojamiento asignado al mismo, el número de plazas contratadas, la fecha de entrada y la de salida y la fecha de expedición.

3.—Los titulares de los establecimientos están obligados a conservar los duplicados de las facturas, para su comprobación por la Administración turística, durante el plazo de un año a partir de la fecha de su expedición.

Artículo 14.—Prestación de servicios:

1.—Los titulares de los alojamientos de turismo rural serán responsables de la adecuada calidad en la prestación de los servicios, la cual se realizará de forma directa, individualizada y personal, o bien por personal cualificado para dicha función.

2.—El titular, o persona encargada, estará localizable, en el propio establecimiento o en el término municipal donde éste se ubique, durante las 24 horas del día para solucionar los problemas que pudieran plantearse en el mismo.

Artículo 15.—Mantenimiento del establecimiento:

1.—Las instalaciones, mobiliario, elementos decorativos, enseres y menaje serán en todo momento los adecuados al nivel de calidad y a la modalidad y categoría que ostente el establecimiento y se mantendrán en las debidas condiciones de funcionamiento y limpieza.

2.—En las casas de aldea de contratación íntegra y en los apartamentos, podrá exponerse al público un inventario de las existencias de cocina, mobiliario y complementos existentes.

Dicho inventario podrá presentarse a los clientes a su llegada y verificarse en su presencia, entendiéndose su conformidad si en el momento de la firma del mismo no formulan objeción.



3.—Los titulares de los establecimientos citados en el apartado anterior podrán exigir, para responder de la pérdida o deterioro de las instalaciones, mobiliario y enseres que sea imputable a los clientes, el depósito en el momento de ocupar el alojamiento de una cantidad no superior al 25 por ciento del importe total del precio pactado. Dicha fianza será reintegrada al cliente, previas las deducciones que en su caso precisen, al término del contrato.

Artículo 16.—Hojas de reclamaciones:

1.—Los titulares de los alojamientos de turismo rural adoptarán las medidas necesarias para que, en todo momento, existan en sus establecimientos, a disposición de los clientes, hojas de reclamaciones que les serán facilitadas por la Dirección General competente en materia de turismo.

2.—La carencia o negativa a entregar dichas hojas al usuario, dará lugar a responsabilidad administrativa, salvo que la reclamación verse sobre precios, en cuyo caso, sólo podrá exigir el cliente la hoja previo pago de la factura correspondiente.

Artículo 17.—Seguro de responsabilidad civil:

Los titulares de los alojamientos de turismo rural deberán tener permanentemente vigente un seguro de responsabilidad civil que cubra los daños y lesiones que sufran los clientes, por hechos o actos jurídicos que puedan ser imputables a dichos titulares o a las personas dependientes de los mismos, con una cuantía mínima de cobertura de 150.250 euros, sin que, en su caso, la franquicia sea superior a 602 euros.

Capítulo III

Hoteles rurales

Artículo 18.—Concepto:

Los hoteles rurales son aquellos establecimientos ubicados en inmuebles de singular valor arquitectónico o que respondan a la arquitectura tradicional asturiana de la zona que, ofreciendo alojamiento, con o sin servicios complementarios, ocupan la totalidad de un edificio, edificios o parte independizada de los mismos, constituyendo sus dependencias un todo homogéneo, con entradas, escaleras y ascensores de uso exclusivo, y reúnen los requisitos señalados en este Decreto.

Artículo 19.—Capacidad:

La capacidad máxima de los hoteles rurales será de treinta y seis plazas, incluidas supletorias.

Artículo 20.—Requisitos y categorías:

1) Los hoteles rurales deberán prestar los servicios y reunir los requisitos técnicos establecidos en el régimen general aplicable a hoteles.

2) Los hoteles rurales se clasifican en cinco categorías, identificadas por estrellas, en función de la calidad de sus instalaciones y servicios y del cumplimiento de los requisitos señalados para los hoteles en general.

3) El distintivo de la categoría deberá figurar en las facturas y en la publicidad que realice el establecimiento.

Capítulo IV



Casas de aldea

Sección 1.ª Disposiciones comunes

Artículo 21.—Concepto:

Son casas de aldea las viviendas autónomas e independientes, cuyas características sean las propias de la arquitectura tradicional asturiana de la zona, en las que se proporcione, mediante precio, el servicio de alojamiento y, eventualmente, otros servicios complementarios.

Artículo 22.—Modalidades de explotación:

La prestación de alojamiento turístico en casas de aldea se ajustará a alguna de las siguientes modalidades:

a) Contratación individualizada de habitaciones dentro de la propia vivienda familiar, incluyendo desayuno.

A efectos del presente Decreto se entienden incluidas en la vivienda familiar las edificaciones anexas y dependientes de la misma que se encuentren ubicadas dentro del mismo predio que ella.

b) Contratación íntegra del inmueble para uso exclusivo del contratante, en condiciones y con el equipo, las instalaciones y los servicios que permitan su inmediata utilización. En los casos en que el titular no gestione directamente el alojamiento, deberá designar un encargado que habrá de facilitar el alojamiento y resolver cuantas incidencias surjan con los usuarios en la forma prevista en el último párrafo del Artículo 14 de este Decreto.

Artículo 23.—Categorías:

1.—Con independencia de la modalidad de explotación adoptada, las casas de aldea, en función de la calidad de sus instalaciones y servicios y del cumplimiento de las condiciones señaladas en este Decreto, se clasificarán en tres categorías identificadas por uno, dos y tres "trísqueles".

