



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

Desarrollo de un Plan de Negocio para la creación de una Granja Pedagógica en Alcoy

MEMORIA PRESENTADA POR:

Inès Gaudin Martín

TUTOR/A:

María de la Cruz Fernández Madrid

GRADO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

Convocatorio de defensa: *Julio de 2021*

RESUMEN

El presente trabajo tiene por objeto evaluar la viabilidad de creación de una granja pedagógica en la ciudad de Alcoy. Este tipo de negocio incluido en el sector de la educación medioambiental posee varios objetivos. A través de él se pretende permitir a los niños, cuyas edades se sitúan entre 3 y 12 años, la posibilidad de descubrir el mundo rural y difundir valores y nociones de respeto hacia el medioambiente, teniendo en cuenta las limitaciones provocadas por la situación sanitaria actual. Para ello, se ha establecido un plan de empresa completo basado en un análisis de mercado y en el modelo de Canvas, así como un plan financiero a largo plazo. Con el fin de confirmar todas las propuestas efectuadas para dicho negocio, se ha efectuado una investigación comercial cuyo estudio se basa en las escuelas infantiles y primarias situadas en un radio de 50 km en torno a la ciudad de Alcoy. Gracias a ello, se ha podido confirmar la viabilidad del plan de negocio bajo un escenario razonable.

Palabras clave: Granja escuela; Granja pedagógica; Plan de negocio; Viabilidad; Investigación comercial.

ABSTRACT

The present work aims to evaluate the viability of creating a pedagogical farm in the city of Alcoy. This type of business included in the environmental education sector has several objectives. Through it, it is intended to allow children, whose ages are between 3 and 12 years old, the possibility of discovering the rural world and disseminating values and notions of respect toward environment, considering the limitations caused by the current health situation. For this, a complete business plan has been established based on a market analysis and the Business Model Canvas, as well as a long-term financial plan. To confirm all the proposals made for this business, a commercial investigation has been carried out, a study based on infant and primary schools located within a radius of 50 km around the city of Alcoy. Thanks to this, it has been possible to confirm the viability of the business plan under a reasonable scenario.

Keywords: School farm; Pedagogical farm; Business plan; Viability; Commercial investigation.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	8
1.1. ANÁLISIS DE LA IDEA DE NEGOCIO	8
1.2. OBJETIVOS DEL TRABAJO.....	9
1.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA.....	9
1.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS	9
2. ANÁLISIS DEL MERCADO	11
2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO	11
2.1.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO	11
2.1.1.1. PESTEL.....	11
2.1.1.2. PERFIL ESTRATÉGICO	17
2.1.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO.....	17
2.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	21
2.3. ANÁLISIS DEL PERFIL DE LOS CLIENTES O DEMANDA.....	23
2.4. ANÁLISIS DAFO	24
3. MODELO DE CANVAS.....	26
4. APLICACIÓN DEL MODELO DE CANVAS A LA GRANJA ESCUELA	30
4.1. SEGMENTOS DE MERCADO	30
4.2. PROPUESTA DE VALOR	31
4.3. CANALES	31
4.4. RELACIONES CON LOS CLIENTES	32
4.5. FUENTES DE INGRESOS.....	33
4.6. RECURSOS CLAVE	34
4.6.1. RECURSOS HUMANOS.....	34
4.6.1.1. ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO	34
4.6.1.1.1. GERENCIA	35
4.6.1.1.2. PERSONAL EDUCATIVO.....	36
4.6.1.1.3. SERVICIOS GENERALES	37
4.6.1.1.4. ORGANIGRAMA	38
4.6.1.2. POLÍTICA LABORAL	38
4.6.2. RECURSOS FÍSICOS.....	40
4.6.2.1. INMOVILIZADO MATERIAL	40
4.6.2.2. INMOVILIZADO INMATERIAL.....	41
4.6.2.3. APROVISIONAMIENTOS.....	42
4.6.3. RECURSOS ECONÓMICOS.....	43

4.7. ACTIVIDADES CLAVE	44
4.8. ASOCIACIONES CLAVE	46
4.9. ESTRUCTURA DE COSTES	47
4.9.1. PREVISIÓN DE COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS.....	47
4.9.2. ESTUDIO DE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO.....	48
4.9.2.1. CUENTAS ANUALES Y PREVISIONALES A 5 AÑOS: ESCENARIO RAZONABLE	49
4.9.2.2. ANÁLISIS ECONÓMICO - FINANCIERO	51
4.9.2.2.1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS.....	52
4.9.2.2.2. ANÁLISIS DEL BALANCE	53
4.9.2.2.3. ANÁLISIS DE RATIOS	55
4.9.2.2.4. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN: VAN Y TIR	55
4.9.2.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: ESCENARIOS PESIMISTA Y OPTIMISTA	58
4.9.2.3.1. ESCENARIO PESIMISTA	58
4.9.2.3.2. ESCENARIO OPTIMISTA	60
5. INVESTIGACIÓN COMERCIAL.....	62
5.1. OBJETIVOS	62
5.2. METODOLOGÍA.....	62
5.2.1. FUENTES DE INFORMACIÓN	62
5.2.2. VARIABLES	62
5.2.3. CÁLCULO DE LA MUESTRA, MUESTREO Y TRABAJO DE CAMPO	65
5.2.3.1. MUESTRA.....	65
5.2.3.2. MUESTREO	66
5.2.3.3. TRABAJO DE CAMPO	67
5.2.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS	67
5.2.5. FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO	68
5.3. RESULTADOS.....	68
5.3.1. ANÁLISIS UNIVARIANTE.....	68
5.3.2. ANÁLISIS BIVARIANTE	80
5.4. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN.....	84
5.4.1. CONCLUSIONES	84
5.4.2. RECOMENDACIONES	85
6. CONCLUSIÓN	86
7. FUENTES	89
8. ANEXOS.....	93
ANEXO 1: UBICACIÓN DE LA GRANJA ESCUELA	93

ANEXO 2: PLANO DE LA GRANJA ESCUELA.....	94
ANEXO 3: NECESIDADES NETAS DE CAPITAL CIRCULANTE.....	95
ANEXO 4: AMORTIZACIÓN DE LOS PRÉSTAMOS	97
ANEXO 5: PRESUPUESTOS DE CAPITAL	99
ANEXO 6: CUESTIONARIO.....	101
ANEXO 7: MARCO MUESTRAL - LISTADO DE ESCUELAS.....	103

ÍNDICE DE TABLAS

Tabla 1: Perfil estratégico derivado del macroentorno	17
Tabla 2: Principales granjas escuela de la zona por distancia, precio y cuota de mercado.....	21
Tabla 3: Resumen DAFO.....	25
Tabla 4: Desglose de precios por persona	33
Tabla 5: Previsión de ventas por escenarios	34
Tabla 6: Previsión de gastos de personal (€).....	39
Tabla 7: Desglose de la inversión en dormitorios	41
Tabla 8: Previsión de inversiones en inmovilizado (€)	41
Tabla 9: Amortización del inmovilizado (€).....	42
Tabla 10: Previsión de gastos de aprovisionamiento – Escenario razonable	42
Tabla 11: Previsión de gastos de aprovisionamiento – Escenario pesimista.....	42
Tabla 12: Previsión de gastos de aprovisionamiento – Escenario optimista	42
Tabla 13: Previsión de costes – Escenario razonable.....	47
Tabla 14: Previsión de costes – Escenario pesimista	48
Tabla 15: Previsión de costes – Escenario optimista	48
Tabla 16: Cuenta de resultados – Escenario razonable	49
Tabla 17: Presupuesto de tesorería – Escenario razonable	50
Tabla 18: Balance previsional – Escenario razonable	51
Tabla 19: Beneficios y gastos sobre ventas (%) – Escenario razonable	52
Tabla 20: Principales variaciones de la cuenta de resultados (%) – Escenario razonable	52
Tabla 21: Cálculo del umbral de rentabilidad	53
Tabla 22: Variaciones partidas del balance – Escenario razonable	53
Tabla 23: Fondo de maniobra – Escenario razonable	54
Tabla 24: Ratios – Escenario razonable.....	55
Tabla 25: Cálculo del Coste Medio Ponderado del Capital	56
Tabla 26: Flujos de caja – Escenario razonable.....	57
Tabla 27: Cálculo de la rentabilidad de las inversiones – Escenario razonable	57
Tabla 28: Cuenta de resultados previsional – Escenario pesimista	58
Tabla 29: Presupuesto de tesorería – Escenario pesimista.....	59
Tabla 30: Cuenta de resultados previsional – Escenario optimista	60
Tabla 31: Presupuesto de tesorería – Escenario optimista.....	61
Tabla 32: Codificación de las variables.....	65
Tabla 33: Asignación proporcional por estratos	67
Tabla 34: Ficha técnica del estudio	68
Tabla 35: Frecuencias pregunta “Tipo de escuela”	68
Tabla 36: Frecuencias pregunta “Nº de alumnos”	69
Tabla 37: Frecuencias pregunta “Distancia”	70
Tabla 38: Frecuencias pregunta “Llevado”	71
Tabla 39: Frecuencias pregunta “Si, Motivo”	71
Tabla 40: Frecuencias pregunta “No, Motivo”	72
Tabla 41: Frecuencias pregunta “Tiempo”	73
Tabla 42: Frecuencias pregunta “Época”	74
Tabla 43: Frecuencias pregunta “Actividad”	76
Tabla 44: Estadísticas sobre preguntas de opinión.....	77
Tabla 45: Frecuencias pregunta “Precio1”	78

Tabla 46: Frecuencias pregunta “Precio5”	79
Tabla 47: Frecuencias pregunta “Alcoy” con “Distancia”	80
Tabla 48: Frecuencias pregunta “Tiempo” con “Tipo”	81
Tabla 49: Frecuencias pregunta “Precio1” con “N° alumnos”	82
Tabla 50: Frecuencias pregunta “Covid” con “N° alumnos”	83
Tabla 51: Necesidades Netas de Capital Circulante – Escenario razonable.....	95
Tabla 52: Necesidades Netas de Capital Circulante – Escenario pesimista	95
Tabla 53: Necesidades Netas de Capital Circulante – Escenario optimista	96
Tabla 54: Amortización préstamo 1 con periodo de carencia	97
Tabla 55: Amortización préstamo 2 sin periodo de carencia.....	98
Tabla 56: Presupuesto de capital – Escenario razonable	99
Tabla 57: Presupuesto de capital -Escenario pesimista	99
Tabla 58: Presupuesto de capital – Escenario optimista	100
Tabla 59: Listado de escuelas infantiles y primarias públicas	116

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1: Evolución del PIB y previsiones del Banco de España para 2021, 2022 y 2023	12
Figura 2: Evolución de la tasa de paro en España	13
Figura 3: Evolución del IPC	13
Figura 4: Evolución de la tasa de natalidad en la Comunidad Valenciana	14
Figura 5: Evolución del uso diario de Internet en España, por grupos de edad	15
Figura 6: Evolución de la concentración de CO2 en la atmósfera.....	16
Figura 7: Mapa de grupos estratégicos	22
Figura 8: Lienzo Business Model Canvas	26
Figura 9: Lienzo Business Model Canvas aplicado a la granja escuela.....	29
Figura 10: Organigrama del negocio	38
Figura 11: Programa de un día completo en la granja	46
Figura 12: Población seleccionada	65
Figura 13: Frecuencias pregunta “Tipo de escuela” (%)	69
Figura 14: Frecuencias pregunta “N° de alumnos”	70
Figura 15: Frecuencias pregunta “Llevado” (%)	71
Figura 16: Frecuencias pregunta “Si, Motivo”	72
Figura 17: Frecuencias pregunta “No, Motivo”	73
Figura 18: Frecuencias pregunta “Tiempo”	74
Figura 19: Frecuencias pregunta “Época”	75
Figura 20: Frecuencias pregunta “Actividad”	76
Figura 21: Medias aritméticas preguntas de opinión	77
Figura 22: Frecuencias pregunta “Precio1”	78
Figura 23: Frecuencias pregunta “Precio5”	79
Figura 24: Frecuencias pregunta “Alcoy” con “Distancia”	80
Figura 25: Frecuencias pregunta “Tiempo” con “Tipo”	81
Figura 26: Frecuencias pregunta “Precio1” con “N° alumnos”	82
Figura 27: Frecuencias pregunta “Covid” con “N° alumnos”	83
Figura 28: Ubicación de la granja escuela.....	93
Figura 29: Plano de la granja escuela.....	94

1. INTRODUCCIÓN

1.1. ANÁLISIS DE LA IDEA DE NEGOCIO

A través de la siguiente memoria se plantea la idea de negocio: crear una granja escuela orientada hacia el descubrimiento del mundo rural y el cuidado del medioambiente.

En un mundo cada vez más globalizado y urbano, se presenta la problemática de que los niños conozcan desde muy temprana edad la importancia del sector primario en nuestras vidas y la importancia del cuidado del medioambiente para nuestro futuro.

En un país donde el exodo rural es costumbre, este proyecto puede ser una manera de incitar a los jóvenes a dirigirse hacia el campo, inculcándoles todos sus beneficios y tradiciones. Además, es una buena manera de darles a conocer los trabajos del sector primario que, como bien sabemos, pierden popularidad año tras año, a favor de los empleos del sector terciario.

Por otro lado, gracias a las granjas escuelas, los niños pueden desarrollar todos sus sentidos participando de primera mano en las diferentes actividades, permitiéndoles un contacto directo con la naturaleza. Es una forma de aprender, desarrollando habilidades desde muy temprana edad: creatividad, comunicación, habilidad relacional, curiosidad, toma de iniciativas, y tantas otras.

Las granjas pedagógicas, pertenecientes al sector de la educación ambiental son un gran apoyo para el aprendizaje. No se trata solo de aprender en la escuela, sino de fomentar el aprendizaje en otros lugares, lo que hará que los niños integren otros tipos de conocimientos a través de la experimentación y la diversión.

Cada alumno posee una manera distinta de aprender. Cuando muchos son capaces de hacerlo en el entorno escolar, formal, otros necesitan las experiencias y el uso de los sentidos para mejorar su concentración y retener la información. Esta puede ser una manera distinta de enfocar el aprendizaje, adaptándose a todos los tipos de estudiantes.

Actualmente, encontramos en nuestro entorno muchos problemas. En primer lugar, a nivel medioambiental, esta experiencia puede favorecer a la sociedad para tener más respeto hacia el planeta, a desatarse de las tecnologías por un instante para centrarse en la base de nuestra existencia. Los niños son el futuro de nuestra sociedad, y por tanto, es importante inculcarles desde muy pequeños la importancia del respeto hacia el medio ambiente. Por otro lado, con la situación actual de Covid, efectuar actividades al aire libre es una manera de reducir los riesgos de contagio, manteniendo una vida social y relacional que es fundamental para su desarrollo.

Este proyecto, que se situaría a las afueras de la ciudad de Alcoy, es una manera de permitir descubrir el mundo rural, en un entorno principalmente urbano. Alcoy es una ciudad cercana a una gran cantidad de pueblos y ciudades, con lo cual, el acceso a la granja sería relativamente fácil para poder disfrutar de un día completo sin la necesidad de desembolsar mucho dinero. Y, para los que provengan de ciudades más lejanas, la granja escuela ofrecería la posibilidad de pernoctar en sus instalaciones, disfrutando así de unos días de desconexión.

Finalmente, esta granja escuela ofrece actividades adaptadas en función de las edades (principalmente entre 3 y 12 años) y de las diferentes estaciones del año para cubrir las necesidades y capacidades de los clientes, atendiendo al entorno que nos rodea. Se podrán realizar actividades muy diversas, desde el cuidado de animales, pasando por talleres de jardinería o cocina, hasta actividades orientadas a la protección del medioambiente como, por ejemplo, de reciclaje.

1.2. OBJETIVOS DEL TRABAJO

El presente trabajo tiene por objetivo la creación de un plan de negocio para la implantación de una granja pedagógica en la ciudad de Alcoy, cuya denominación será Granja Escuela Caragol S.L. Al respecto, se elaborará un plan de empresa completo que permita tener en cuenta todos los aspectos necesarios para su creación, basándonos en un análisis de mercado y en el modelo de Canvas.

Así mismo, el trabajo pretende confirmar la viabilidad de tal proyecto gracias a la realización de una investigación comercial. Esta nos permitirá validar o rechazar la propuesta de negocio en su globalidad y determinar con mayor detalle sus aspectos más relevantes en cuanto a precio, tamaño del mercado y motivaciones.

1.3. MISIÓN, VISIÓN Y VALORES DE LA EMPRESA

La misión, visión y valores son 3 conceptos fundamentales para cualquier empresa que van a determinar sus actuaciones tanto a corto como a largo plazo. En primer lugar, la misión consiste en definir el ámbito de actuación de la entidad. Es decir, representa su razón de ser o el motivo por el cuál ha sido creada. En segundo lugar, la visión establece las expectativas de futuro o cómo se pretende que la empresa sea en unos años. Finalmente, los valores de la granja pedagógica deben definir cómo es la empresa, lo que desea transmitir y cómo pretende hacerlo.