2.—El distintivo de la categoría deberá figurar en las facturas y en la publicidad que realice el establecimiento.

Artículo 24.—Capacidad:

La capacidad máxima de las casas de aldea será de 15 plazas, incluidas supletorias, distribuidas en un máximo de siete habitaciones.

Sección 2.ª Servicios

Artículo 25.—Servicios y suministros incluidos en el precio del alojamiento:

1.—En la contratación individualizada de habitaciones, estarán siempre comprendidos en el precio del alojamiento los siguientes servicios y suministros:

a) El desayuno.

b) La limpieza diaria de la habitación, baño, y espacios comunes.



c) El cambio de lencería de cama y baño cada 3, 5, y 7 días, según categoría y, en cualquier caso, al producirse una nueva ocupación.

d) La conservación y mantenimiento.

e) El suministro de agua, energía eléctrica y del combustible necesario para la alimentación de la calefacción y agua caliente.

2.—En la contratación íntegra de la casa, en el precio del alojamiento estarán comprendidos:

a) La limpieza diaria de la casa, excepto cocina y menaje, salvo acuerdo en contrario suscrito por las partes interesadas del que quedará constancia, en cuyo caso deberán facilitarse al cliente los útiles y productos básicos de limpieza.

b) El cambio de lencería de cama y baño cada 3, 5, y 7 días, según categoría y, en cualquier caso, al producirse una nueva ocupación.

c) El suministro de agua, energía eléctrica y del combustible necesario para la alimentación de la calefacción, agua caliente y de la cocina.

3.—Tendrán la consideración de servicios comunes, asimismo comprendidos en el precio del alojamiento, con independencia de la modalidad de contratación:

a) Las piscinas, espacios verdes o jardines y porches o terrazas comunes.

b) Las hamacas, columpios y mobiliario propio de dichas zonas.

c) Los aparcamientos, cuando estén al aire libre, no vigilados ni con plazas reservadas.

d) Cuantos servicios complementarios estimen oportunos los titulares de los establecimientos.

Artículo 26.—Servicio de comidas:

1.—Los titulares de las casas de aldea podrán ofertar, siempre que publiquen su precio, el servicio de comidas a sus clientes, siendo en todo caso la aceptación de este servicio de carácter voluntario para los mismos.

2.—La prestación de dicho servicio a personas ajenas al establecimiento será considerado ejercicio clandestino de la actividad de restauración. No pudiendo autorizarse establecimiento alguno de restauración, cualquiera que sea su grupo, en las casas de aldea.

Artículo 27.—Otros servicios complementarios:

1.—Cuando los titulares de las casas de aldea ofrezcan servicios complementarios, tales como el servicio de lavandería, parking, custodia de valores u otros similares, que no estén incluidos en el precio del alojamiento, deberán comunicarlos previamente a la Administración turística, debiendo, asimismo, dar la debida publicidad a sus precios y responsabilizarse de su adecuada prestación.

2.—La utilización de estos servicios será facultativa para el cliente.

3.—En cualquier caso deberán tenerse disponibles todos aquellos servicios ofertados o divulgados mediante publicidad y los mismos deberán ser prestados en los términos contratados.



Sección 3.ª Requisitos mínimos

Artículo 28.—Normativa general:

Las casas de aldea deberán cumplir las normas dictadas por los órganos competentes en materia de construcción y edificación, instalación y funcionamiento de maquinaria, sanidad, seguridad y cualesquiera otras disposiciones que resulten de aplicación.

Artículo 29.—Instalaciones y equipamientos mínimos:

Las casas de aldea, cualquiera que sea su categoría y modalidad de explotación, dispondrán de las siguientes instalaciones y equipamientos mínimos:

a) Suministro de agua potable, caliente y fría, durante las 24 horas del día, y de energía eléctrica garantizada, con puntos y tomas de luz en todas las habitaciones y zonas de uso común.

b) Sistema efectivo de evacuación de aguas residuales.

c) Servicio público, o privado autorizado por el Ayuntamiento, de recogida de basuras. En el caso de que la recogida no se efectuara diariamente, las basuras nunca estarán expuestas en lugares visibles.

d) Calefacción.

e) Botiquín de primeros auxilios de acuerdo con lo exigido por la normativa vigente.

f) Un extintor, al menos, por planta, instalado en lugar visible y de fácil acceso.

g) Teléfono para uso de los clientes. Este servicio se entenderá cumplido cuando el titular o encargado disponga de teléfono en el núcleo de población donde esté ubicado el establecimiento.

h) Acceso practicable para toda clase de turismos hasta el entorno inmediato de la casa, preservando en lo posible el medio ambiente y evitando provocar un contraste de impacto visual.

Artículo 30.—Dormitorios:

1.—Los dormitorios destinados a los clientes deberán disponer de iluminación natural y de ventilación directa al exterior o a patios no cubiertos.

2.—El acceso a los mismos será siempre a través de elementos comunes; en ningún caso se podrá acceder a través de otro dormitorio.

3.—Las ventanas estarán dotadas de contraventanas o cortinas o cualquier sistema efectivo de oscurecimiento, que impida el paso de la luz a voluntad del cliente, y que sea acorde con la arquitectura del establecimiento.

4.—En las casas de contratación individualizada los dormitorios destinados a los clientes deberán estar identificados por números o bien por nombres y dotados de cerradura con llave, o bien contar con cualquier otro sistema que permita el cierre de la habitación y el control del acceso por parte del cliente.