Adaptando estos 3 conceptos a nuestra granja escuela, obtenemos lo siguiente:

Con el fin de proporcionar una concienciación medioambiental y desarrollar estilos de vida más rurales, nuestra misión se basa en ofrecer a niños, cuyas edades se sitúan principalmente entre 3 y 12 años, la posibilidad de descubrir el mundo rural a través de divertidas actividades y un contacto directo con la naturaleza que les aportarán una visión más extensa del mundo en el que vivimos.

Nuestra visión de largo plazo consiste en ser no sólo un lugar donde los niños puedan descubrir el mundo rural, sino también un lugar donde se les pueda inculcar hábitos de vida ecológicos (aprender a reciclar, a limitar el consumo de recursos, entre otros).

Todo ello se pretende conseguir mediante el desarrollo de actividades lúdicas, adaptadas a las edades de nuestros visitantes. Se ha demostrado que enseñar jugando es una de las mejores maneras de aprender ya que los individuos efectúan ellos mismos los gestos, se les da la opción de reflexionar e incluso de proponer ideas. Todo ello se efectuará a través de valores de respeto hacia los seres vivos y el planeta en su conjunto. Así mismo, se planteará una visión constante de futuro que permita fomentar una preocupación y actuación constante a favor del medioambiente.

1.4. OBJETIVOS ESTRATÉGICOS

En este apartado vamos a tratar de definir los objetivos generales de nuestra empresa. Estos nos ayudarán a seguir unas metas o pautas para alcanzar la visión planteada anteriormente. Además, nos servirán para tomar decisiones y para posicionarnos en el mercado a largo plazo.

Por tanto, nuestros objetivos estratégicos son los siguientes:

- Obtener un beneficio, es decir, ser rentables y a su vez conseguir cierta autosuficiencia produciendo alimentos que se ofrecerán a los clientes en nuestro servicio de comedor (frutas, verduras, huevos, leche, etc.).
- Consolidarnos en el mercado para conseguir tener una cartera de clientes fieles. Lo primordial sería conseguir que las escuelas situadas a menos de 50 km de Alcoy hagan al menos una visita a nuestra granja escuela, anualmente.
- Crecer, proponiendo nuevas actividades en función de la época del año de manera que la experiencia en nuestra granja escuela sea única y variada para incitar a nuestros clientes a repetir la visita.
- Contribuir a la protección y cuidado del medioambiente inculcando a los más jóvenes valores de respeto y a actuar por el bien del planeta.

2. ANÁLISIS DEL MERCADO

A través de los siguientes apartados vamos a tratar de obtener información acerca del mercado en el cual nos queremos implantar tanto a nivel externo como interno. Para ello, tendremos en cuenta todo tipo de variables que nos pueden afectar en mayor o menor medida. Se comenzará estudiando el entorno del negocio, tanto macroentorno como microentorno, seguido de un análisis de la oferta y demanda que se realizará a través de la competencia y del perfil de los clientes. Finalmente, se elaborará un DAFO a modo de resumen que permitirá resaltar las amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades más destacadas del análisis del mercado.

2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

El análisis del entorno de una empresa se puede dividir principalmente en 2 análisis concretos: Macroentorno y Microentorno, que explicamos a continuación:

2.1.1. ANÁLISIS DEL MACROENTORNO

El análisis del macroentorno se enfoca en el estudio del entorno de una empresa a nivel global de manera a detectar aquellos factores que le pueden afectar en su desarrollo y que no se pueden controlar. En nuestro caso, los analizaremos a través de la herramienta PESTEL y del Perfil Estratégico. Gracias a ellas, obtendremos una serie de amenazas y oportunidades.

2.1.1.1. PESTEL

La herramienta de análisis PESTEL pretende estudiar 6 factores: Político, Económico, Sociocultural, Tecnológico, Ecológico y Legal, que pueden afectar al correcto desarrollo de nuestro negocio. Gracias a la detección de las diferentes amenazas y oportunidades, podremos tomar decisiones adecuadas para la creación de la granja escuela y anticiparnos o adaptarnos a los cambios que sufre nuestro entorno. Este análisis se centrará principalmente a nivel nacional y a nivel de la Comunidad Valenciana, puesto que nos queremos implantar en la ciudad de Alcoy.

- **Factor Político**

El factor político recoge todos los aspectos relacionados con el Gobierno de un país, de una comunidad, provincia o ciudad, entre otros. Concretamente se pueden citar variables como por ejemplo la estabilidad política, las políticas impositivas, o la organización del Gobierno en su conjunto.

La situación política actual española es estable. Teniendo en cuenta que las últimas elecciones generales se produjeron en 2019 y que las siguientes no se darán hasta 2023, el Gobierno ha tenido y tiene tiempo suficiente para adaptarse e implantar medidas en el país. El actual Gobierno de Pedro Sánchez, caracterizado por ser de izquierdas, es decir, por querer aplicar medidas que participen al desarrollo del Estado de Bienestar, ha ganado popularidad en los últimos años. Desde los años 1980, este partido gobierna en España, intercalándose junto con el Partido Popular (PP), fomentando así la diversidad política gobierno tras gobierno.

Sin embargo, las elecciones españolas son cada vez más complejas lo que puede llegar a representar una amenaza. En efecto, los diferentes partidos deben efectuar alianzas y pactos entre ellos para poder gobernar el país. Estas alianzas laboriosas, ya que conllevan a conflictos de interés o de opiniones, han provocado que el PSOE (Partido Socialista Obrero Español) tuviera que formar una coalición junto con el partido de izquierdas: Unidas Podemos, que recoge cada vez más adeptos en el país.

Finalmente, podemos comentar que, en los últimos meses, el gobierno español y cada Comunidad Autónoma han tenido que aplicar una serie de medidas restrictivas para luchar contra la expansión del Covid-19. Estas medidas que han suscitado muchas controversias se ven hoy atenuadas gracias al avance de la vacunación de la población. Aunque el futuro sea incierto, se espera alcanzar la inmunidad casi total de la población a finales de este año (2021), dejando atrás dichas medidas.

• Factor Económico

El factor económico representa todas las variables macroeconómicas que nos pueden afectar como, por ejemplo, el PIB, los ciclos económicos, los tipos de interés, la tasa de paro etc.

En este punto hemos considerado relevante analizar en primera instancia la evolución del PIB español y sus previsiones para los próximos años (*figura 1*). Esta variable representa la riqueza de un país a través de los bienes y servicios que se producen en él, usualmente en un periodo de un año.

Previsiones del Banco de España sobre la evolución del PIB del país en 2021, 2022 y 2023

Según varios escenarios

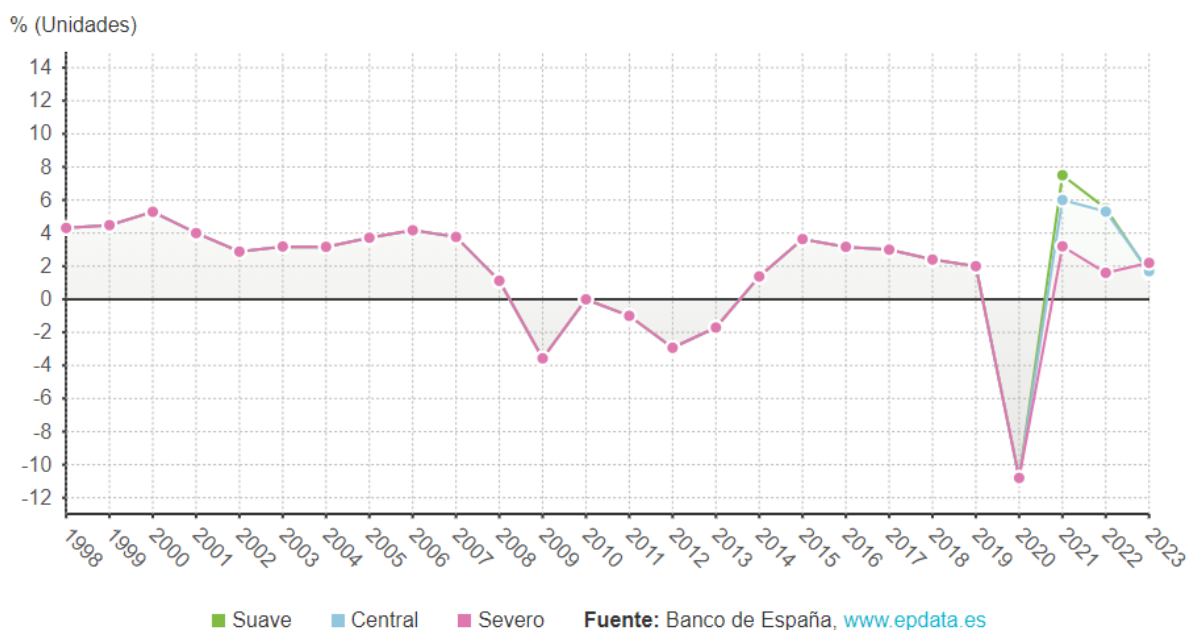


Figura 1: Evolución del PIB y previsiones del Banco de España para 2021, 2022 y 2023

Fuente: Banco de España, www.epdata.es

Como podemos observar, el PIB español sufre tendencias bajistas cuando se producen crisis. Esto se refleja principalmente en los años 2008, 2012 y 2020. Sin embargo, la última crisis ha provocado una caída del PIB mucho mayor que en años anteriores, a causa del cese de la actividad de muchas empresas. Aun así, vemos que para los próximos años: 2021, 2022 y 2023, el Banco de España prevé una recuperación económica en la cual, en el peor de los casos, el PIB vuelva a alcanzar sus niveles precrisis. Esto supone por lo tanto una oportunidad para la creación de nuevos negocios.

Tal y como lo acabamos de comentar, las crisis económicas y esta, en particular, han conllevado al cese de la actividad total o parcial de muchas empresas en España. En consecuencia, esto ha tenido un impacto directo sobre la tasa de paro.

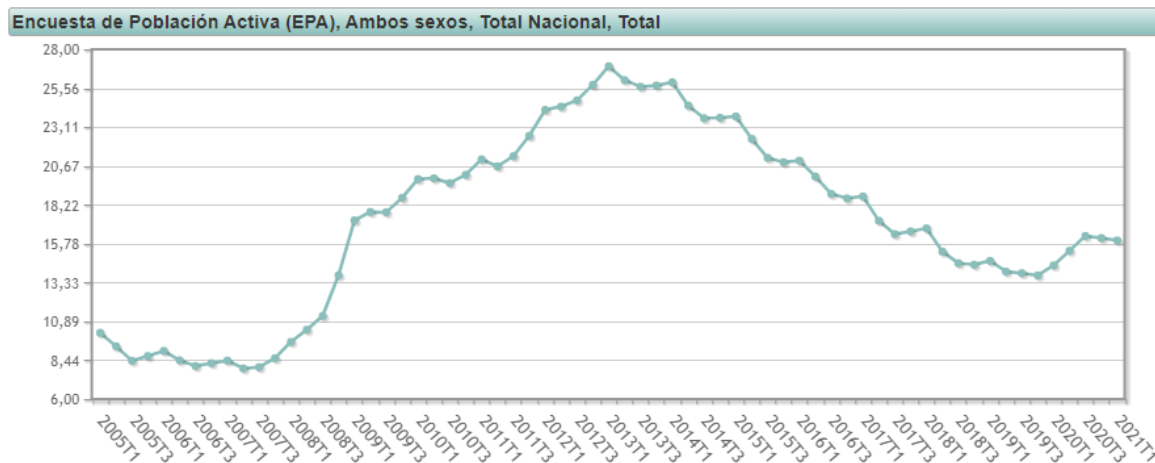
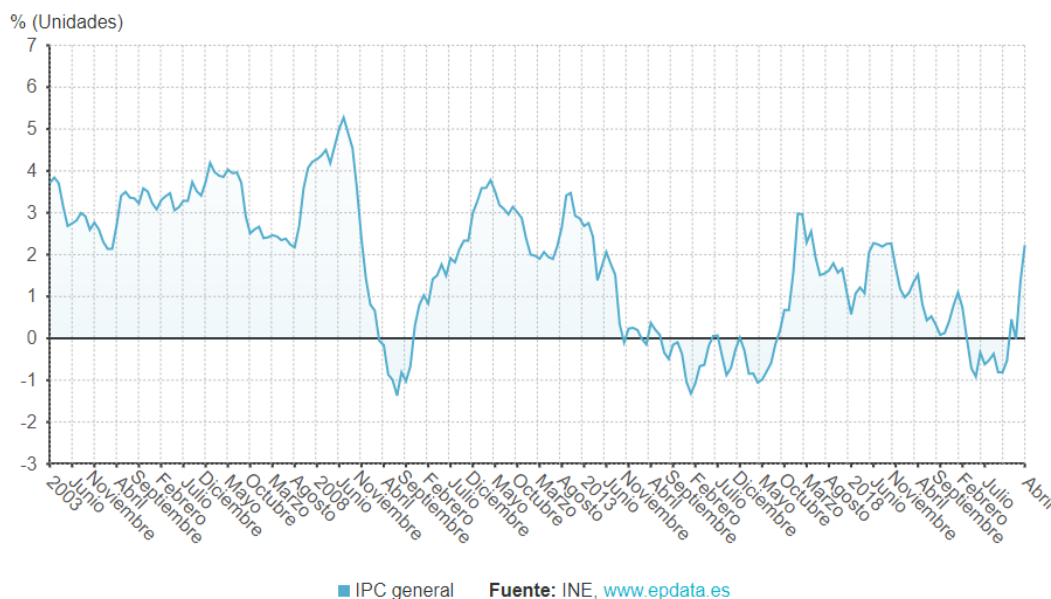


Figura 2: Evolución de la tasa de paro en España
Fuente: INE (Instituto Nacional de Estadística)

En la figura 2, podemos observar que la tasa de paro mantenía una tendencia decreciente desde finales de 2012. Sin embargo, a raíz de la aparición del Covid-19 y de sus consecuencias, esta variable se ha visto incrementada entre los últimos trimestres de 2019 y 2020, alcanzando hasta un 16,1% en este último periodo. Desde entonces la tendencia aparenta inclinarse hacia la baja, pero de manera paulatina. Según datos del FMI (Fondo Monetario Internacional), no se volverán a alcanzar los niveles pre-Covid hasta el año 2026.

Para finalizar el análisis de este factor, podemos estudiar la evolución del IPC (Índice de Precios al Consumo) que representa las variaciones de los precios en base a una cesta de productos, durante un periodo de tiempo.

Variación interanual del IPC en España desde 2003



■ IPC general **Fuente:** INE, www.epdata.es

Figura 3: Evolución del IPC
Fuente: INE, www.epdata.es

Como podemos apreciar en el gráfico, tal y como sucede con el PIB, el IPC sufre variaciones negativas durante las épocas de crisis puesto que el crecimiento económico es menor y la población tiene menos poder adquisitivo para adquirir bienes y servicios. Sin embargo, observamos que en el último periodo indicado (abril de 2021), el IPC vuelve a la alza, alcanzando niveles próximos a los de 2019, en torno al 2%. Esto es positivo puesto que el Banco Central Europeo estima que un nivel situado en torno al 2% es adecuado para los países de la Unión Europea.

- **Factor Sociocultural**

Este siguiente factor incluye variables acerca de la sociedad como pueden ser la educación, cultura, religión, demografía o hábitos de vida y de consumo.

Puesto que nuestro negocio se orienta principalmente hacia los niños, vamos a comenzar analizando la evolución de la tasa de natalidad en la Comunidad Valenciana.

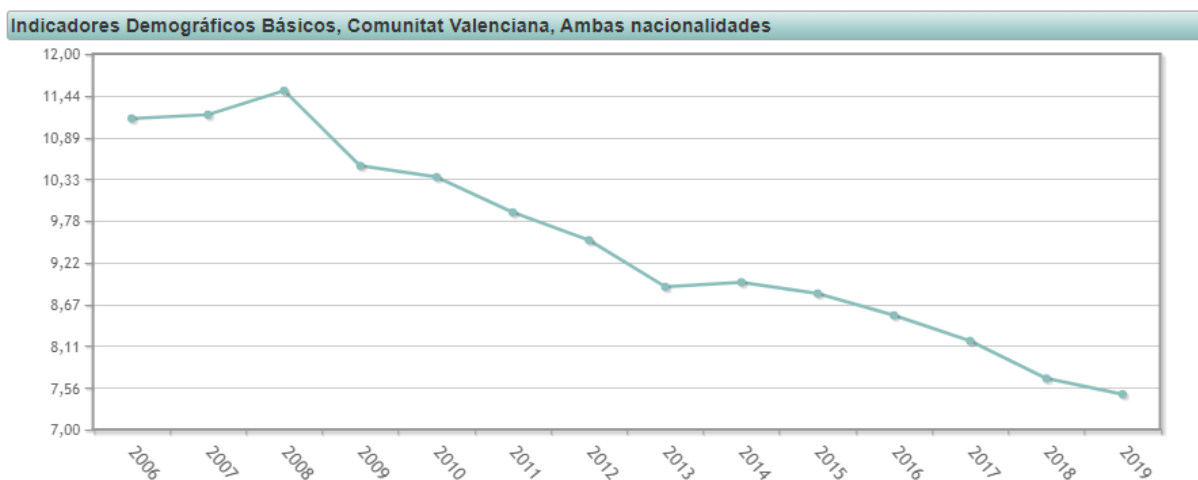


Figura 4: Evolución de la tasa de natalidad en la Comunidad Valenciana
Fuente: INE

Desde la última crisis económica de 2008, la tasa de natalidad ha sufrido un descenso importante, situándose actualmente en mínimos históricos. La incorporación de la mujer en el mundo laboral provocó en su día una disminución de la tasa de natalidad. Sin embargo, actualmente son otros los motivos que lo provocan. En efecto, la sucesión de diferentes crisis, generando dificultades para encontrar trabajo y en general, para mantener una vida estable, provocan que el hecho de tener hijos no sea una prioridad. Por lo tanto, si la tendencia se mantiene a la baja, podría suponer una gran amenaza para nuestro negocio.

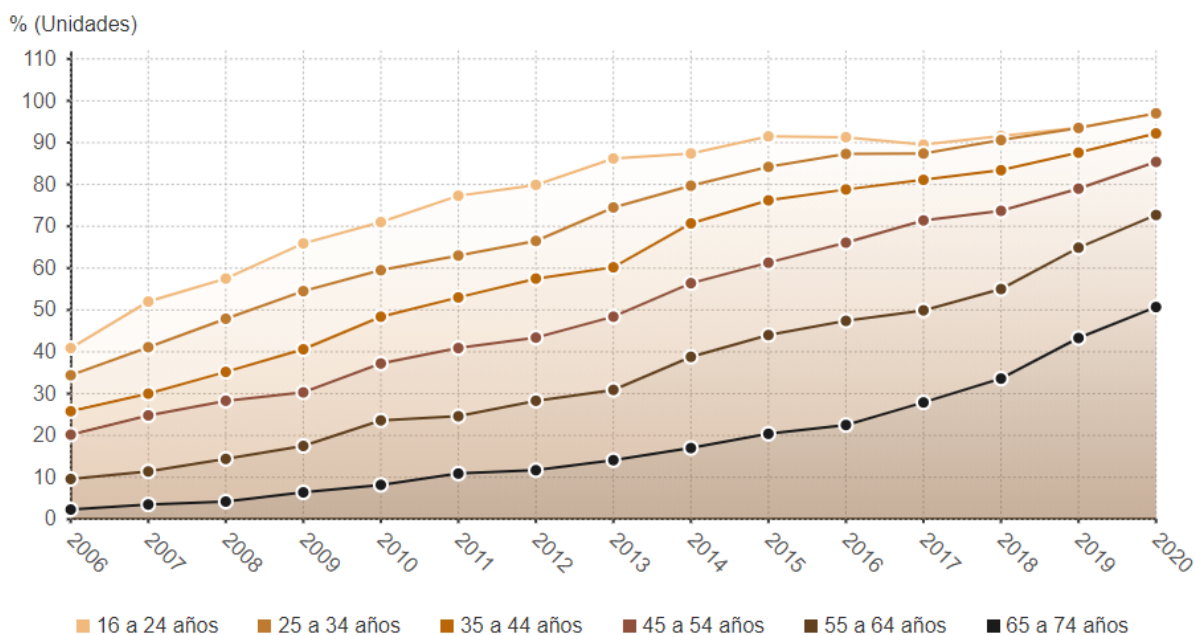
Por otro lado, se destacan factores positivos como los estilos de vida cada vez más saludables y una atracción cada vez más creciente por el mundo rural. Desde hace unos años, se destacan estas actitudes en la población española, donde se incluye una alimentación equilibrada, ejercicio físico, excursiones al aire libre, cuidado del medioambiente etc. En otros términos, comportamientos que favorecen el desarrollo personal de los individuos y que, según los expertos, pueden llegar a incrementar nuestra esperanza de vida de hasta 10 años. Así mismo, el sedentarismo provocado por el trabajo y las diversas medidas tomadas contra el Covid (toques de queda, confinamientos, etc.) han generado en la población una tendencia hacia diversas actividades y hacia el campo, donde los riesgos de contagio son menores.

- **Factor Tecnológico**

A nivel tecnológico, donde se pretende reflejar principalmente los avances de la tecnología, la investigación y el desarrollo o incluso las infraestructuras, podemos resaltar 2 principales variables.

En primer lugar, la integración cada vez mayor de Internet y de las redes sociales en nuestras vidas. Estas herramientas permiten principalmente comunicarse y obtener o compartir información.

Evolución de personas que usan diariamente en España por grupo de edad



Fuente: INE, www.epdata.es

Figura 5: Evolución del uso diario de Internet en España, por grupos de edad

Fuente: INE, www.epdata.es

Como podemos apreciar en el gráfico, los principales usuarios diarios de Internet son los grupos de edad más jóvenes. Sin embargo, la tendencia de todos los grupos es creciente. Por lo tanto, cualquier persona, sea cual sea su edad podría obtener información sobre nuestro negocio tanto a través de nuestra página web como de las redes sociales.

En segundo lugar, cabe destacar que España posee una red de carreteras muy bien desarrollada que permite un acceso rápido y directo a cualquier ciudad. En concreto, se puede acceder a Alcoy principalmente por la A-7 y la N-340 que permiten acceder fácilmente tanto a pueblos como a grandes ciudades como Valencia o Alicante.

- **Factor Ecológico**

El factor ecológico se centra de manera global en el medioambiente y en todo lo que le puede afectar: hábitos de la sociedad, leyes, regulaciones y sus consecuencias: cambio climático o desastres naturales, entre otros.

Desde la Revolución Industrial, la problemática medioambiental es cada vez mayor, pero no es hasta hace unos años cuando la población se ha dado realmente cuenta de la situación crítica. Diversos grupos activistas luchan por el desarrollo de medidas sostenibles, pero es un proceso muy lento. Así

mismo, cada vez más las familias y las empresas tratan de participar en el cuidado del medioambiente a través de pequeñas acciones como el reciclaje de residuos, una reducción del consumo de energía o incluso la compra de productos ecológicos. Esta creciente concienciación debe mantenerse e inculcarse desde edades muy tempranas por lo que puede suponernos una oportunidad.

Por otra parte, una de las variables más preocupantes en este ámbito son los niveles de contaminación.

Así ha aumentado la concentración de CO2 en la atmósfera

(Observatorio de Izaña, Tenerife)

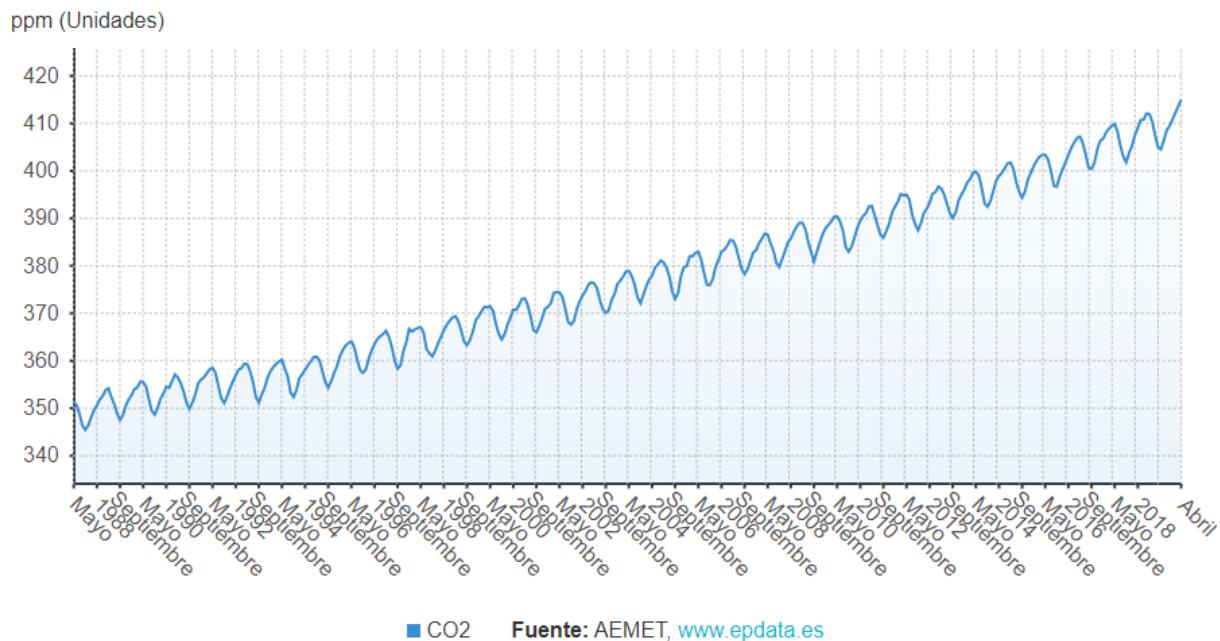


Figura 6: Evolución de la concentración de CO2 en la atmósfera
Fuente: AEMET, www.epdata.es

En este gráfico, que representa la evolución de la concentración de CO2 en la atmósfera, podemos apreciar que la tendencia es creciente, con variaciones negativas en los meses de mayo y septiembre. Sin embargo, esta tendencia es preocupante ya que a la larga esto afecta directamente a nuestra salud y a nuestra calidad de vida como, por ejemplo, con un incremento de las temperaturas.

Para terminar con este factor, podemos recalcar que hoy en día existen 20 leyes orientadas a la protección del medioambiente en España. Entre otras se puede citar la Ley 1/2005 acerca de la emisión de gases de efecto invernadero cuyo objetivo trata de cumplir con los acuerdos de Kyoto. También podemos nombrar la Ley 26/2007 de Responsabilidad Medioambiental que obliga a reparar los daños causados en el medioambiente, derivados de cualquier actividad económica.

- **Factor Legal**

Para finalizar el análisis PESTEL, vamos a analizar el factor legal que trata sobre las legislaciones relacionadas directamente con el proyecto.

En primer lugar, se encuentra la Ley 14/2013 de apoyo a los emprendedores cuyo objetivo es ayudarles económicamente y darles seguridad en caso de quiebra.

Por otro lado, cabe destacar que no existen leyes particulares en cuanto a la creación de granjas escuelas, pero sí es necesario cumplir con una serie de normas en cuanto a su edificación, al riesgo de incendios o incluso en cuanto a la higiene de los establecimientos, animales o alimentos.

2.1.1.2. PERFIL ESTRATÉGICO

A continuación, para completar el análisis del macroentorno, vamos a elaborar un perfil estratégico en el cual resumiremos las principales variables destacadas anteriormente y las puntuaremos en función de su impacto sobre nuestro negocio. Una puntuación de 1 equivaldrá a un impacto Muy Negativo y una puntuación de 5 corresponderá a un impacto Muy Positivo.

Factores		Variables	MN	N	I	P	MP
Político	Estabilidad política					X	
	Dificultad para crear alianzas				X		
	Disminución de las medidas restrictivas por Covid						X
Económico	Recuperación económica en los próximos años						X
	Elevada tasa de paro		X				
	Nivel de IPC adecuado				X		
Sociocultural	Descenso de la tasa de natalidad		X				
	Estilos de vida saludables				X		
	Atracción por el mundo rural						X
Tecnológico	Uso de Internet y de redes sociales				X		
	Accesibilidad a Alcoy				X		
Ecológico	Concienciación medioambiental						X
	Incremento de la contaminación			X			
	Leyes medioambientales			X			
Legal	Ley de apoyo a emprendedores						X
	Normas diversas	X					

Tabla 1: Perfil estratégico derivado del macroentorno
Fuente: Elaboración propia

Podemos observar que la mayoría de las variables se encuentran con una valoración positiva. Por tanto, los factores derivados del macroentorno tendrán principalmente un impacto positivo sobre nuestro negocio. Sin embargo, es necesario tener presente el adecuado cumplimiento de las diversas normas respecto a la creación y mantenimiento de granjas escuela puesto que en caso de incumplimiento pueden suponer el cese de la actividad.

2.1.2. ANÁLISIS DEL MICROENTORNO

Siguiendo con el análisis del mercado de la empresa, vamos a proceder al estudio de su microentorno. Esta es la parte del entorno que le afecta de manera más directa y que corresponde al sector en el cual nos queremos implantar: la educación ambiental. Se analizará a través de la herramienta de las 5 fuerzas de Porter, basada en 5 variables: el poder de negociación de los clientes, de los proveedores, la rivalidad entre competidores existentes y la amenaza de productos sustitutivos y de nuevos competidores.

- **El poder de negociación de los clientes**

El poder de negociación de los clientes hace referencia a la capacidad de los consumidores para imponer sus condiciones sobre nuestro negocio. Es decir, haciendo presión conjunta, pueden influir exigiendo ventajas a su favor como, por ejemplo, precios más bajos, mejor calidad por un precio similar o servicios particulares.

En nuestro caso, hemos destacado que, en 2019, el INE recogió que España cuenta con más de 2 millones de niños cuya edad se sitúa entre 3 y 12 años, de los cuales más de 250.000 se encuentran en la Comunidad Valenciana. Por lo tanto, nuestro segmento de mercado es muy extenso, lo que reduce el poder de negociación. Sin embargo, el cliente real, es decir, la persona que va a contratar nuestros servicios es quién decide si recurrir o no a nosotros, ya sea una escuela o un particular adulto con hijos.

Por otro lado, España cuenta aproximadamente con 117 granjas escuela, de las cuales más de 20 están situadas en la Comunidad Valenciana. Los clientes tienen muchas opciones que poder elegir, por lo tanto, este factor incrementa su poder de negociación.

Además, gracias a las páginas web y a las redes sociales los clientes pueden tener mucha información sobre cualquier producto o servicio. Pueden comparar detenidamente las diferentes granjas escuela al fin de escoger la que mejor corresponda con sus necesidades o la que más les atraiga.

Si los clientes vienen en grandes grupos como puede ser, a través de las escuelas, tendrán mucho más poder que si vienen simples particulares. Sobre todo, a nivel de precios ya que se suelen hacer descuentos para grupos grandes. Por otra parte, nuestra granja escuela ofrece diversas actividades, pero son ellos lo que elegirán cuales quieren solicitar y cuáles no.

Por lo tanto, podemos concluir que los clientes tendrán un fuerte poder de negociación, sobre todo si contratan nuestros servicios en grandes grupos. Sin embargo, no hay riesgo de integración vertical hacia atrás, es decir, no hay riesgo de que el cliente ofrezca el mismo servicio que nosotros, ya que son necesarios muchos recursos (económicos, terreno, materiales...) y mucha dedicación. Este último aspecto no representa una amenaza para nuestro negocio.

- **El poder de negociación de los proveedores**

En segundo lugar, podemos analizar el poder de negociación de los proveedores. Al igual que para los clientes, este se refiere a la capacidad de estos para imponer sus condiciones frente a nosotros. Existe un riesgo de que los proveedores incrementen sus precios o hagan presión para que adquiramos sus productos en grandes cantidades, entre otros.

Por lo tanto, cuantos más proveedores tengamos, mejor para nosotros ya que podremos imponer nuestras condiciones (aplazamiento de pagos, reducción de precios, mayor calidad en los productos...).

Para nuestro proyecto, podemos destacar 2 tipos de proveedores: puntuales y recurrentes.

En la categoría de proveedores puntuales incluimos todos los que van a contribuir al equipamiento de nuestras instalaciones: camas, sillas, mesas, maquinaria o algún material agrícola.

En la categoría de proveedores recurrentes tendremos por una parte los proveedores de materiales para las actividades (material escolar como hojas, lápices... o guantes, botas etc.) y, por otra parte, los que nos ayuden a alimentar a nuestros animales, como pueden ser agricultores, ganaderos o cooperativas agrícolas.

Nuestro poder de negociación con los proveedores puntuales será muy bajo ya que no serán necesarios a menudo. Aunque, si les compramos equipamientos en grandes cantidades, puede que accedan a otorgarnos ciertas ventajas como descuentos, por ejemplo.

En cuanto al poder de negociación con los proveedores recurrentes, este puede ser muy elevado, sobre todo con los agricultores o las cooperativas agrícolas que nos suministrarán la alimentación del ganado.

Finalmente, podemos destacar que existe un ligero riesgo de integración vertical hacia delante. Es decir, que nuestro proveedor se reconvierta para ejercer nuestra actividad. Aquí el riesgo proviene de los agricultores o ganaderos ya que ya poseerán todas las instalaciones necesarias para tener animales, y guardar sus equipamientos. Además, se podrían autoabastecer gracias a su actividad agrícola. La actividad de enseñanza podría ser una manera para ellos de completar sus ingresos. Sin embargo, ya poseen una actividad principal muy importante, por lo que el riesgo es leve.