Artículo 31.—Servicios higiénicos:



1.—Los servicios higiénicos deberán disponer de ventilación suficiente directa o inducida y toma de corriente en lugar adecuado para su utilización por los clientes; contarán con lavabo, bañera o, al menos, plato de ducha e inodoro; estarán equipados con espejo, toallero y repisa para los objetos de tocador y estarán provistos de la lencería de baño precisa.

2.—Estarán situados en la proximidad de las habitaciones o bien estarán incorporados a las mismas, en cuyo caso se entenderá que son de uso exclusivo de los usuarios alojados en ellas.

3.—Se deberá proporcionar a los usuarios una toalla de baño y otra de lavabo por cada plaza.

Artículo 32.—Salón:

Las casas de aldea dispondrán de un salón adecuado a la capacidad máxima del establecimiento que habrá de estar debidamente equipado y con el mobiliario en buen estado de uso y conservación. Cuando el mismo sea compartido con el titular de la casa, los usuarios podrán utilizarlo en cualquier momento.

Artículo 33.—Cocina:

Las casas de aldea de contratación íntegra deberán contar con una cocina con ventilación directa, adecuadamente equipada en función de la capacidad del establecimiento y de su categoría.

Sección 4.ª Criterios de clasificación

Artículo 34.—Emplazamiento:

1.—Las casas de aldea de dos y tres trísqueles no podrán estar situadas en el borde de carreteras nacionales, ni a una distancia inferior a un kilómetro respecto a vertederos u otros factores de contaminación.

2.—Las casas de aldea de tres trísqueles tampoco podrán estar situadas al borde de las carreteras regionales.

Artículo 35.—Superficie de las habitaciones:

1.—Las superficies mínimas de las habitaciones, excluyendo del cómputo la superficie ocupada por los baños, en las distintas categorías, son las siguientes:

Trísqueles	3	2	1
Habitaciones dobles	14 m²	12 m²	10 m²
Habitaciones individuales	8 m²	7 m²	6 m²

2.—En las habitaciones dobles de las casas de dos y tres "trísqueles", se computará la superficie del baño cuando esté integrado en las mismas.

Artículo 36.—Equipamiento de los dormitorios:



1.—El mobiliario mínimo de los dormitorios estará formado por camas individuales o dobles con una anchura mínima de 0,8 y 1,35 metros por 1,80 de largo respectivamente, dotadas de somier, colchón, almohada y ropa de cama, todo ello de calidad aceptable. Asimismo, estarán dotados de mesillas de noche, silla o butaca por ocupante previsto, armario ropero empotrado o no, con perchas adecuadas, y punto de luz con interruptor al lado de la cama.

2.—En las casas de dos "trísqueles", el tamaño de las camas individuales será como mínimo de 0,9 metros de ancho, las mesillas deberán contar con lamparillas o apliques, y la lencería de cama y baño tendrá que ser de buena calidad.

3.—Las casas de tres "trísqueles" deberán contar con camas de al menos 0,9 y 1,35 metros de ancho por 1,90 de largo, según sean individuales o dobles, contando además con una lencería de excelente calidad.

Artículo 37.—Número de baños:

1.—La relación entre capacidad de las casas de aldea y número de baños para uso exclusivo de los clientes, según categorías, queda establecida en los siguientes términos:

Trísqueles	3	2	1
1 baño	3 plazas o fracc.	4 plazas o fracc.	5 plazas o fracc.

2.—En cualquier caso, se exige que las casas de aldea de contratación individualizada de habitaciones, de dos "trísqueles", tengan incorporado el baño en, al menos, el 50% de las habitaciones.

3.—Las casas de tres "trísqueles", de contratación individualizada de habitaciones, deberán tener baño en todas las habitaciones.

Artículo 38.—Superficie del salón:

1.—La superficie destinada a salón guardará, en relación con la capacidad del establecimiento, la siguiente proporción:

Trísqueles	3	2	1
Metros cuadrados por plaza	2	1,5	1

2.—En las casas de aldea de dos "trísqueles", la superficie del salón no podrá ser inferior a 12 metros cuadrados.

3.—En las casas de aldea de tres "trísqueles", su superficie no podrá ser inferior a 16 metros cuadrados.

Artículo 39.—Cocina:



1.—La cocina de las casas de contratación integra estará equipada con fregadero, cocina con dos fuegos y horno, refrigerador y una despensa que podrá ser sustituida por armarios o anaqueles suficientes para los víveres y utensilios, contando asimismo con vajilla, cristalería, cubertería, menaje y batería de cocina, todo ello en proporción a la capacidad máxima del establecimiento. Deberá disponer también de lavadora y plancha, salvo que el titular de la casa oferte como complementario el servicio de lavandería.

2.—Las casas de dos "trísqueles" deberán contar además con microondas, que sustituirá al horno si tiene grill, y cafetera.

3.—En las casas de tres "trísqueles" la cocina será de vitrocerámica y dispondrán de aparato congelador.

Artículo 40.—Espacios exteriores:

1.—En las casas de aldea de dos "trísqueles" existirá un porche o terraza para disfrute de los clientes, equipada con mobiliario acorde con el entorno, así como una zona de aparcamiento garantizada en un radio no superior a 500 metros.

2.—Las casas de tres "trísqueles" contarán con una zona verde o ajardinada a disposición de los clientes, equipada con mobiliario acorde con el entorno, así como con una zona de aparcamiento garantizada en un radio no superior a 100 metros.