- **La amenaza de servicios sustitutivos**

Este tercer factor pretende determinar si existe el riesgo de que otras empresas ofrezcan servicios similares a los nuestros y que los sustituyan. Esto podría provocar a corto o a largo plazo una pérdida de cuota de mercado a favor de la competencia.

Hemos observado que las granjas escuela son un lugar al que se suele acudir puntualmente, no de manera regular. Por ello, pueden tener una alta obsolescencia a ojos del cliente. Además, existen otras maneras de acceder a la educación medioambiental, sin salir de la escuela o en entornos muy diversos (centros de ocio, campamentos, ludotecas...). Por lo tanto, no existe la necesidad de acudir específicamente a una granja escuela.

El cambio del cliente hacia un servicio u otro no le supone ningún coste a nivel de tiempo ya que con Internet se pueden comparar de manera rápida las diferentes ofertas. Tampoco le va a suponer un gran cambio a nivel económico. Por ejemplo, una semana en un campamento cualquiera puede valer entre 75 y 250€, mientras que en una granja escuela puede costar en torno a 70 y 300€. Como vemos, los precios son muy similares.

Podemos considerar, por lo tanto, esta fuerza de Porter como la principal amenaza para nuestro negocio debido a la existencia de una gran variedad de servicios sustitutivos.

- **La amenaza de nuevos competidores**

Este factor tiene por objetivo detectar la posibilidad de que nuevos competidores entren a formar parte del mercado. Esto puede deberse a diversos motivos, pero cuanto más atractivo sea el mercado, más competidores elegirán adentrarse en él. Al igual que con los productos sustitutivos, esto generaría principalmente una pérdida de cuota y menores ganancias para nuestra empresa.

Sabemos que el sector de la educación medioambiental es un sector en crecimiento debido a las condiciones medioambientales actuales. Es, tanto para nosotros como para posibles competidores, una oportunidad de negocio.

Concretamente, para la creación de granjas escuela, existen barreras de entrada muy altas debido al fuerte desembolso inicial requerido. En efecto, para comenzar en esta actividad es necesario adquirir un terreno, construir las instalaciones necesarias, equiparlas, adquirir materiales, animales, etc. Esta

fuerte inversión conlleva a obtener beneficios a medio-largo plazo, por lo tanto, puede suponer un gran freno para posibles nuevos competidores.

Pero, sabiendo que en la Comunidad Valenciana ya existen más de 20 granjas escuela, esto puede generar un rechazo por parte de posibles nuevos competidores. En efecto, pueden considerar el sector geográfico como saturado.

Sin embargo, no existen represalias del sector. Es decir, no existe la posibilidad de que varias granjas escuela se unan para echar a posibles nuevos competidores ya que son todas muy independientes.

Podemos concluir, por lo tanto, que no existe una gran amenaza de nuevos competidores en este área geográfica.

- **La rivalidad entre competidores existentes**

Para terminar con el análisis de las 5 fuerzas de Porter, se debe considerar la rivalidad entre competidores existentes. Es decir, se debe analizar el grado de competitividad presente entre los competidores que, en este caso, ya posean una granja escuela.

Como lo hemos comentado anteriormente, existen en la actualidad más de 20 granjas escuela en la Comunidad Valenciana. Esto supone que la rivalidad entre estas empresas sea relativamente alta, teniendo en cuenta el sector geográfico reducido y que la mayoría están muy ancladas en el mercado.

Pero, las granjas escuela presentes en esta Comunidad son muy similares y casi todas del mismo tamaño. Esto provoca que no haya un líder importante en el sector, sino que se sitúan todas más o menos en el mismo nivel. Esto supone una gran oportunidad para nuestro negocio, pese a que la competencia sea “fuerte”.

Sin embargo, a menos de 20 kilómetros de Alcoy, lugar en el cual queremos implantar nuestra granja escuela, están edificados 3 competidores. Esta competencia cercana puede suponer para nosotros una gran amenaza.

Finalmente, podemos comentar las barreras de salida (lo que nos costaría salir de este sector) y las barreras de movilidad (lo que nos costaría cambiar de segmento dentro de este sector).

Las barreras de salida son muy altas, es muy difícil salirse de un negocio como este debido a la fuerte inversión necesaria para la creación de las infraestructuras. Para poder salirse con facilidad, sería necesario encontrar a una persona interesada en retomar el negocio, lo cual sería complicado de encontrar.

Por otro lado, aunque las granjas escuela se dirijan particularmente a niños, siempre se pueden modificar y adaptar las actividades para otras edades y así ampliar nuestro segmento de mercado. Podemos afirmar por lo tanto que las barreras de movilidad son bajas y esto supone una oportunidad para nosotros.

2.2. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Tal y como lo hemos evocado en varias ocasiones, existen en la Comunidad Valenciana más de 20 granjas escuela, lo que genera que la competencia sea elevada en el sector. En este apartado, vamos a analizar con mayor detenimiento la competencia existente efectuando para ello un análisis de los grupos estratégicos. Vamos a enfocar nuestro estudio en las granjas escuela de las provincias de Valencia y Alicante que consideramos como nuestros principales competidores. En total, se considerarán 11 granjas escuela.

En base a las variables de precio y distancia desde Alcoy vamos a establecer diferentes grupos con dichas características que nos permitirán detectar cuáles supondrán una mayor rivalidad o competencia para nuestro futuro negocio.

Así mismo, también se estimará la cuota de mercado de cada uno de los grupos. Puesto que esta es una variable difícil de conseguir, se han decidido puntuar las cuotas de mercado con una valoración de 1 a 3 siendo 1 “baja” y 3 “alta”. Para ello, consideraremos la amplitud de los servicios propuestos por cada empresa, el público al que va dirigido y sus días de apertura anuales.

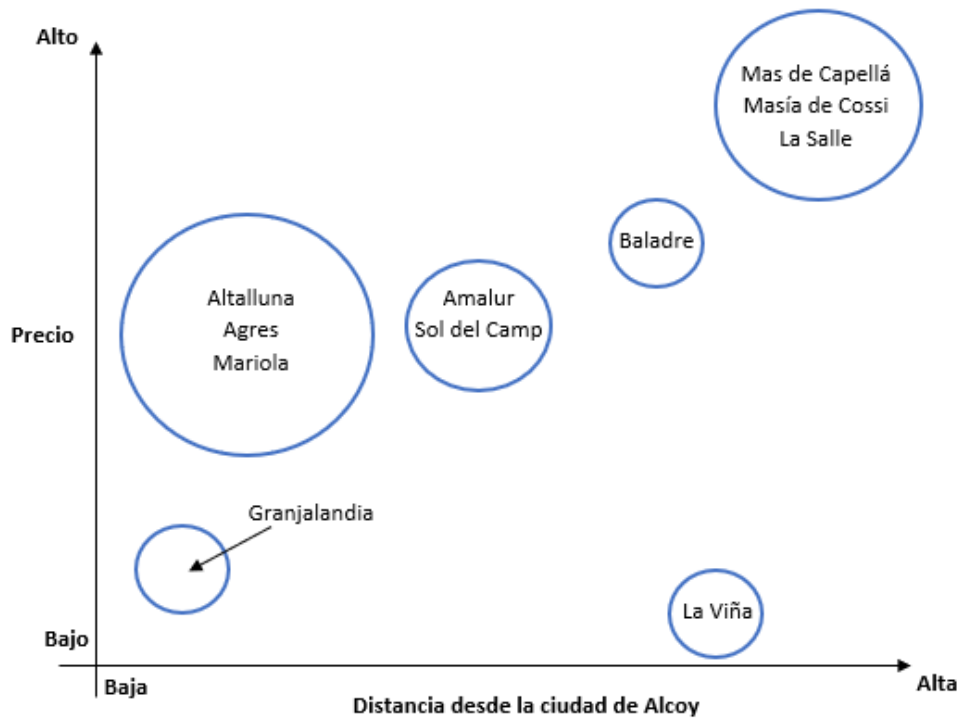
El listado de las granjas escuela, teniendo en cuenta las variables de precio y distancia, así como la estimación de cuota de mercado es el siguiente:

Granja Escuela	Distancia desde Alcoy (km)	Precio visita escolar 1 día (€)	Cuota de mercado (%)
Granja Escuela Altalluna	22	33	2
Granja Escuela Riera d'Agres	20	25	3
Granjalandia	16	18	1
Granja Escuela Amalur Madre Tierra	47	26	1
Granja Escuela Baladre	88	30	1
Granja Escuela Sol del Camp	50	25	2
Granja Escuela La Viña	95	11	1
Granja Escuela Albergue Mas de Capellá	146	38	3
Granja Escuela Masía de Cossi	134	40	1
Granja Escuela La Salle	145	43	2
Granja Escuela Mariola	33	19	2

Tabla 2: Principales granjas escuela de la zona por distancia, precio y cuota de mercado

Fuente: Elaboración propia

Con toda esta información, podemos establecer los diferentes grupos a través del mapa estratégico siguiente:



*Figura 7: Mapa de grupos estratégicos
Fuente: Elaboración propia*

Gracias al mapa de grupos estratégicos, podemos observar que existen grupos competitivos relativamente diversos. En nuestro caso, nuestro principal competidor será Granjalandia puesto que es la granja escuela más cercana y que posee precios de los más bajos del mercado. Así mismo, La Viña, aunque se sitúe a mayor distancia también podría suponer una amenaza ya que ofrece los precios más bajos en el sector.

Por otro lado, se destacan muchas empresas con precios similares, situados entre 25 y 33€. Consideramos este rango de precios como el rango medio del mercado. Por otro lado, vemos que las granjas escuela Altalluna, Agres y Mariola, situadas muy cerca de Alcoy, poseen entre ellas la mayor cuota de mercado. También podrían suponernos una amenaza.

Finalmente, observamos que las granja escuela con mayor distancia también poseen los precios más elevados y la segunda mayor cuota de mercado. Por tanto, aunque se sitúen a más de 100 km de Alcoy, también podrían representar una amenaza ya que ofrecen unos servicios adicionales como campamentos, atracciones o restaurantes.

Sin embargo, vamos a centrarnos en nuestro competidor más cercano: Escola Natura Granjalandia, situada en Ibi. Su modelo de negocio es el que más se aproxima a la propuesta que queremos desarrollar. En efecto, esta granja escuela no solo propone actividades para el entorno escolar, también ofrece la posibilidad de acudir en familia, de celebrar cumpleaños o cualquier otro tipo de celebración, actividades especiales (bailes, deportes, actividades artísticas...) y campamentos durante las vacaciones escolares (verano, Navidad y Semana Santa).

Entre sus principales actividades se destacan, al igual que lo que pretendemos ofrecer, el cuidado de animales, talleres en el huerto y elaboración de comida u objetos como pan, velas de cera o comederos para pájaros.

Esta granja escuela ofrece un servicio de comedor, pero no ofrece alojamiento, con lo cual, para poder ir es necesario vivir cerca de la granja escuela o alquilar un alojamiento cercano.

Aun así, este es un claro ejemplo de éxito debido, en primer lugar, a su posición geográfica. Granjalandia se sitúa a la salida de la autopista, lo que hace muy fácil su acceso, y cerca de muchas ciudades pobladas como Alcoy, Alicante, etc. Además, esta zona es muy turística, por lo que pueden acudir clientes de diversas zonas.

Por otra parte, al ofrecer actividades muy diversas y con posibilidad de acudir en familia, impulsa la sociedad a dirigirse hacia esta granja escuela para pasar un día al aire libre, rodeado de familia y amigos.

Finalmente, tiene una gran presencia a través de Internet tanto gracias a su página web como en redes sociales donde se explica con detalle todas las actividades y ofertas disponibles. La valoración de esta granja es muy positiva. En Facebook, por ejemplo, los clientes le han atribuido un 4,5/5.

2.3. ANÁLISIS DEL PERFIL DE LOS CLIENTES O DEMANDA

Nuestro mercado se puede clasificar como mercado de consumo de servicios ya que incluye tanto ocio como restauración y hostelería. Geográficamente, dado que nos queremos implantar en la ciudad de Alcoy, pretendemos abarcar en un principio los pueblos y las ciudades más próximas, por lo tanto, parte de la provincias de Alicante y Valencia.

Nuestros servicios van dirigidos a todo tipo de personas, pero sobre todo a niños cuyas edades se sitúen entre 3 y 12 años. Este es nuestro público objetivo. Hemos elegido un público joven ya que, como lo hemos comentado anteriormente, a esa edad es más fácil inculcarles nociones y valores, y podrán descubrir cosas que, para la mayoría, sean totalmente desconocidas.

Sin embargo, debido a su joven edad, deberán estar acompañados por un entorno familiar o escolar que se haga responsable de ellos, sobre todo a nivel económico. Por lo tanto, las personas que disfrutarán plenamente de las granjas escuela serán los niños, pero los verdaderos clientes serán las familias y las escuelas que requieran nuestros servicios. Estos toman tanto el rol de decisor como de comprador.

Nuestros clientes responsables pueden decidir acudir a una granja escuela por diversos motivos, ya sea para disfrutar de un día efectuando una actividad original o para descubrir el mundo rural. Estos clientes buscan un lugar donde sus hijos/alumnos puedan efectuar actividades o excursiones al aire libre, en un entorno tranquilo, divertido y seguro. El objetivo principal es que los niños puedan desarrollar habilidades sociales, experimenten y se desenvuelvan en un entorno que, por lo general, no les es familiar.

Anteriormente, los clientes se conformaban con una visita a los animales de la granja y a la ejecución de actividades. Sin embargo, cada vez más los servicios propuestos son más extensos. Últimamente, la moda reside en solicitar las granjas escuela y su entorno para la realización de cumpleaños, bodas o incluso bautizos. Las demandas en cuanto a eventos se disparan lo cual supone para nosotros un mercado potencial. Las granjas escuela toman otro enfoque que atrae tanto a niños como adultos.

Lejos de situarse en la etapa de madurez, se prevé que este mercado siga creciendo en los próximos 15-20 años gracias a este rediseño de la actividad que acaba de iniciarse.

Sin embargo, esta se trata de una compra racional a la cual no se suele recurrir con frecuencia, salvo casos excepcionales. La visita a una granja escuela suele ser algo muy puntual, considerada como una excursión que puede efectuarse 1 o 2 veces al año en el caso de las escuelas y hasta 5-6 veces al año en el caso de las familias. Para los clientes muy cercanos a la zona, puede darse que la experiencia se repita numerosas veces como por ejemplo 1 vez al mes.

Dada la experiencia de otras granja escuela, se prevé que las visitas sean más frecuentes entre semana en épocas de primavera u otoño para las visitas escolares y los fines de semana o en vacaciones para las visitas familiares.

Finalmente, observamos que la demanda es muy inelástica al precio, es decir, no es muy sensible. Los consumidores no se basan tanto en este factor sino en las actividades propuestas, en la calidad del servicio o en la proximidad de las instalaciones.

2.4. ANÁLISIS DAFO

Para concluir sobre el análisis del mercado, podemos resumir todos los aspectos más destacados en un DAFO. Esta es una herramienta analítica que permite destacar las principales amenazas, oportunidades, fortalezas y debilidades derivadas tanto de un análisis interno como externo de la empresa. Gracias a ello, podremos tener en cierta medida un control sobre el entorno que nos rodea y plantear estrategias que nos permitan vencer los factores negativos, apoyándonos en los positivos.

A continuación, mostramos la matriz DAFO resultante:

	FACTORES NEGATIVOS	FACTORES POSITIVOS
ANÁLISIS EXTERNO	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Dificultad para realizar alianzas entre partidos políticos -Crisis económica -Caída del PIB -Incremento de la tasa de paro -Disminución de la tasa de natalidad -Incremento de los niveles de contaminación -Diversas normas para la creación y desarrollo de granjas escuela -Elevada competencia en el sector -Fuerte poder de negociación por parte de los clientes -Poder de negociación bajo con los proveedores puntuales -Posibilidad de integración vertical hacia delante -Existencia de productos sustitutivos 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Estabilidad política -Disminución de las medidas restrictivas derivadas del Covid-19 -Recuperación económica prevista en los próximos años -Nivel de IPC adecuado (2%) -Estilos de vida saludables -Atracción por el mundo rural -Incremento del uso de Internet y de las redes sociales -Mejoras en la comunicación gracias a Internet -Red de carreteras eficiente -Incremento de la concienciación medioambiental -20 Leyes para la protección del medioambiente -Leyes de apoyo a emprendedores -Riesgo de integración vertical hacia atrás inexistente

	<ul style="list-style-type: none"> -Barreras de entrada altas derivadas de la inversión inicial -Competidores actuales anclados en el mercado -Barreras de salida altas -Competidores con características muy diversas -Granjalandia principal competidor 	<ul style="list-style-type: none"> -Poder de negociación alto con los proveedores recurrentes -Sector de la educación medioambiental en crecimiento -Ausencia de represalias en el sector -Ausencia de líder en el sector -Barreras de movilidad bajas -Zona turística
ANÁLISIS INTERNO	<p style="text-align: center;">DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> -Diferencia entre el cliente y la persona que hace uso del servicio -Servicio con alta obsolescencia por parte del cliente -Actividades similares a la competencia -Compra racional -Demanda estacional 	<p style="text-align: center;">FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> -Segmento de mercado extenso -Fácil acceso a Alcoy y a la granja escuela -Expectativas de crecimiento -Evolución en las demandas de los clientes -Demanda inelástica al precio -Importancia del servicio propuesto y de su calidad

Tabla 3: Resumen DAFO
Fuente: Elaboración propia

A raíz de la elaboración del DAFO, podemos observar que existen tantos factores positivos como negativos derivados los diferentes análisis. Además, teniendo en cuenta que el entorno es muy cambiante, debemos considerar cada uno de estos aspectos para anticiparnos y elaborar estrategias futuras, así como apoyarnos en los factores positivos para destacar de nuestra competencia.