Artículo 41.—Requisitos específicos:

1.—Para acceder a la categoría de tres "trísqueles" será requisito imprescindible que el titular o persona encargada se encuentre permanentemente en el núcleo de población donde radique el establecimiento.

2.—Con independencia de lo establecido en el apartado anterior y en el resto de Artículos de la presente disposición, para acceder a la categoría de tres "trísqueles", las casas deberán reunir, al menos, tres de los siguientes requisitos:

a) Disponer de acceso adecuado para minusválidos, y, al menos, de una habitación adaptada para los mismos.

b) Disponer de mobiliario y decoración, preferentemente autóctonos, habiendo de ser, en todo caso, de excelente calidad.

c) Disponer de salón con chimenea, televisión y de una biblioteca para uso de los clientes.

d) Contar con un área de recreo infantil.

Artículo 42.—Compensación:

El incumplimiento de alguno de los requisitos establecidos en los Artículos 34, 39, 40 y 41.2 para acceder a la categoría de dos o tres "trísqueles" podrá ser compensada mediante la acreditación de alguno de los requisitos o la realización de alguna de las actividades siguientes:

a) La antigüedad, de al menos cincuenta años, y singularidad de la edificación así como la existencia de construcciones anexas tradicionales.

b) La utilización en la decoración tanto interior como exterior de elementos de valor etnográfico.



c) El desarrollo de actividades culturales, artesanales y tradicionales del medio rural.

Capítulo V

Apartamentos rurales

Artículo 43.—Concepto:

Los apartamentos rurales son los bloques o conjuntos de unidades alojamiento compuestas cada una de espacios para salón, dormitorio o dormitorios, cocina y cuarto de baño, que se constituyen en edificios o construcciones que respondan a la arquitectura tradicional asturiana de la zona, en los que se proporciona, mediante precio, el servicio de alojamiento, cuando se cede el uso y disfrute de los mismos, con mobiliario, instalaciones, servicios y equipo en condiciones que permitan su inmediata ocupación, y que reúnen los requisitos señalados en este Decreto.

Artículo 44.—Clasificación:

1) Los apartamentos rurales se clasifican en cuatro categorías, identificadas por llaves, en función de la calidad de sus instalaciones y servicios y del cumplimiento de los requisitos señalados en este Decreto.

2) Los apartamentos rurales se clasifican, además, en bloques y conjuntos.

a) Se entiende por bloque el edificio integrado por apartamentos ofertados en su totalidad y gestionados por una sola unidad empresarial de explotación. Su capacidad máxima será de treinta y seis plazas, incluidas camas supletorias.

b) Se entiende por conjunto el agregado de apartamentos situados en casas o construcciones, ofertados como alojamientos turísticos y gestionados por una sola unidad empresarial de explotación. La capacidad máxima de cada apartamento que integre el conjunto no podrá ser superior a quince plazas. La capacidad máxima del conjunto será de treinta y seis plazas, incluidas camas supletorias.

3) En el supuesto de que la totalidad de los alojamientos incluidos en un mismo bloque o conjunto no reuniera las mismas instalaciones y requisitos, la categoría del establecimiento vendrá determinada por la que corresponda a los dos tercios de los alojamientos que lo integran.

4) El distintivo de la categoría deberá figurar en las facturas y en la publicidad que realice el establecimiento.

Artículo 45.—Prestación de servicios:

1) En el precio del alojamiento en apartamentos rurales estarán siempre comprendidos los servicios y suministros establecidos en los apartados 2) y 3) del artículo 25 de este Decreto.

2) Asimismo, les será de aplicación lo dispuesto en el artículo 27 de este texto respecto a los servicios complementarios.

Artículo 46.—Requisitos técnicos:

Los apartamentos rurales deberán reunir los requisitos técnicos y se someterán a los criterios de clasificación establecidos en el régimen general aplicable a los apartamentos turísticos con las siguientes especialidades:



1) Se entiende que el cuarto de baño es completo cuando está integrado por bañera con ducha, que puede ser sustituida por cabina de ducha de al menos un metro cuadrado, lavabo e inodoro.

2) El salón social exigible a los apartamentos de cuatro y tres llaves podrá ser sustituido por la existencia de espacios verdes o ajardinados a disposición de los clientes.

3) Los apartamentos de cuatro y tres llaves deberán contar con una zona de aparcamiento, con un número de plazas equivalente al menos al número de apartamentos.

Capítulo VI

Procedimiento

Artículo 47.—Solicitud:

1.—La solicitud de autorización se efectuará mediante instancia dirigida al Director General con competencia en materia de turismo, en la que se hará constar el nombre y apellidos, o denominación social, domicilio, NIF o CIF del solicitante, y nombre comercial con el que se va a llevar a cabo la actividad, indicando la modalidad y, en su caso, la categoría que se pretenda para el establecimiento. A dicha solicitud se acompañará la siguiente documentación:

- a) La acreditativa de la personalidad física o jurídica del titular de la explotación.
- b) Copia del título que acredite la disponibilidad del establecimiento.
- c) Licencia municipal de apertura.
- d) Proyecto técnico visado, o planos de distribución interior de planta, a escala 1/100, en los que se indicará el destino y superficie de cada dependencia.
- e) Dos fotografías de la fachada exterior del inmueble.
- f) Informe del Ayuntamiento relativo al cumplimiento de los requisitos de emplazamiento señalados en el Artículo 2 de este Decreto y, en su caso, de la residencia del titular.
- g) Relación de las unidades de alojamiento, con indicación del número o nombre que las identifique, superficie, capacidad en plazas, y servicios de que estén dotadas.
- h) En su caso, normas de régimen interior que regirán en el establecimiento.
- i) Copia de la póliza del seguro de responsabilidad civil contratado y del recibo acreditativo del pago.
- j) Cualquier otro documento que apoye la clasificación solicitada en la modalidad y categoría pretendidas.