En este caso, los principales riesgos provienen de la fuerte competencia en el sector y de la posibilidad para los clientes de dirigirse hacia cualquiera de ellos puesto que ofrecen servicios similares a precios accesibles. Por otro lado, puede jugar a nuestro favor el hecho de ser una empresa reciente y desconocida, así como las expectativas de crecimiento que permiten una actualización y dinamización del servicio.

3. MODELO DE CANVAS

El Business Model Canvas que usaremos en el siguiente apartado para establecer nuestro plan de negocio es una herramienta de gestión estratégica muy reciente, creada en 2010 por Alexander Osterwalder e Yves Pigneur. Esta fue expuesta en su obra “Generación de modelos de negocios” y es, hoy en día, considerada como una de las herramientas más innovadoras en materia de emprendimiento. En efecto, el Modelo de Canvas permite tanto describir, cómo modificar empresas ya existentes o crear nuevos modelos de negocio.

Esta herramienta permite a los emprendedores plasmar de manera muy visual, creativa, esquemática y flexible los aspectos más relevantes de su negocio a través de un lienzo que se divide en 4 bloques: Clientes, Oferta, Infraestructura y Viabilidad Económica. Así mismo, se puede dividir en 9 factores tal y como se aprecia en la figura 8:



*Figura 8: Lienzo Business Model Canvas
Fuente: Elaboración propia*

Estos 9 factores, orientados hacia la propuesta de valor para satisfacer las necesidades de los clientes y la manera de conseguirlo, se debe cumplimentar en un orden preciso. A continuación, explicamos detalladamente cada una de las variables en su orden de ejecución:

- **Segmentos de mercado**

Este primer aspecto se refiere a: quiénes son los clientes, cómo actúan, cuáles son sus características (edad, sexo, hábitos, etc.). En otros términos, pretende plasmar los diferentes segmentos o nichos de mercado a los cuales va dirigido el negocio.

Es muy importante describir correctamente cada uno de los grupos de clientes puesto que sus expectativas o necesidades diferirán y contribuirán de manera distinta a los beneficios de la empresa. De esta manera, se podrán adaptar los diferentes productos o servicios a cada uno de ellos.

- **Propuesta de valor**

El segundo aspecto que tratar es la propuesta de valor. Aquí se debe indicar qué aspectos van a diferenciar nuestro negocio de los demás o cuáles van a ser sus ventajas competitivas frente a la competencia. Nos podemos preguntar: ¿Qué incluye nuestro negocio que no posean los demás?

La propuesta de valor debe definir por qué los clientes deben dirigirse hacia nuestros servicios y no hacia otros. Esta propuesta forma parte de la razón de ser la empresa y debe enfocarse hacia la satisfacción de las necesidades de los clientes.

Así mismo, una propuesta de valor o ventaja competitiva puede darse sobre diversos aspectos, ya sean precios, productos o servicios exclusivos, calidad y muchos más.

- **Canales**

Una vez que hemos establecido quiénes son nuestros clientes y lo que les proponemos para satisfacer su necesidad, debemos pensar en la manera de llegar a ellos. Aquí se van a definir los medios o canales a través de los cuales se va a dar a conocer el negocio y se van a ofrecer los servicios. Por tanto, debemos incluir todo lo referente a dos de las principales herramientas de marketing: comunicación y distribución.

En este punto, se deben tener en cuenta 6 aspectos relevantes: cómo se va a dar a conocer el servicio, cómo se va a vender o como lo pueden comprar/solicitar los clientes, cómo se va a efectuar el servicio, como se va a evaluar la calidad del servicio y la satisfacción de los clientes y, finalmente, cuál va a ser el seguimiento de postventa.

- **Relaciones con los clientes**

Este factor viene ligado al anterior puesto que también se debe tener en cuenta la manera de comunicar y distribuir los servicios, pero en este caso se enfoca en mayor medida en la manera en que van a ser atendidos durante todo el proceso de compra. Es decir, desde que conocen y solicitan el servicio hasta que este haya sido satisfecho. El objetivo de esta variable es conseguir fidelizar el cliente a través de diversos medios.

Una vez más, es necesario tener en cuenta los diferentes segmentos de mercado establecidos anteriormente, puesto que la relación puede variar en función del trato a la hora de dirigirse a ellos, la manera de atenderles o incluso las ofertas o promociones que se les pueda aplicar.

- **Fuentes de ingresos**

Las fuentes de ingresos incluyen todas las maneras o actividades que va a usar la empresa para obtener una entrada de dinero. Por tanto, se deben definir los precios de cada producto o servicio, efectuar

una estimación de los clientes e incluso definir la forma de pago. Dichas fuentes pueden variar en función de la estacionalidad o de otros factores, por lo que es importante destacarlo.

- **Recursos clave**

En este punto se van a exponer todos los recursos o todo lo que la empresa necesita para poder desarrollar correctamente su actividad. Estos pueden ser principalmente de 3 tipos: materiales (bienes, infraestructuras), humanos (personal) o económicos (capital, préstamos). Así mismo, será necesario efectuar una estimación del coste de cada uno de ellos ya que, posteriormente, nos servirá para realizar la estructura de costes.

- **Actividades clave**

Las actividades clave pretenden describir cuáles son los productos o, en nuestro caso, los servicios que ofrecemos a nuestros clientes y que nos van a permitir obtener ingresos. También es necesario identificar cómo esas actividades van a contribuir a la resolución de los problemas planteados inicialmente y cómo van a añadir valor a nuestro negocio.

- **Asociaciones clave**

Las asociaciones clave se refieren a todos los socios, proveedores, personas o entidades que van a contribuir al desarrollo del negocio. Estos actores pueden participar de diversas maneras como, por ejemplo, efectuando un servicio por nosotros, aportando recursos, etc.

- **Estructura de costes**

Finalmente, la estructura de costes hace referencia a todos los costes en los que se van a incurrir para desarrollar la actividad. Se deben incluir tanto los costes directos como indirectos y las inversiones necesarias para la puesta en funcionamiento de la empresa. Así mismo, con todo lo establecido, se podrán enlazar ingresos y costes para obtener previsiones financieras, basadas en 3 escenarios: pesimista, razonable y optimista.

Podemos plasmar estos principales aspectos en el lienzo, adaptándolos a la idea de negocio para así obtener una visión global sobre nuestro proyecto.

Asociaciones Clave <ul style="list-style-type: none"> • Agricultores • Ganaderos • Pequeños comercios de alimentos frescos • Escuelas especializadas en educación infantil 	Actividades Clave <ul style="list-style-type: none"> • Cuidado de animales • Jardinería • Taller ecológico • Taller de cocina • Deportes • Manualidades • Comedor • Alojamiento 	Propuesta de Valor <ul style="list-style-type: none"> • Actividades inéditas • Actividades ecológicas • Alojamiento • Comidas elaboradas a partir de los cultivos propios • Visitas personalizadas 	Relaciones con los Clientes <ul style="list-style-type: none"> • Newsletter • Descuentos • Visita personalizada • Encuestas de satisfacción 	 <p>Segmentos de Mercado</p> <p>Público objetivo:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Niños entre 3 y 12 años <p>Segmentos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escuelas infantiles y primarias • Padres con hijos
	Recursos Clave <ul style="list-style-type: none"> • Personal variado • Infraestructuras, ganado, aprovisionamientos • Subvenciones, préstamos 		Canales <ul style="list-style-type: none"> • Página web • Redes sociales • Folletos • Contacto directo en escuelas • Artículos en prensa 	
Estructura de Costes <ul style="list-style-type: none"> • Aprovisionamientos • Publicidad • Suministros 	Fuentes de ingresos <ul style="list-style-type: none"> • Actividades • Servicio de comedor • Alojamiento 			

Figura 9: Lienzo Business Model Canvas aplicado a la granja escuela
Fuente: Elaboración propia

4. APLICACIÓN DEL MODELO DE CANVAS A LA GRANJA ESCUELA

A continuación, vamos a exponer cada uno de los factores previamente explicados, aplicándolos a nuestra granja escuela. De esta manera, obtendremos una visión detallada sobre todos los aspectos del negocio.

4.1. SEGMENTOS DE MERCADO

Como ya lo hemos evocado, nuestra actividad se enfoca en los niños cuyas edades se sitúen entre 3 y 12 años. Este es nuestro público objetivo. A esta edad, los individuos son muy dinámicos, curiosos y poseen una facilidad de adaptación y aprendizaje superior a las personas más adultas. Por ello, será relativamente sencillo transmitirles todos los conocimientos y valores del mundo rural y del medioambiente gracias a nuestras actividades lúdicas.

Este público objetivo se podrá alcanzar a través de 2 principales segmentos de mercado:

- Escuelas infantiles y primarias
- Padres con hijos

Las escuelas infantiles y primarias donde estudian los niños están compuestas por clases de hasta 25 alumnos, lo que facilita el aprendizaje y la atención individualizada que se les aporta a cada uno de ellos. Sin embargo, este es un entorno escolar muy formal en el que es complicado poder transmitir ciertos conocimientos y donde se carece, en cierta manera, de libertad y experimentación. Por ello, las escuelas infantiles y primarias tienen por costumbre llevar a sus alumnos a granjas escuela una vez por curso. Gracias a estas excursiones, se pretende que los niños descubran y experimenten en un entorno informal, usando para ello todos sus sentidos como el tacto, oído u olfato, cosa que no se puede efectuar en un aula tradicional.

Por otro lado, nuestro segundo segmento de mercado se compone de padres con hijos. Aunque estos representan un segmento de mercado menos importante, muchas familias deciden efectuar excursiones a granjas escuelas acompañados de sus hijos y amigos para celebrar eventos o simplemente disfrutar de un día de ocio y diversión. Su objetivo puede consistir o bien en disfrutar de un día en familia o bien como una alternativa original para celebraciones particulares como, por ejemplo, cumpleaños.

Las actividades y los horarios se deberán adaptar en función de estos 2 segmentos puesto que sus necesidades o requerimientos difieren. Por ejemplo, para las visitas escolares, será necesario personal suficiente especializado en educación infantil para dividir a los alumnos en grupos reducidos. Por otro lado, si las visitas se efectúan en familia para celebraciones, será necesario personal especializado en creación de eventos.

Nuestros 2 segmentos de mercado se centran en primera instancia en un área geográfica próxima a la ciudad de Alcoy que incluye pueblos y ciudades de las provincias de Alicante y Valencia. Posteriormente, se ampliará este segmento a zonas geográficas más extensas como a la Comunidad Valenciana en su totalidad. En el mejor de los casos, podrán acudir clientes de toda la península. Estos representan nuestro mercado potencial.

4.2. PROPUESTA DE VALOR

Las actividades o servicios que proponen las granjas escuela son, por lo general, muy similares. Por ello, es necesario destacar de la competencia. Sabemos que nuestro objetivo o nuestra misión consiste en ofrecer a niños, cuyas edades se sitúan principalmente entre 3 y 12 años, la posibilidad de descubrir el mundo rural a través de divertidas actividades y un contacto directo con la naturaleza que les aportarán una visión más extensa del mundo en el que vivimos.

Para conseguir que nuestros 2 segmentos de mercado tomen la decisión de dirigirse a nuestra granja escuela y no hacia nuestra competencia, queremos destacar en cuanto a algunos servicios propuestos y a su calidad.

En este caso, es complicado destacar en cuanto a la variable de precios ya que, como lo hemos visto en el mapa estratégico, estos son relativamente homogéneos. Aplicar precios por debajo de la competencia conllevaría a incurrir en pérdidas excesivas que nuestro recién negocio no sería capaz de afrontar. Por lo contrario, aplicar precios por encima de la competencia provocaría un rechazo por parte del consumidor.

Por lo tanto, nuestra posición inicial consiste en ser seguidor. Aplicaremos los precios medios del mercado y propondremos servicios similares con algunos matices. Por ejemplo, se ofrecerá la confección de alimentos que no se proponen en ninguna otra granja escuela como el queso o la mantequilla.

A medida que se vaya desarrollando nuestro negocio, queremos tomar una posición de retador, sobre todo frente a Granjalandia. Sabemos que dicha granja escuela no posee un servicio de alojamiento para acoger a sus clientes. Entonces, nuestro objetivo consistirá en crear un servicio de noche con habitaciones para ofrecer a nuestro público una inmersión total en el mundo rural y actividades nocturnas.

Así mismo, también pretendemos destacar haciendo hincapié sobre las actividades ecológicas que serán parte fundamental de la visita a nuestra granja pedagógica.

Finalmente, cabe destacar que pretendemos ofrecer comidas elaboradas, en la medida de lo posible, a partir de nuestros diversos cultivos. Esto incrementará el valor y la calidad de nuestros servicios y contribuirá a la credibilidad de nuestros valores ecológicos.

4.3. CANALES

Para dar a conocer nuestro negocio y efectuar nuestros servicios, hemos elaborado las estrategias de comunicación y distribución siguientes:

- **Estrategia de comunicación**

Nuestra estrategia de comunicación tiene por objetivo dar a conocer nuestro negocio, atraer a los clientes y promover una experiencia única e inolvidable.

Para ello hemos elegido en primer lugar comunicarnos a través de nuestra página web y de nuestras redes sociales (Facebook e Instagram), donde subiremos fotos y videos con nuestras instalaciones y las experiencias de nuestros clientes. Además, se tendrá acceso a toda la información sobre las actividades

propuestas y sus respectivos precios. Cabe destacar este último punto ya que la mayoría de nuestros competidores no indican sus precios en su página web, por lo que es necesario contactar con ellos para obtener la información.

En segundo lugar, nos comunicaremos a través de folletos que repartiremos en las oficinas de turismo de la Comunidad Valenciana, en diferentes tiendas y en las escuelas y academias. Para ello tendremos que contratar una empresa que se encargue de imprimir dichos folletos. Recurrirémos a la imprenta Hispania Alcoyana S.L. en la cual imprimiremos 20.000 folletos por un valor total de 500€. Estos se repartirán anualmente a partir del primer año de actividad.

Finalmente, acudiremos personalmente a las diferentes escuelas, para ofrecerles nuestros servicios y dejaremos que “el boca a boca” haga su efecto. Dada la amplitud del negocio, la noticia de su creación se expandirá por toda la zona con rapidez, incluso es probable que la noticia aparezca en algún periódico local.

- **Estrategia de distribución**

Nuestra estrategia de distribución se basará en un canal directo, sin intermediarios, de manera a tener el pleno control sobre los clientes y a ofrecerles una atención individualizada. Además, nos evitaremos incurrir en gastos adicionales en terceros.

Los clientes podrán contactar con nosotros a través de diferentes medios. El medio más fácil y práctico es a través de nuestra página web o de nuestras redes sociales donde los clientes tendrán toda la información necesaria en cuanto a precios, actividades, fotografías de las instalaciones, entre otros. Podrán visualizarlo en todo momento y en cualquier lugar, lo cual facilita nuestra distribución.

En segundo lugar, pueden optar por llamarnos, mandarnos un correo electrónico o desplazarse directamente a la granja, con la posibilidad de visitar todas las instalaciones en el momento. Para ello, nos aseguraremos de que una persona esté siempre disponible para atenderles.

4.4. RELACIONES CON LOS CLIENTES

Las relaciones con los clientes y su fidelización son fundamentales en cualquier negocio. En nuestro caso, se han establecido 4 formas para conseguir la percepción de un trato individualizado por parte de nuestros segmentos de mercado.

Nuestras actividades, precios y novedades se podrán transmitir a los clientes que ya hayan acudido a la granja a través de una newsletter. Esta se elaborará por gerencia y se enviará periódicamente a los clientes que hayan dado su conformidad, cuyos correos electrónicos estén almacenados en una base de datos. De esta manera podrán estar al tanto de los cambios inmediatamente y, en caso de no querer recibir la información, podrán darse de baja cuando lo deseen.