2.—Si se pretende obtener la especialidad de agroturismo, deberá aportarse además:

- a) Documento acreditativo de la existencia y titularidad de una explotación agraria, ganadera o forestal, dentro de la cual éste integrado el establecimiento.



b) Memoria de las faenas agrícolas, ganaderas o forestales de la explotación, con su calendario correspondiente, en las que pueda participar activamente el cliente del alojamiento.

Artículo 48.—Instrucción:

Una vez recibida la solicitud de autorización acompañada de los documentos señalados en el artículo anterior, la Administración turística instruirá el correspondiente expediente, y una vez subsanados los defectos, en su caso, observados, la Inspección de turismo informará, previa visita al establecimiento, del estado y características de las instalaciones proponiendo la modalidad y la categoría que en su caso corresponda.

Artículo 49.—Resolución e inscripción:

1.—El Consejero con competencia en materia de turismo deberá resolver en el plazo de tres meses las solicitudes presentadas.

Si transcurrido dicho plazo no ha sido notificada la resolución expresa, el interesado podrá entender desestimada su solicitud.

2.—Concedida la autorización correspondiente, la Administración turística autonómica facilitará al titular del establecimiento el libro de inspección, y las hojas de reclamaciones, y procederá de oficio a inscribir el establecimiento en el Registro de empresas y actividades turísticas.

Artículo 50.—Modificaciones:

Toda modificación del establecimiento que afecte a su titularidad, o a las condiciones en las que se otorgó la autorización y clasificación iniciales, deberá ser comunicada previamente a la Administración turística autonómica, acompañada de la documentación acreditativa del cambio, a los efectos de su autorización y anotación registral.

Artículo 51.—Ejercicio y cese de la actividad:

1.—Los titulares de los alojamientos de turismo rural tienen la obligación de comunicar a la Administración turística autonómica sus períodos de apertura, para tener constancia de ellos, así como de informar del cese de sus actividades, al objeto de dejar sin efecto la autorización correspondiente y cancelar la inscripción registral.

2.—Se procederá de oficio a dejar sin efecto la autorización y a cancelar la inscripción correspondiente, previa audiencia al interesado, cuando la Administración tenga constancia del cese de la actividad.

TITULO II

Núcleos de Turismo Rural

Artículo 52.—Concepto:

1) Se considera núcleo vacacional con la especialización de turismo rural el complejo de oferta turística que, además de prestar el servicio de alojamiento en una o varias de las modalidades de turismo rural, responde a un proyecto unitario de planificación, gestión y explotación empresarial y se ubica en áreas geográficas homogéneas que reúnen los requisitos señalados en el artículo 37.2 de la Ley del Principado de Asturias 7/2001, de 22 de junio, de Turismo.



2) La especialización de turismo rural exigirá, además de la oferta de alojamiento, la prestación de otros servicios complementarios, siendo imprescindible, al menos, el de restauración.

3) En cualquier caso el núcleo estará constituido por edificaciones existentes que respondan a las exigencias de tipología establecidas en el presente Decreto, sin que puedan ser de nueva construcción.

Artículo 53.—Solicitud:

El interesado en obtener la especialización de turismo rural en la modalidad de núcleo deberá reflejarlo en su solicitud, y acompañar la misma de los documentos exigidos para autorizar cada una de las actividades y establecimientos que conforman la oferta turística.

Artículo 54.—Resolución:

La resolución por la que se autorice un núcleo de turismo rural deberá especificar las actividades y establecimientos que lo integran, así como la clase, categoría y capacidad de cada uno de ellos.

Artículo 55.—Régimen jurídico:

El régimen jurídico aplicable al núcleo de turismo rural será el establecido por la normativa específica de cada actividad y establecimiento que lo integra.

Artículo 56.—Placa identificativa:

En todos los establecimientos que integran el núcleo será obligatoria la exhibición, junto a la entrada principal, de una placa normalizada, conforme a lo dispuesto en el anexo II de este Decreto, junto a ella se colocará la placa normalizada identificadora del establecimiento de que se trate.

Disposición transitoria única

Los establecimientos turísticos autorizados tienen un plazo de un año, a partir de la entrada en vigor del presente Decreto, para adaptar sus instalaciones a la modalidad y categoría pretendida según las especificaciones establecidas en el mismo. Transcurrido dicho plazo se procederá de oficio por la Administración a fijar la modalidad y categoría que corresponda en cada caso.

Disposición derogatoria

Quedan derogadas cuantas disposiciones de igual o inferior rango se opongan a lo dispuesto en el presente Decreto, y en particular las siguientes:

- Decreto 26/91, de 20 de febrero, por el que se crea y regula la modalidad de Alojamiento Turístico, denominado "Casas de Aldea", en el Principado de Asturias.
- Resolución del 26 de abril de 1993, por la que se desarrolla el Decreto 26/91, de 20 de febrero.

- El Capítulo IX "Acampadas en casas rurales" del Decreto 39/91, de 4 de abril, por el que se aprueba la Ordenanza de los Campamentos de Turismo radicados en el Principado de Asturias.

- Decreto 85/95, de 12 de mayo, por el que se regula el régimen de precios en los diversos establecimientos de alojamiento turístico y hostelería, respecto a los establecimientos regulados en el presente Decreto.

Disposiciones finales



Primera.—El Consejero competente en materia de turismo dictará cuantas disposiciones sean necesarias para el desarrollo y aplicación del presente Decreto.

Segunda.—El presente Decreto entrará en vigor el día siguiente al de su publicación en el BOLETIN OFICIAL del Principado de Asturias.

Dado en Oviedo, a 14 de noviembre de 2002.—El Presidente del Principado, Vicente Alvarez Areces.—El Consejero de Industria, Comercio y Turismo, Jesús Urrutia García.—18.398.



Anexo 3. «Aldeas» Asturias calidad turística. Resolución 14 de enero de 2004

RESOLUCION de 14 de enero de 2004, de la Consejería de Cultura, Comunicación Social y Turismo, por la que se inicia trámite de información pública en expediente de elaboración y aprobación de Decreto por el que se aprueba la marca “Aldeas de Asturias. Calidad Turística”.

Por Resolución de esta Consejería, de fecha 26 de noviembre de 2003, se acordó la iniciación de procedimiento de elaboración y aprobación de Decreto por el que se aprueba la marca “Aldeas de Asturias. Calidad Turística”.

Considerando: Que el artículo 33, apartado 2, de la Ley 2/1995, de 13 de marzo, sobre Régimen Jurídico de la Administración del Principado de Asturias, establece que cuando alguna disposición así lo establezca o el Consejero competente lo considere conveniente, el proyecto de disposición será sometido a información pública o al trámite de audiencia de las entidades u organismos que por Ley ostenten la representación de intereses de carácter general o pudieran resultar afectadas por la futura disposición.

En su virtud y considerando las circunstancias concurrentes en el procedimiento de referencia, a propuesta del Servicio de Promoción e Infraestructuras Turísticas y al amparo de la disposición citada y demás disposiciones de general aplicación,

RESUELVO

Primero.—La apertura de trámite de información pública en el expediente para la elaboración y aprobación de la disposición general referida en la parte dispositiva a las personas y entidades que pudieran resultar interesadas o afectadas por la misma a fin de que, por término de quince (15) días hábiles siguientes a la publicación en el BOLETIN OFICIAL del Principado de Asturias de la presente Resolución, formulen cuantas alegaciones tengan por convenientes al texto que se inserta como anexo. Las alegaciones deberán ir dirigidas a la Consejera de Cultura, Comunicación Social y Turismo y presentarse en el Registro General de la Consejería (plaza del Sol, 8, bajo. 33009 Oviedo), o por cualesquiera de los medios previstos en el artículo 38, apartado 4, de la Ley 30/1992, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común, modificada por la Ley 4/1999, de 13 de enero.

Segundo.—Ordenar la inserción de la presente Resolución en el BOLETIN OFICIAL del Principado de Asturias.

Tercero.—De acuerdo con lo prevenido en el artículo 107, apartado 1, de la Ley 30/1992 citada, contra la presente Resolución, que no agota la vía administrativa, no cabrá recurso alguno, sin perjuicio de que la oposición a la misma pueda alegarse por los posibles interesados para su consideración en la resolución que ponga fin al procedimiento.

Oviedo, 14 de enero de 2004.—La Consejera de Cultura, Comunicación Social y Turismo, Ana Rosa Migoya Diego. —1.082.

PROYECTO DE DECRETO POR EL QUE SE APRUEBA LA MARCA “ALDEAS DE ASTURIAS. CALIDAD TURISTICA”

El Principado de Asturias tiene como uno de sus objetivos la mejora de la calidad turística del sector turístico de la región. La mejora de los niveles de calidad no solo sirve para atraer a un turismo diferente sino para desestacionalizar el sector.



La creación de esta marca responde a la necesidad de potenciar la calidad de las casas de aldea y apartamentos rurales del Principado de Asturias que, por sus características singulares y compromiso con la calidad del servicio, se puedan presentar al mercado turístico como modelo de referencia de alojamiento rural competitivo, facilitando al sector un marco legal para prestigiar el producto amparado y concediendo a los usuarios una mejor información sobre la calidad de los establecimientos que se ofertan bajo el signo distintivo objeto del presente Decreto.

En su virtud, a propuesta de la Consejera de Cultura, Comunicación Social y Turismo, y previo acuerdo del Consejo de Gobierno, en su reunión de de de

DISPONGO

Artículo 1.—*Objeto.*

Se aprueba la creación de la marca “Aldeas de Asturias. Calidad Turística”, cuyo uso corresponde a la Administración del Principado de Asturias a través de la Consejería competente en materia de turismo, que también será la competente en aras a su autorización.

Artículo 2.—*Uso de la marca.*

1. La marca “Aldeas de Asturias. Calidad Turística” y los distintivos que la representen son propiedad de la Administración del Principado de Asturias y están inscritos a su nombre en el Registro de la Propiedad Industrial.

2. Podrán utilizar la marca “Aldeas de Asturias, Calidad Turística” las personas físicas o jurídicas titulares de casas de aldea, tanto íntegras como de contratación individual, como de apartamentos rurales del Principado de Asturias que, inscritos en el Registro de Empresas de Actividades Turísticas, cumplan los requisitos que se señalen reglamentariamente y hayan sido autorizados expresamente por el titular de la Consejería competente por razón de la materia.