Nuestra estrategia de precios, que comentaremos a continuación, no contempla la aplicación de descuentos o promociones. Sin embargo, si los clientes acuden de manera muy recurrente o en grupos muy grandes, cabe la posibilidad de aplicarles alguna reducción en el precio de la visita. Esto se deberá analizar caso por caso, por nuestra parte o a petición del cliente.

En tercer lugar, para ofrecer una experiencia totalmente acorde con las expectativas y necesidades de los clientes, les ofrecemos la posibilidad de personalizar su visita. Previamente, en el momento de la reserva, podrán elegir su programa, seleccionando las actividades que desean efectuar.

Finalmente, una vez que hayan vivido la experiencia en la granja, se les transmitirá una encuesta de satisfacción. Gracias a ella, podremos conocer el nivel de satisfacción de los clientes, los puntos negativos, positivos y los aspectos a mejorar.

4.5. FUENTES DE INGRESOS

Nuestra fuente de ingresos provendrá únicamente de los servicios propuestos a nuestros clientes: actividades, comedor y alojamiento. Durante los primeros años de actividad, se propondrán exclusivamente estancias de hasta 1 día, incluyendo 3 actividades y un servicio de comedor, con almuerzo, comida y merienda. Durante el cuarto año se ampliarán los servicios para así poder ofrecer a nuestros clientes, a partir del quinto año, la posibilidad de pernoctar en nuestras instalaciones. A ello se incluirán desayunos y cenas en el servicio de comedor.

Basándonos en el análisis anterior de la competencia, sabemos que sus precios se sitúan entre 11 y 43€, con fuerte tendencia entre 25 y 30€ por un día completo en la granja. Por lo tanto, para el inicio de nuestra actividad, vamos a basarnos en esta última tendencia de precios, aplicando por un día completo, un total de 27€. Para las estancias de varios días que incluyen servicio de comedor y dormitorio, los precios suelen oscilar entre los 70 y 300€. Por tanto, decidimos aplicar un precio de 205€ por una estancia de 5 días, lo que equivale a 41€ por día.

En este ámbito no existe ninguna legislación que limite los precios de nuestros servicios, sin embargo, dada la competencia existente en la Comunidad Valenciana, no sería una buena estrategia aplicar precios por encima de nuestros competidores o por encima de lo que esté dispuesta a aceptar la demanda.

A continuación, desglosamos el detalle de precios, incluyendo cada uno de los servicios propuestos:

Servicio	Precio (€)
Desayuno	2
Almuerzo	1
Comida	5
Merienda	1
Cena	5
Noche	7
Cuidado de animales	6
Jardinería	6
Taller ecológico	6
Taller de cocina	6
Manualidades	6
Actividades deportivas	6

*Tabla 4: Desglose de precios por persona
Fuente: Excel – Elaboración propia*

El pago se podrá efectuar de 2 maneras. La primera, abonando la cantidad total al llegar a la recepción de la granja escuela. La segunda, a través de nuestra página web al efectuar la reserva, si los clientes solicitan el servicio por ese medio.

Por otra parte, sabemos que este tipo de negocios tiene estacionalidad. Las épocas altas se dan en primavera y otoño mientras que la época baja se da en invierno. En verano se pueden presentar varias opciones. Puesto que en esa época no hay clases, los niños no acudirán a través de la escuela, pero sí pueden hacerlo a través de sus familias. Además, en verano, muchos niños suelen ir a campamentos de 1 o varias semanas. Por tanto, cuando se edifiquen las habitaciones, se ofrecerán campamentos de verano durante los meses de julio y agosto, lo que permitirá luchar contra la estacionalidad.

Teniendo en cuenta los posibles clientes de la zona, el número de granjas escuela y gracias a proyectos similares en la Comunidad Valenciana, hemos podido establecer diferentes escenarios para nuestro plan de ventas anual.

Los escenarios son los siguientes:

Escenario	Variable	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5
Pesimista	Nº Clientes	10.000	10.500	11.000	11.500	14.000
	Ingresos (€)	270.000	283.500	297.000	310.500	734.000
Razonable	Nº Clientes	15.000	15.500	16.000	16.500	19.000
	Ingresos (€)	405.000	418.500	432.000	445.500	869.000
Optimista	Nº Clientes	20.000	20.500	21.000	21.500	24.000
	Ingresos (€)	540.000	553.500	567.000	580.500	1.004.000

Tabla 5: Previsión de ventas por escenarios

Fuente: Excel – Elaboración propia

Observamos que la clientela inicial será relativamente elevada, en función del escenario al que corresponde. Año tras año, se prevé un incremento paulatino de la demanda en unos 500 clientes, considerando que los clientes que ya hayan acudido el primer año repitan, para la mayoría, la experiencia en la granja.

Podemos apreciar un incremento mayor entre el año 4 y 5 debido a la inclusión de los dormitorios en los servicios propuestos. La construcción de dichos dormitorios se efectuará durante el cuarto año para así permitir al negocio recuperarse de la inversión inicial efectuada. Se considera que, al proponer un servicio adicional, el negocio atraerá a una clientela más lejana, incrementando así los ingresos en más de 400.000€ entre el cuarto y quinto año.

El escenario razonable corresponde con la opción que esperamos que suceda. Sin embargo, el hecho de tener competidores bien anclados en el mercado puede perjudicarnos, impidiendo atraer tantos clientes como lo deseamos. En este caso se daría un escenario pesimista. Por lo contrario, el hecho de ser una granja pedagógica nueva en la zona puede jugar a nuestro favor atrayendo a más clientes de lo esperado. En dicho caso, estaríamos ante un escenario optimista.

4.6. RECURSOS CLAVE

4.6.1. RECURSOS HUMANOS

4.6.1.1. ORGANIZACIÓN DEL NEGOCIO

Una buena organización empresarial es fundamental para nuestro negocio ya que nos dedicamos a ofrecer servicios, manteniendo relaciones directas con los clientes. Puesto que nuestra granja escuela permanecerá abierta los 7 días de la semana, será necesario un fuerte equipo humano para cubrir con todos los horarios y todas las tareas.

Para un mayor control sobre la organización de la empresa, se ha decidido repartir las tareas en 3 áreas:

- Gerencia
- Personal educativo
- Servicios generales

4.6.1.1.1. GERENCIA

El departamento de gerencia se encargará de la administración global de la granja escuela. Será por lo tanto la base administrativa del negocio, decidiendo todos los aspectos relativos a su organización (personal, inversiones, clientes y estrategias de marketing).

- **Contabilidad**

Las principales tareas serán la elaboración de las cuentas anuales, la gestión de presupuestos y la gestión de tesorería. Para ello serán necesarios conocimientos en contabilidad, con previa experiencia contable. La persona que se encargue de estas funciones deberá ser organizada, responsable, analítica de manera a estudiar adecuadamente la situación económico – financiera del negocio y con aptitudes técnicas.

- **Marketing**

Aquí las funciones se basarán en buscar nuevos clientes, promover el negocio, plantear nuevas estrategias de marketing y ponerlas en aplicación, así como gestionar la presencia en las redes sociales y en la página web. No se requiere una previa experiencia en este aspecto de la empresa, pero si será necesario tener capacidades y habilidades específicas para llevar a cabo las misiones. Entre ellas encontramos la imaginación y creatividad para tener ideas innovadoras y publicitar el negocio de modo que destaque de la competencia. También será necesario que la persona encargada tenga una capacidad de comunicación para saber transmitir los servicios y los valores que propone la granja escuela.

- **Atención al cliente**

Este puesto consiste en gestionar las reservas, contactar con los clientes, responder a sus posibles dudas y efectuar un seguimiento de manera a obtener un feed-back sobre la calidad de la prestación de nuestros servicios. En este caso tampoco se requiere una experiencia previa, aunque si será muy necesario tener habilidades sociales y relacionales, saber expresarse adecuadamente tanto en castellano como en valenciano y ser ambicioso de manera a conseguir que los clientes acudan a nuestra granja escuela.

- **Recursos humanos**

La persona asignada a este puesto se encargará de la contratación del personal, de la elaboración de nóminas y del establecimiento de los horarios en función del flujo de clientes y de sus demandas (solo actividades, actividades + servicio de comedor, etc.). Para ello es preferible una previa experiencia en gestión de personal. La persona que se encargue de estas misiones deberá conocer en detalle el funcionamiento del negocio de manera a planificar correctamente las necesidades humanas en cada momento y los horarios de trabajo. Deberá ser una persona con buena comunicación, habilidades sociales, responsable y proactiva.

La gerencia se compondrá de 3 personas:

En primer lugar, Inès Gaudin, fundadora del negocio, se encargará de la parte contable debido a su previa experiencia en gestión de tesorería en una empresa de Barcelona. También se encargará de la atención al cliente de manera a tener controlado el flujo de clientes. Esta última misión no le resultará compleja puesto que está acostumbrada a tratar con clientes debido a su empleo de camarera durante las épocas de verano. Así mismo, la emprendedora se encargará de supervisar el trabajo de todos sus empleados, inclusive el resto del personal que forme parte de la gerencia de la empresa, ya que ella será la socia mayoritaria.

Para completar el departamento de gerencia, tendremos otros 2 socios cuyas funciones serán la gestión de recursos humanos y la gestión del marketing, respectivamente. De esta manera, se verán altamente involucrados en el negocio tanto por tener un puesto de responsabilidad que por poseer participaciones. Serán tanto socios trabajadores como capitalistas. Para ello, entrarán en el negocio un estudiante recién titulado del grado en Administración y Dirección de Empresas (ADE) para el puesto en recursos humanos y una estudiante recién titulada del máster en Dirección de Empresas (MBA) para las tareas de marketing. Al ser los dos provenientes del campus de Alcoy, al haber estudiado en dicha ciudad al igual que Inès y al conocer la zona, les será más fácil integrarse en el negocio.

Todas estas tareas se realizarán de lunes a viernes en horario de oficina en función de la intensidad del trabajo, salvo la atención al cliente que deberá efectuarse los 7 días de la semana. Puesto que cada uno posee participaciones, son libres de administrarse su trabajo. Sin embargo, deberán estar disponibles en todo momento en caso de que surja algún imprevisto.

4.6.1.1.2. PERSONAL EDUCATIVO

El personal educativo, compuesto por monitores con previa formación como monitor infantil o con estudios de magisterio, será quién se encargue de crear y llevar a cabo las actividades para los niños. Para ello deberán conocer el mundo de la granja, así como todos los detalles relativos a los animales (alimentación, cuidado...), a las plantas (épocas del año en las que se deben sembrar, como cuidar de ellas...) y conocimientos a nivel ecológico.

Es imprescindible que el personal educativo tenga tanto una pasión por los niños, como por la educación y por el mundo de la granja para transmitir los valores que queremos difundir. Además, deberán ser personas con imaginación, creatividad y proactividad de manera a adaptarse a las necesidades de nuestros clientes en todo momento, sobre todo en caso de que soliciten celebrar algún evento particular.

Los monitores se contratarán en función de la demanda a través de empresas de trabajo temporal (ETT). Aun así, se prevé que para el inicio de la actividad debamos tener 2 monitores fijos que se encargarán de crear las actividades para los niños y de dinamizar los servicios.

Cuando los niños se queden a dormir en nuestras instalaciones, también será necesario un monitor que se encargue de cuidarlos durante la noche. Pero, esto vendrá posteriormente, cuando se hayan edificado los dormitorios.

4.6.1.1.3. SERVICIOS GENERALES

Los servicios generales incluyen el servicio de limpieza, de comedor y de mantenimiento de las instalaciones.

El servicio de limpieza se encargará de limpiar los dormitorios, baños, cocina, comedor, las aulas donde los niños efectuarán sus actividades y los despachos de la gerencia. Para ello, será necesario contratar a personas muy organizadas y que mantengan los establecimientos en condiciones higiénicas impecables.

El servicio de comedor, compuesto por cocineros, se encargará de cocinar alimentos saludables y apetitosos para transmitir a los niños que la comida sana (verduras, frutas...) tiene lugar en nuestra alimentación.

Finalmente, el servicio de mantenimiento tendrá por misión cuidar de los animales, de las plantas y mantener el resto de las instalaciones (campos, terrenos...) en perfectas condiciones para recibir a nuestro joven público. Para ello es necesario que las personas que se encarguen de estas tareas sean organizadas y tengan conocimientos en cuanto a cuidado de animales y jardinería.

Los cocineros al igual que el servicio de limpieza se contratarán a través de empresas de trabajo temporal. Gracias a ello, podremos tener este personal con rapidez cuando surja la necesidad.

En las épocas de pleno rendimiento, se prevé tener al menos 3 cocineros:

- 1 cocinero de mañanas para desayunos, almuerzos y comidas, de lunes a viernes a jornada parcial (6 horas).
- 1 cocinero de tardes para meriendas y cenas, de lunes a viernes a jornada parcial (5 horas).
- 1 cocinero para los fines de semana y días festivos que se hará cargo de las 5 comidas del día.

En estas épocas, prevemos tener la necesidad de 2 personas de limpieza:

- 1 persona se encargará de la limpieza entre semana, de lunes a viernes durante 5 horas diarias dada la amplitud de las instalaciones.
- 1 persona se ocupará de la limpieza los fines de semana y festivos, 5 horas diarias.

Finalmente, el servicio de mantenimiento será necesario diariamente ya que se deben alimentar los animales, cuidar de las plantaciones y asegurarse de que el terreno está en perfectas condiciones para el público. A este efecto tendremos contratadas 2 personas que se turnarán de lunes a domingo, debiendo efectuar cada una de ellas 39 horas semanales. Les daremos vía libre para que se puedan organizar según mejor les convenga, con la condición de que al menos una persona esté presente en el momento de la alimentación de los animales y de que al menos una persona acuda diariamente.

4.6.1.1.4. ORGANIGRAMA

El organigrama de la empresa quedará de la siguiente manera:

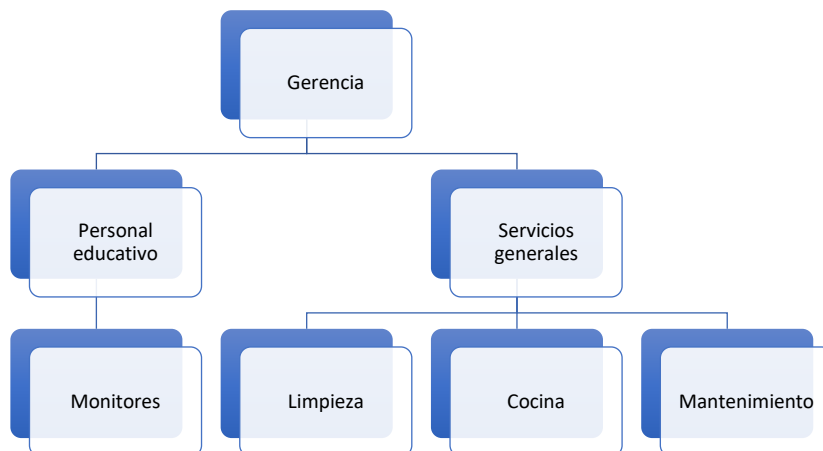


Figura 10: Organigrama del negocio
Fuente: Elaboración propia

Nuestra empresa se organiza, por lo tanto, bajo un modelo funcional básico donde el trabajo se divide por funciones. La principal ventaja de este modelo es que permite la especialización de las tareas. Sin embargo, en algunas ocasiones, puede generar problemas de coordinación. Es por ello por lo que la gerencia se encargará de supervisar y atribuir las tareas y horarios al resto del personal.

4.6.1.2. POLÍTICA LABORAL

Como ya lo hemos comentado anteriormente, la selección del personal se hará a través de empresas de trabajo temporal, lo que nos permitirá tener de manera rápida el personal necesario en todo momento. Sin embargo, para la contratación del personal de mantenimiento tendremos acuerdos con escuelas que proporcionen cursos de ganadería y agricultura. A cambio, ofreceremos a sus alumnos la posibilidad de efectuar prácticas en nuestras instalaciones de modo que puedan aplicar sus conocimientos en nuestra granja escuela.

Con el fin de aplicar una política de retribución y condiciones laborales justas, nos basaremos en el convenio colectivo de centros de asistencia y educación infantil para todos los puestos salvo para la gerencia.

- **Personal educativo**

Siguiendo este convenio, nuestros monitores formarán parte del grupo I como educador infantil. Deberán efectuar una jornada parcial de 38 horas semanales, por la cual obtendrán una retribución de 1.122€ mensualmente, con 14 pagas. Podrán efectuar hasta 48,5 horas extraordinarias anuales, por las cuales serán compensados con una retribución mayor o con tiempos equivalentes de descanso, a elección del trabajador. Se les aplicará un periodo de prueba de 1 mes, aunque el convenio colectivo considera que se pueden aplicar hasta 3 meses.

El turno de los monitores que trabajen de noche, al cuidado de los niños, comenzará a partir de las 22h hasta las 6h del día siguiente. Siendo este considerado como horario nocturno, tendrá una retribución específica, incrementada al menos en un 25% sobre el salario base.