3. El uso de la marca se limitará al establecimiento para el que expresamente haya sido autorizada, sin que sea posible su utilización por otros establecimientos, actividades o servicios del mismo titular, salvo autorización expresa del Principado de Asturias.

4. Las solicitudes presentadas para la autorización del uso de la marca se entenderán denegadas por silencio administrativo si en el plazo de seis meses, contados a partir de la solicitud no recayera resolución expresa.

Disposiciones finales

Primera.—Se faculta al titular de la Consejería de Cultura, Comunicación y Turismo para la adopción de aquellas disposiciones precisas para el desarrollo del presente Decreto.

Segunda.—El presente Decreto entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el BOLETIN OFICIAL del Principado de Asturias.



Anexo 4. Parámetros a valorar en las auditorías de equipamiento, instalaciones y gestión y servicio de la Marca “ALDEAS”



Marca de Calidad del Principado de Asturias dirigida a Apartamentos Rurales y Casas de Aldea ubicados en nuestra región, que voluntariamente la solicitan y se someten a unos controles de calidad que valoran su equipamiento y servicio.

Barreras de entrada.- Requisitos a cumplir para solicitar la Marca:

- Estar dado de alta en la Dirección General de Turismo del Principado de Asturias
- Disponer de botiquín de primeros auxilios, instrucciones en las habitaciones dirigidas a los clientes para caso de incendio y al menos un extintor por planta.
- Disponer del correspondiente certificado o documento que acredite su formación en higiene alimentaria de la persona encargada de la manipulación y elaboración de alimentos
- Tener zona verde o ajardinada, porche, terraza, patio, etc. para el disfrute de los clientes, equipado con mobiliario acorde con el entorno.
- Disponer de una zona de aparcamiento delimitada y garantizada en un radio no superior a 50 metros desde la puerta del establecimiento.
- Tener en lugar visible un dossier con información turística de la zona (oficinas de turismo, rutas culturales, de turismo activo, gastronómicas...), información de primera necesidad (farmacias, talleres...) información de emergencia (hospitales, policía, bomberos...), información general (horarios y teléfono de autobuses, trenes, taxis...) así como información básica del establecimiento (actividades que ofrece, horarios...)
- Tener implantadas unas líneas de Gestión Medioambiental como podrían ser: ahorro energético, ahorro hídrico, uso de productos de limpieza biodegradables y cuando sea posible segregación de residuos.
- Tener, en las casas de alquiler íntegro o apartamentos, un teléfono a disposición del cliente, y el titular o encargado estará accesible las 24 horas del día.
- Limitar el número de plazas en un mismo bloque de establecimientos a 24.
- La relación entre la capacidad de los establecimientos y el número de baños para el uso exclusivo de clientes queda establecida como sigue:

Contratación íntegra y apartamentos:

- 1 baño para 1-3 plazas
- 2 baños para 4-6 plazas



- 3 baños para 7-9 plazas
- 4 baños para 10-12 plazas
- 5 baños para más de 12 plazas

Se entiende plazas totales de las casas o apartamentos, incluidas las supletorias

Contratación individual

- Baño incorporado en todas las habitaciones del establecimiento
- Experiencia de 2 años mínimo al titular del establecimiento en el sector de alojamientos rurales.

Auditorias.- Parámetros a valorar en las auditorias de equipamiento, instalaciones y gestión y servicio de la Marca:

- Equipamiento, instalaciones y gestión: Accesos, Exteriores, Recepción, Distribuidores, Habitación, Baños, Salón / comedor, Cocina, Gestión de la calidad y atención al cliente
- Servicio: Registro, Recibimiento y acomodo, Habitaciones y baños, Baños comunes, Salas comunes, Servicio de comidas y desayuno y facturación y despedida



Anexo 5. Protocolo de adhesión de empresas/servicios turísticos al SICTED

SCTE: destinos Protocolo de adhesión de empresas/servicios al SICTED

MANIFIESTA

su intención de participar en el Sistema Integral de Calidad Turística en Destinos (SICTED) del destino por lo que se

COMPROMETE A

a) Cumplir con la legalidad vigente para ejercer su actividad, facilitando una copia de la licencia de apertura al gestor del destino, o documento similar que acredite estar dado de alta para ejercer su negocio en el destino.

b) Designar a un responsable dentro de la empresa/ servicio que sea el interlocutor válido de la misma frente al Ente Gestor.

c) Facilitar al Ente Gestor periódicamente la información necesaria que sea solicitada, para el conocimiento del nivel de calidad integral del destino, y propuestas de mejoras a llevar a cabo.

d) En el caso de que la empresa/servicio supere el proceso de evaluación, ésta hará un uso debido de la marca según está descrito en el Manual de Identidad visual de la marca de Compromiso de Calidad Turística, exponiendo de forma destacada el distintivo que le sea otorgado.

e) Proporcionar los datos necesarios para la elaboración del material promocional que realice el Ente Gestor.

f) Introducir los datos relativos al proceso de implantación en www.calidadendestinos.org siguiendo las indicaciones que al respecto le haga el gestor del destino.

g) Asistir a las jornadas de formación organizadas por el Ente Gestor del destino a las que sea convocado, según lo establecido en los Compromisos por Ciclo de Implantación.

h) Asistir a las jornadas colectivas y a las reuniones de los grupos de mejora organizadas por el Ente Gestor del destino a las que haya sido convocado.

i) Atender a los técnicos del Ente Gestor en los procesos de asistencia y seguimiento de la implantación de los estándares del modelo SICTED.

j) Atender a los evaluadores externos en los procesos de evaluación externa de los estándares del modelo SICTED.

k) Contribuir a la elaboración del Índice de satisfacción turística a través de las encuestas de destino que le indique el gestor SICTED de su destino.

La forma de trabajo se desarrolla de la siguiente manera:

-Realización de una autoevaluación para conocer el punto de partida de la empresa con respecto a los requisitos contemplados en el manual de calidad.

-Elaboración del plan de mejora. Documento en el que se reflejan aquellos requisitos a desarrollar durante el periodo de implantación y que sirve de guía durante el proceso.



-Periodo de implantación de los requisitos.

-Una vez implantado el Sistema se realiza una auditoría inicial externa para la comprobación del cumplimiento de los requisitos exigidos; la superación de la misma conlleva a la certificación de la empresa, pasando a formar parte de la guía de empresas reconocidas y la página web de calidad turística.

-Anualmente, se debe realizar una auditoría de seguimiento para la renovación del distintivo.

El proyecto está subvencionado por el Ayuntamiento de Cudillero en casi su totalidad, teniendo que aportar los establecimientos una cuota anual simbólica de adhesión de 150€ que engloba los siguientes servicios:

-Asesoramiento de un consultor especializado

-Documentación de apoyo necesaria durante el proceso de consultoría

-Cursos de formación voluntarios

-Auditoria de certificación (las auditorias de seguimiento en los siguientes años tendrán un coste adicional)

-Incorporación en la Guía de Empresas Certificadas, y en la página web de Turismo de Cudillero

-Colocación del distintivo correspondiente



Anexo 6. Presupuesto Paneles Solares

ENERGYFUTUR, ENERGÍAS RENOVABLES S.L.

PRESUPUESTO: KIT ENERGYBasic-3T.

Kit solar para pequeña vivienda aislada. Modelo básico.
Incluye instalación solar para ACS y refrigeración por absorción.
Uso diario, consumo moderado:

- Iluminación básica: 7 puntos de luz (bajo consumo) con interruptores de presencia.
- TV.
- Radio.
- Microondas u otros electrodomésticos.
- Ordenador.
- Frigorífico-congelador eficiencia A++.

Componentes del Kit.

- 5 Paneles solares monocristalinos de 120 Wp (Solaico) para 12 voltios.
 - 2 Reguladores LEO 1 30/30A 12/24V (Atersa).
 - 6 Baterías OPzS (TAB) Cn=800 Ah C100=1200Ah. 2V. (Total 12V)
 - Inversor Victron Energy modelo Phoenix Inverter 12/1600 W.
- PVP (IVA no incluido): 5.233,92 €.

Se ofrece alternativas con regulador Steca PR 30/30.



Anexo 7. Curriculum Vitae Socios

Currículum Vitae de Sara Andrés Solana

DATOS PERSONALES

Sara Andrés Solana
C/ Gonzalez Ros, 3-9
C.P. 46023 Valencia

e-mail: sansol@hotmail.com
Telf. 665 463 961



FORMACIÓN ACADÉMICA

- 2007-2008 Máster en Dirección Económico Financiera.
 Centro de Estudios Financieros - CEF Valencia
- 2002-2008 Licenciatura en Administración y Dirección de Empresas.
 Universidad Politécnica de Valencia. (UPV).
 Especialización Servicios.
- 2002-2004 Curso Especialista en gestión del Comercio Internacional. ADE.
 UPV. Título propio.

OTROS CURSOS

- 2009-2006 Curso de Inglés para First Certificated (40h.)
2008 Curso Monográfico Excel para Contables.
 Centro Estudios Financieros – CEF Valencia
- 2002 Curso Ofimática. Universidad Politécnica Valencia (30 h.)

EXPERIENCIA LABORAL

- 2010 Hotel Las Arenas. Administrativo-Contable.
- 2008 Eratema S.L. Administrativo-Contable.
- 2007 Caja Rural del Mediterráneo, RURALCAJA Soc. Coop de Crédito

IDIOMAS, INFORMÁTICA Y OTROS DATOS DE INTERÉS

Inglés nivel alto, oral y escrito. Conocimientos de inglés empresarial.

Francés nivel medio, oral y escrito.

Valenciano nivel alto, oral y escrito. Certificat oficial de coneixements de Valencià,
Grau Elemental.

Windows, paquete Office, ContaPlus, Facturaplus, Basic, Microsoft Project, Visio ...

Fecha de nacimiento: 28/03/1984

Carnet de Conducir: permiso B.



CURRÍCULUM VITAE



DATOS PERSONALES

Elena Andrés Solana
DNI: 45678432H
Fecha de nacimiento: 24/07/1977
C/ Ros González C.P. 46024 Valencia
Telf. 613 345 678
Estado civil: Soltera
Mail: elenasol@hotmail.com

FORMACIÓN ACADÉMICA

- 2006 Diplomatura en Ciencias del Turismo. Universidad de Valencia

CONOCIMIENTOS

Idiomas: Inglés nivel alto, Francés elemental y Valenciano avanzado
Informática: Office, Internet Explorer, Outlook Express y Windows.

EXPERIENCIA LABORAL

- 2009 Hotel Renasa
- 2007-2008 Agencia de viajes Barceló