- **Servicios generales**

Los servicios generales pertenecerán al grupo III correspondiente al personal de administración y servicios. Deberán efectuar un máximo de 39 horas semanales, aunque para el servicio de limpieza y para los cocineros ya hemos indicado que solo será necesario que estén durante 5-6 horas diarias. Se les aplicará una retribución de 6,5€/hora entre semana y de 7€/hora para los fines de semana y días festivos.

Deberán tener un descanso mínimo de 12 horas entre el final de su jornada y el principio de la siguiente. Así mismo, deberán disfrutar de un descanso semanal de día y medio que podrá darse en cualquier momento de la semana. Se les podrá aplicar un periodo de prueba de hasta 1 mes. En este caso, no aplicaremos periodo de prueba ni para el servicio de limpieza ni para los cocineros, pero sí para el personal de mantenimiento, dada la importancia de sus tareas.

- **Gerencia**

Puesto que la gerencia se compone de los socios de la empresa, podrán decidir ellos mismo cómo repartir su jornada laboral, aunque por lo general, trabajarán de lunes a viernes a jornada completa. Aun así, según el promedio del mercado, se les aplicará una retribución de 1.600€ mensuales.

En resumen, la retribución total de los empleados prevista para los 5 primeros años se puede apreciar en la siguiente tabla:

Año	1	2	3	4	5
Gerencia	67.200	67.200	67.200	67.200	67.200
Inès Gaudin	22.400	22.400	22.400	22.400	22.400
RR.HH.	22.400	22.400	22.400	22.400	22.400
Marketing	22.400	22.400	22.400	22.400	22.400
Personal educativo	31.416	31.416	31.416	51.051	51.051
Monito 1	15.708	15.708	15.708	15.708	15.708
Monitor 2	15.708	15.708	15.708	15.708	15.708
Monitor 3 (noche)	0	0	0	0	19.635
Servicios generales	58.856	58.856	58.856	67.704	67.704
Limpieza (semana)	9.100	9.100	9.100	9.100	9.100
Limpieza (fines de sem.)	3.920	3.920	3.920	3.920	3.920
Mantenimiento 1	14.196	14.196	14.196	14.196	14.196
Mantenimiento 2	14.196	14.196	14.196	14.196	14.196
Cocineo (mañanas)	9.100	9.100	9.100	10.920	10.920
Cocinero (tardes)	3.640	3.640	3.640	9.100	9.100
Cocinero (fines de sem.)	4.704	4.704	4.704	6.272	6.272
TOTAL	157.472	157.472	157.472	185.955	185.955

Tabla 6: Previsión de gastos de personal (€)

Fuente: Excel – Elaboración propia

En cuanto a la integración, motivación y promoción, creemos que no será necesario realizar una formación específica para nuestros trabajadores ya que se contratarán con experiencia previa. Sin embargo, en caso de ser necesario, nos comprometemos a proporcionarles la formación necesaria. Por otro lado, se podrá compensar a los trabajadores con productos de la granja (panes, mantequilla, yogures, frutas, verduras, huevos...) en caso de tener excesivos productos almacenados. También se

les podrá incentivar con un incremento de sueldo en las temporadas más altas. Si el negocio funciona adecuadamente y la actividad se mantiene durante el año, existe la posibilidad de que los trabajadores sean contratados indefinidamente. Finalmente, se hará una evaluación de su desempeño gracias al feed-back proporcionado por los clientes. Consideramos que es la mejor manera de reflejar la calidad del trabajo de nuestros empleados.

4.6.2. RECURSOS FÍSICOS

Para poner en marcha nuestro negocio, efectuar los servicios que proponemos y para desarrollarlo posteriormente, necesitaremos una serie de inversiones que detallamos a continuación.

4.6.2.1. INMOVILIZADO MATERIAL

Las inversiones en inmovilizado material se compondrán en primer lugar de un terreno de 10.000 m² cuyo coste por metro cuadrado es de 2€, lo que representa un total de 20.000€. El terreno se situará a las afueras de la ciudad de Alcoy, a la salida de la autopista, al borde de la carretera CV-785 (cf. Anexo 1). El terreno no posee ninguna construcción, lo que explica su bajo coste.

Por lo tanto, deberemos efectuar todas las construcciones. Dada la fuerte inversión inicial que esto supone, optaremos por construir en un principio todos los edificios salvo los dormitorios. La construcción de estos últimos se efectuará posteriormente, en el cuarto año de actividad para ofrecer un nuevo servicio de alojamiento a nuestros clientes. La construcción de los edificios representará un coste de 500.000€ tanto al inicio como para el cuarto año de actividad.

Para efectuar las diferentes actividades que propondremos, necesitaremos adquirir en primer lugar al menos dos animales de granja de cada tipo, de manera que puedan procrear y así ampliar nuestro negocio. Los animales necesarios son los siguientes: cerdos, vacas, cabras, patos, gallinas, ovejas, asnos, perros, caballos o ponis, conejos y ocas. Estos son considerados como otro inmovilizado material y poseen un valor total de 7.000€. Durante las épocas de calor, primavera y verano, podrán pastar y disfrutar del aire libre en las parcelas del recinto. En las épocas frías se resguardarán en establos a proximidad del almacén para su sustento que incluye principalmente heno, maíz y trigo.

Para el taller de jardinería se necesitará disponer de huertos agrupados, lo suficientemente amplios como para que los niños puedan plantar cada uno sus semillas. Así mismo, será necesario material específico para plantaciones: semillas, palas, azadas, rastrillos, carretillas, regaderas, almocafres, tijeras de podar, horcas y macetas. Las plantas o semillas, también consideradas como otro inmovilizado material, se adquirirán por un valor de 500€, mientras que el utillaje tomará un valor de 2.500€. Así mismo, para el cuidado de las tierras se necesitará un tractor de segunda mano por valor de 3.500€.

Además, será necesario adquirir mobiliario para las aulas y la cocina. Este se adquirirá antes de comenzar la actividad por valor de 7.500€.

Durante el cuarto año se deberá adquirir todo el mobiliario necesario para los dormitorios y baños (camas, armarios, colchones, mesillas, almohadas, sábanas y toallas) por valor de 25.250€. Los dormitorios estarán compuestos por habitaciones de todo tipo: individuales, dobles y de hasta 8 personas. En total, su capacidad será de 100 personas.

Desglosamos la inversión total prevista para el cuarto año de actividad, a continuación:

Inversión en dormitorios	Precio (€)
Construcción	500.000
Camas	8.000
Colchones	5.000
Sábanas/Toallas	2.000
Armarios	4.000
Baños	6.250
TOTAL	525.250

*Tabla 7: Desglose de la inversión en dormitorios
Fuente: Excel – Elaboración propia*

La disposición de los diferentes edificios de la granja escuela tal y como se prevé al finalizar todas las inversiones se puede apreciar en el anexo 2: plano de la granja escuela.

Finalmente, para toda la gestión administrativa, necesitaremos 3 ordenadores para cada uno de los miembros de la gerencia, por un valor total de 7.000€.

4.6.2.2. INMOVILIZADO INMATERIAL

En cuanto al inmovilizado inmaterial, necesitaremos únicamente un software integrado para gestionar todos los temas administrativos (clientes, cuentas, nóminas...). Este tendrá un valor de 3.000€.

Podemos resumir todas las inversiones en inmovilizado y sus respectivas amortizaciones a través de las siguientes tablas:

Año	0	1	2	3	4	5
Inmovilizado material	540.500	7.500	0	0	525.250	0
Terreno	20.000	0	0	0	0	0
Edificios	500.000	0	0	0	500.000	0
Maquinaria (tractor)	3.500	0	0	0	0	0
Utillaje	2.500	0	0	0	0	0
Mobiliario	7.500	0	0	0	25.250	0
Equipo informático	7.000	0	0	0	0	0
Animales	0	7.000	0	0	0	0
Plantas	0	500	0	0	0	0
Inmovilizado inmaterial	3.000	0	0	0	0	0
Software	3.000	0	0	0	0	0
TOTAL	543.500	7.500	0	0	525.250	0

*Tabla 8: Previsión de inversiones en inmovilizado (€)
Fuente: Excel – Elaboración propia*

Año	% Amortización	0	1	2	3	4	5
Edificios	4%	20.000	20.000	20.000	20.000	40.000	40.000
Maquinaria (tractor)	10%	350	350	350	350	350	350
Ustillaje	15%	375	375	375	375	375	375
Mobiliario	5%	375	375	375	375	375	375
Equipo informático	8%	560	560	560	560	560	560
Animales	15%	0	1.050	1.050	1.050	1.050	1.050
Plantas	15%	0	75	75	75	75	75
Software	10%	300	300	300	300	300	300
TOTAL	-	21.960	23.085	23.085	23.085	43.085	43.085

Tabla 9: Amortización del inmovilizado (€)

Fuente: Excel – Elaboración propia

4.6.2.3. APROVISIONAMIENTOS

Para terminar con los recursos físicos, cabe destacar que se necesitará una serie de aprovisionamientos tanto para alimentar al ganado y a los clientes, como para renovar el material que se usará en las diversas actividades. La compra de los alimentos para los clientes, así como el material para las actividades variará en función de la demanda.

A continuación, podemos apreciar la previsión de gastos de aprovisionamiento teniendo en cuenta los diferentes escenarios que nos hemos planteado:

Año	1	2	3	4	5
Sustento animales	9.600	9.600	10.500	10.500	10.500
Material actividades	18.000	18.600	19.200	19.800	22.800
Comida clientes	120.000	124.000	128.000	132.000	152.000
TOTAL	147.600	152.200	157.700	162.300	185.300

Tabla 10: Previsión de gastos de aprovisionamiento – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

Año	1	2	3	4	5
Sustento animales	9.600	9.600	10.500	10.500	10.500
Material actividades	12.000	12.600	13.200	13.800	16.800
Comida clientes	80.000	84.000	88.000	92.000	112.000
TOTAL	101.600	106.200	111.700	116.300	139.300

Tabla 11: Previsión de gastos de aprovisionamiento – Escenario pesimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

Año	1	2	3	4	5
Sustento animales	9.600	9.600	10.500	10.500	10.500
Material actividades	24.000	24.600	25.200	25.800	28.800
Comida clientes	160.000	164.000	168.000	172.000	192.000
TOTAL	193.600	198.200	203.700	208.300	231.300

Tabla 12: Previsión de gastos de aprovisionamiento – Escenario optimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

Para cada uno de los aprovisionamientos, nuestras políticas de compras y pagos son las siguientes:

- El material para las actividades se renovará trimestralmente y se pagará a 20 días.
- El sustento del ganado se comprará mensualmente ya que nuestra capacidad de stock será reducida y este se pagará a 30 días.
- Finalmente, los alimentos para nuestros clientes se adquirirán semanalmente para tener en cuenta las reservas exactas y así evitar desperdicios alimenticios. Estos se abonarán al contado o al día siguiente de su adquisición (en promedio a 1 día).

Gracias al aplazamiento de algunos pagos a proveedores, conseguiremos generar financiación propia que nos permitirá reducir las necesidades de capital circulante, al menos para los escenarios razonable y optimista (cf. Anexo 3: Necesidades Netas de Capital Circulante). Así mismo, el 40% del material para las actividades se mantendrá como existencias.

4.6.3. RECURSOS ECONÓMICOS

Finalmente, para hacer frente a todas nuestras inversiones y gastos, deberemos tener una serie de recursos económicos como fuentes de financiación que detallamos a continuación:

En primer lugar, nos financiamos gracias a una aportación de los socios al capital de la empresa de 40.000€. Posteriormente, durante el cuarto año de actividad, se aportarán otros 40.000€ con el fin de ampliar el negocio.

En segundo lugar, recurriremos al endeudamiento, gracias a un préstamo de 550.000€ que se solicitará para poder edificar la granja. Este se devolverá en un periodo de 20 años, con un tipo de interés del 8% y un periodo de carencia de un año en el cual tan solo se pagarán intereses. Durante el cuarto de actividad, se solicitará un segundo préstamo de 500.000€, con las mismas condiciones que el primero, pero sin periodo de carencia (cf. Anexo 4: Amortización préstamos).

Gracias a las ayudas que otorga el Estado, se nos concederá una subvención de 30.000€ tanto para iniciar a actividad como para ampliar el negocio. Estas se aplicarán el mismo año de su obtención.

Finalmente, recurriremos a autofinanciación, aplicando un reparto de dividendos del 5%, cuando los resultados obtenidos lo permitan.

Gracias a ello, obtendremos para nuestros escenarios optimista y razonable, superávits en la mayoría de los periodos estudiados (cf. Anexo 5: Presupuesto de capital). Es decir, nuestra financiación será capaz de hacer frente a nuestras inversiones. Incluso se llegará a tener excesos de financiación muy elevados en el escenario optimista que sería conveniente emplear para mejorar al máximo las instalaciones de la granja escuela. Sin embargo, en un escenario pesimista, debido a las pérdidas que se generarían durante los primeros años, la empresa se situaría con déficits hasta el cuarto año de actividad.

4.7. ACTIVIDADES CLAVE

En nuestra granja escuela, ofrecemos tanto servicios basados en actividades, como un servicio de comedor y de noche que detallamos a continuación:

- **Cuidado de animales**

Se mostrará a los niños los diferentes animales de la granja (vacas, cabras, ovejas, gallinas, patos...). Se les enseñará cómo cuidar de ellos, es decir, cómo y qué darles de comer, cómo limpiar el establo, cómo peinar a los caballos o cómo ordeñar las vacas y las ovejas, por ejemplo. En el caso de los caballos, los niños tendrán la posibilidad de montarlos si vienen en grupos reducidos.

- **Talleres de jardinería**

Los talleres de jardinería consistirán en plantar frutas y verduras en función de la época en la que acudan los niños. Ahí se les enseñará cómo hacerlo y cómo cuidar de las frutas y verduras ya plantadas. Así mismo, los niños podrán plantar su propia planta en una maceta y llevársela a casa para seguir cuidando de ella.

- **Talleres de cocina**

Aquí lo que proponemos es que los niños puedan fabricar sus propios alimentos o cocinar gracias a la leche de las vacas, a los huevos de las gallinas o a las frutas y verduras recolectadas del huerto. Este taller se puede descomponer en 2 categorías. En primer lugar, la confección de alimentos básicos como pueden ser el pan, el queso o la mantequilla y, en segundo lugar, confeccionar alimentos más elaborados como tartas o galletas para la merienda.

- **Taller ecológico**

En primer lugar, se enseñará a los niños como reciclar de manera adecuada, es decir en qué tipo de contenedor deben verter cada objeto de nuestro día a día (cartón, plástico, residuos...). Después, gracias a los elementos reciclados como el cartón y el plástico, les enseñaremos como darles un segundo uso, creando juguetes o cualquier otro tipo de objetos. También les enseñaremos cuales son nuestros hábitos de vida que provocan la contaminación del medio ambiente, así como las alternativas para evitarlo (cerrar el grifo cuando nos lavamos los dientes, ir al colegio en bicicleta o andando en vez de ir en coche, entre otros).

- **Actividades varias: manualidades y deporte**

Ofreceremos actividades deportivas y talleres de manualidades en función de las preferencias de los niños. Si los niños son numerosos podemos proponer actividades deportivas en equipo (futbol, baloncesto, yincanas, etc.) para mejorar la comunicación entre ellos y profundizar el trabajo en equipo. Para los que prefieran podemos ofrecer actividades más relajadas como dibujar o cualquier otro tipo de manualidades (pintar macetas, crear comederos para pájaros, entre otros).

- **Servicio de comedor**

Sea cual sea el tamaño de los grupos que visiten nuestra granja escuela, ofrecemos un servicio de comedor que se debe reservar con anterioridad para que podamos prever las cantidades a cocinar. Este servicio ofrecerá tanto desayuno, comida, merienda y cena. En el caso de las comidas y las cenas ofreceremos 2 platos a elegir para responder a los gustos de todos nuestros clientes.

- **Alojamiento**

Finalmente, para los clientes que vengan de ciudades lejanas o para los que deseen pernoctar en la granja, ofrecemos un servicio de alojamiento. Esto les facilitará la estada y les sumergirá plenamente en el mundo rural que queremos transmitir. Así mismo, en las épocas de calor, se pueden organizar actividades nocturnas como cenar alrededor de una hoguera, por ejemplo.

En primer lugar, lanzaremos nuestros servicios con las actividades para los niños y el servicio de comedor para el medio día ya que empezaremos por atraer clientes de la zona. El cuidado de animales se hará principalmente por las mañanas, mientras que las demás actividades podrán efectuarse en cualquier momento del día.

Posteriormente, cuando hayamos conseguido una mayor cuota de mercado, se prevé abrir las habitaciones, así como el servicio de comedor constantemente. De esta manera podremos preparar todo el servicio hostelero y mejorar las actividades propuestas en función de las opiniones de nuestros clientes y de la cuota de mercado que hayamos podido alcanzar.

Nuestros servicios aportarán a nuestros clientes no solo diversión al realizar las actividades, sino también toda una serie de beneficios. Entre estos se encuentra el conocimiento transmitido, valores ecológicos y el respeto del medio ambiente.

No ofrecemos una amplia gama de actividades, pero si las suficientes para que la experiencia en nuestra granja escuela sea única a cada visita. Además, dependiendo de la época del año, las actividades podrán enfocarse de una manera o de otra, por ejemplo, con los nacimientos de las crías. Así los clientes podrán disfrutar al máximo de nuestros servicios y aprender divirtiéndose.

Nuestra estrategia de servicio se basa por lo tanto en proponer varias actividades en función de las diferentes épocas del año y en función de las expectativas de los clientes.

Las actividades se organizarán a principios de semana, en función de las reservas de los clientes y de su elección. La limpieza de las habitaciones se hará a diario incluyendo el cambio de sábanas y toallas para ofrecer un buen confort a nuestros clientes.

En cuanto al servicio de comedor, se ofrecerán desayunos completos con la posibilidad de escoger entre una gran variedad de alimentos (productos lácteos, zumos, bollería, charcutería, huevos...). Las comidas y las cenas se servirán con opción a 2 platos principales de manera a satisfacer los gustos de la mayoría de nuestros clientes. Finalmente, la merienda será cocinada por los alumnos mismos al fin de hacerles participar al máximo e inculcarles valores nutricionales.

Podemos organizar un día completo en la granja escuela de la siguiente manera:

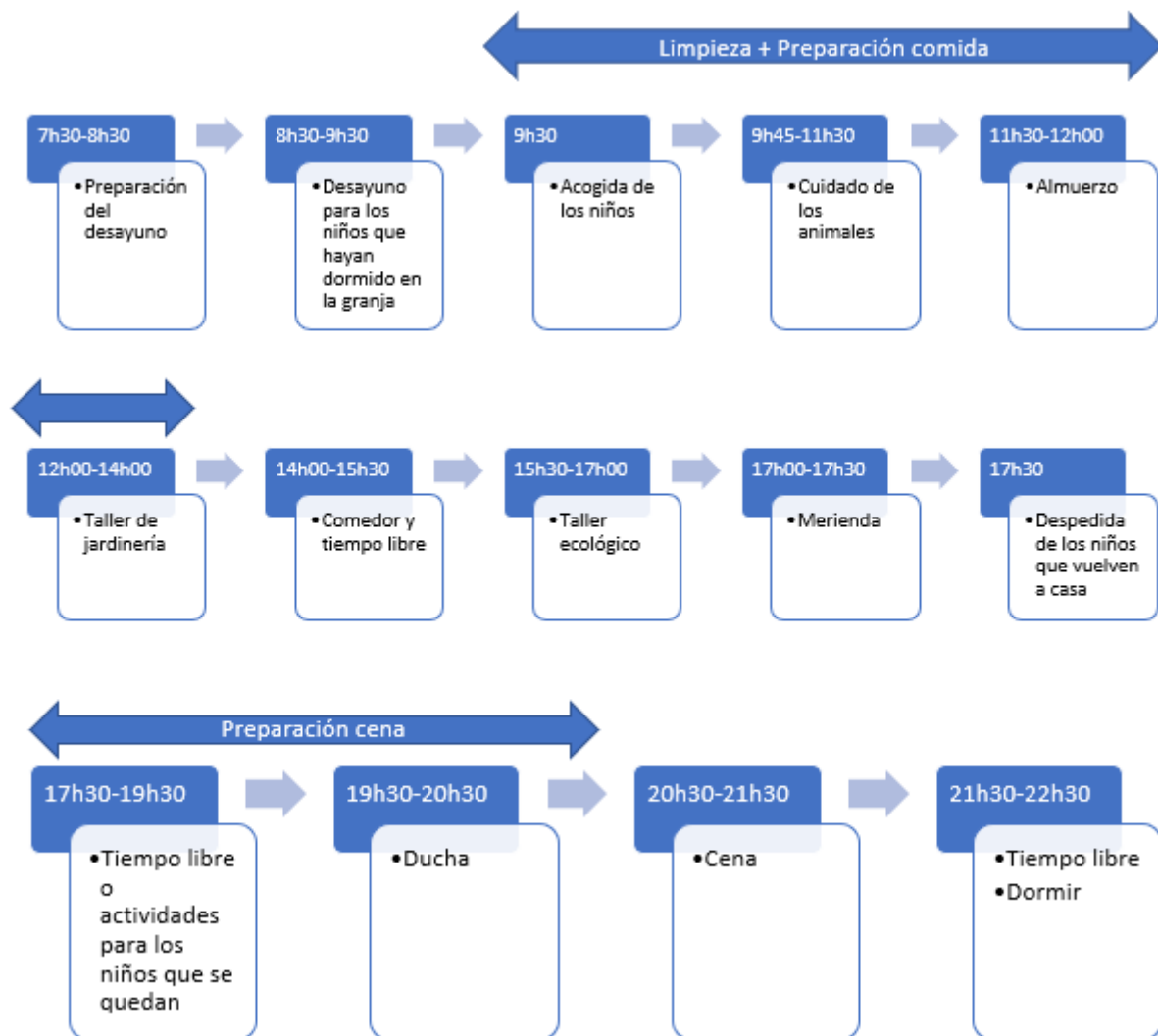


Figura 11: Programa de un día completo en la granja
Fuente: Elaboración propia

4.8. ASOCIACIONES CLAVE

Para cada uno de nuestros servicios, dispondremos de asociaciones clave:

Para el servicio de comedor, queremos ofrecer a nuestros clientes alimentos de calidad, es por ello por lo que intentaremos en la medida de lo posible ofrecerles frutas y verduras cultivadas por nosotros mismos. Para el resto de los alimentos, queremos fomentar el crecimiento de pequeños comercios y de granjas de producción cercanas donde nos abasteceremos tanto en carne, pescado, frutas, verduras y todo tipo de productos lácteos además de los nuestros propios. El abastecimiento se hará semanalmente ya que se tratará de productos frescos. Además, puesto que nuestros servicios se deben reservar con anterioridad, podremos prever sin dificultad las cantidades necesarias.

La colaboración con otras granjas y con pequeños productores será de gran importancia para nuestro negocio. Además de tener productos sanos y de calidad, fomentaremos su crecimiento y apoyaremos nuestros valores ecológicos gracias a canales directos y con trazabilidad segura.

Finalmente, en cuanto a la adquisición de los alimentos para nuestros animales, nos abasteceremos en granjas vecinas de heno, maíz, trigo etc., mensualmente, ya que nuestro establecimiento no tendrá una capacidad de stock muy amplia y no tenemos previsto cultivar nosotros los alimentos necesarios.

Dado que adquiriremos grandes cantidades de productos a granjeros y pequeños productores, tendremos un fuerte poder de negociación con ellos. Sin embargo, pese a que adquiramos también grandes cantidades de materiales en grandes superficies para nuestras actividades, será muy difícil tener poder de negociación ya que se tratan de grandes empresas.

En cuanto a las actividades propuestas, podría resultar muy ventajosa la colaboración con asociaciones o escuelas especializadas en educación infantil. De esta manera, podrán apoyarnos y aconsejarnos sobre el desarrollo de nuestras actividades. Los materiales necesarios para la realización de dichas actividades se adquirirán a través de grandes superficies, trimestralmente.

4.9. ESTRUCTURA DE COSTES

Una vez que tenemos establecidos todos los recursos necesarios para nuestra actividad, podemos establecer una previsión de costes, así como analizar la viabilidad global del proyecto en función de los 3 escenarios que se han planteado inicialmente.

4.9.1. PREVISIÓN DE COSTES DIRECTOS E INDIRECTOS

Para establecer la previsión de costes, además de tener en cuenta los gastos de personal, de aprovisionamiento y de amortización de inmovilizado que hemos evocado anteriormente, debemos incluir los costes derivados de la publicidad efectuada para la empresa (los folletos) y los gastos provenientes de los suministros (agua, electricidad, etc.). Por lo tanto, nuestra estructura de costes, diferenciando su naturaleza (directos o indirectos) se presenta de la siguiente manera para cada uno de los escenarios:

Año	0	1	2	3	4	5
Costes directos	0	237.872	242.472	247.972	252.572	304.055
Personal	0	90.272	90.272	90.272	90.272	118.755
Aprovisionamientos	0	147.600	152.200	157.700	162.300	185.300
Costes indirectos	31.140	109.145	109.145	109.145	131.545	131.545
Gerencia	0	67.200	67.200	67.200	67.200	67.200
Suministros	9.180	18.360	18.360	18.360	20.760	20.760
Publicidad	0	500	500	500	500	500
Amortización	21.960	23.085	23.085	23.085	43.085	43.085
TOTAL Costes	31.140	347.017	351.617	357.117	384.117	435.600
Coste unitario	-	23	23	22	23	23

Tabla 13: Previsión de costes – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

Año	0	1	2	3	4	5
Costes directos	0	191.872	196.472	201.972	206.572	258.055
Personal	0	90.272	90.272	90.272	90.272	118.755
Aprovisionamientos	0	101.600	106.200	111.700	116.300	139.300
Costes indirectos	31.140	109.145	109.145	109.145	131.545	131.545
Gerencia	0	67.200	67.200	67.200	67.200	67.200
Suministros	9.180	18.360	18.360	18.360	20.760	20.760
Publicidad	0	500	500	500	500	500
Amortización	21.960	23.085	23.085	23.085	43.085	43.085
TOTAL Costes	31.140	301.017	305.617	311.117	338.117	389.600
Coste unitario	-	30	29	28	29	28

Tabla 14: Previsión de costes – Escenario pesimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

Año	0	1	2	3	4	5
Costes directos	0	283.872	288.472	293.972	298.572	350.055
Personal	0	90.272	90.272	90.272	90.272	118.755
Aprovisionamientos	0	193.600	198.200	203.700	208.300	231.300
Costes indirectos	31.140	109.145	109.145	109.145	131.545	131.545
Gerencia	0	67.200	67.200	67.200	67.200	67.200
Suministros	9.180	18.360	18.360	18.360	20.760	20.760
Publicidad	0	500	500	500	500	500
Amortización	21.960	23.085	23.085	23.085	43.085	43.085
TOTAL Costes	31.140	393.017	397.617	403.117	430.117	481.600
Coste unitario	-	20	19	19	20	20

Tabla 15: Previsión de costes – Escenario optimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

Como podemos observar, los costes unitarios globales se situarían entre 19€ y 30€. En el mejor de los casos (escenario optimista), podríamos alcanzar hasta un margen de 8€, teniendo en cuenta el precio de 27€ establecido por un día completo en la granja escuela. En cambio, para un escenario razonable el margen podría llegar a ser hasta de 5€, mientras que, en el escenario pesimista, no habría ningún margen.

En este último caso, los costes unitarios superarían hasta por 3€ el precio de venta de nuestros servicios. Esto viene provocado principalmente por los gastos de personal. En efecto, aunque acudan menos clientes a la granja, siempre debe haber personal en cocina, para la limpieza, para el mantenimiento y que se ocupe de la gerencia. A corto-medio plazo, esto podría suponer una amenaza para el negocio puesto que significaría incurrir en pérdidas año tras año.

4.9.2. ESTUDIO DE LA VIABILIDAD DEL PROYECTO

A continuación, vamos a analizar la viabilidad de nuestro proyecto, comenzando por centrarnos en el escenario razonable puesto que representa la opción más esperada. Se analizarán cada una de las principales cuentas anuales, así como diferentes ratios y la inversión efectuada. Posteriormente, se comparará dicho escenario con el pesimista y optimista de manera a identificar como se puede desenvolver el negocio en función de la demanda.

4.9.2.1. CUENTAS ANUALES Y PREVISIONALES A 5 AÑOS: ESCENARIO RAZONABLE

Para todas nuestras previsiones, hemos decidido tener en cuenta un escenario de largo plazo, concretamente a 5 años, ya que la totalidad de la granja no se edificaría el primer año, sino en el cuarto año de actividad. Esta decisión se ha tomado debido al fuerte desembolso inicial necesario. Consideramos que la obtención de beneficios sería más lenta, a mayor plazo, si se edifica toda la granja de primeras. Por lo tanto, hemos creído conveniente dividir las inversiones de tal manera que el negocio se amplíe una vez que se haya asentado en el mercado. Vamos a analizar estas decisiones a través de la cuenta de resultados, del presupuesto de tesorería y del balance.

En primer lugar, podemos analizar la cuenta de resultados previsional que informa sobre el resultado que obtendrá la empresa (beneficio o pérdida) gracias a la diferencia entre las ventas y los gastos, principalmente.

Año	0	1	2	3	4	5
Ventas	0	405.000	418.500	432.000	445.500	869.000
Var. Existencias	0	7.200	240	240	240	1.200
Compras a proveedores	0	147.600	152.200	157.700	162.300	185.300
Gastos de personal	0	157.472	157.472	157.472	157.472	185.955
Publicidad	0	500	500	500	500	500
Suministros	9.180	18.360	18.360	18.360	20.760	20.760
Costes de ventas	9.180	316.732	328.292	333.792	340.792	391.315
Resultado de explotación	-9.180	88.268	90.208	98.208	104.708	477.685
Amortización inmovilizado	21.960	23.085	23.085	23.085	43.085	43.085
Gastos financieros	44.000	44.000	41.684	39.368	77.053	72.737
Subvenciones	30.000	0	0	0	30.000	0
Resultado bruto	-45.140	21.183	25.439	35.755	14.570	361.863
Compensación de pérdidas	0	21.183	23.957	0	0	0
Impuestos	0	0	370	8.939	3.643	90.466
Resultado neto	-45.140	0	1.111	26.816	10.928	271.397
Dividendos	0	0	56	1.341	546	13.570
Reservas	-45.140	0	1.056	25.475	10.381	257.828
Autofinanciación	-23.180	44.268	48.098	48.560	53.466	300.913

Tabla 16: Cuenta de resultados – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

Observamos que, en el año 0, año en el que se construye la granja, las pérdidas alcanzan un valor de 45.140€. Sin embargo, estas se compensan durante los 2 primeros años de actividad lo que permite poder comenzar a repartir beneficios y mantener capital en reservas a partir del año 2.

En el año 4, cuando se edifican los dormitorios, vemos que se incrementaran los gastos financieros, es decir, el pago de los intereses debido al segundo préstamo solicitado. También se incrementa la partida de amortización de inmovilizado debido a las nuevas inversiones. Sin embargo, la empresa sigue obteniendo un resultado positivo.

Por último, podemos apreciar que, gracias a la construcción de los dormitorios las ventas se duplican entre el cuarto y quinto año de actividad. Esto genera un importante resultado neto para el negocio. Por lo tanto, después de analizar esta cuenta de resultados, podemos afirmar que es viable.

Nos vamos a detener ahora en el presupuesto de tesorería cuya función es recalcar todos los ingresos y gastos que se dan realmente en cada ejercicio contable.

Año	0	1	2	3	4	5
Cobros explotación	0	403.875	418.463	431.963	445.463	867.824
Pagos explotación	9.180	321.799	328.488	333.913	340.988	392.293
Tesorería explotación	-9.180	82.076	89.975	98.050	104.475	475.531
Ampliación de capital	40.000	0	0	0	40.000	0
Préstamo a L/p	550.000	0	0	0	500.000	0
Amortización préstamo	0	28.947	28.947	28.947	53.947	53.947
Intereses préstamo	44.000	44.000	41.684	39.368	77.053	72.737
Subvenciones	30.000	0	0	0	30.000	0
Adquisición terreno	20.000	0	0	0	0	0
Construcción edificios	500.000	0	0	0	500.000	0
Adquisición maquinaria	3.500	0	0	0	0	0
Adquisición utillaje	2.500	0	0	0	0	0
Adquisición mobiliario	7.500	0	0	0	25.250	0
Equipo informático	7.000	0	0	0	0	0
Adquisición animales	0	7.000	0	0	0	0
Adquisición plantas	0	500	0	0	0	0
Adquisición software	3.000	0	0	0	0	0
Impuestos	0	0	0	370	8.939	3.643
Dividendos	0	0	0	56	1.341	546
Tesorería neta	23.320	1.629	19.343	29.308	7.946	344.658
Tesorería acumulada	23.320	24.949	44.292	73.600	81.546	426.204

Tabla 17: Presupuesto de tesorería – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

En este caso, podemos ver que los saldos de tesorería son positivos en todos los años planteados. Pese a no tener ganancias el primer año, vemos que tanto la aportación de capital como el préstamo y la subvención contribuyen a mantener una liquidez positiva en la granja.

Durante el primer año de actividad este saldo se ve minorado debido principalmente a la amortización y al pago de intereses del préstamo. Durante el cuarto año, este también se ve reducido debido a la nueva inversión efectuada, pero una vez más, la financiación proveniente de la ampliación de capital, del préstamo y de la subvención hacen que la tesorería neta se mantenga positiva.

Finalmente, vemos que, durante el quinto año, el saldo de tesorería se dispara al igual que la demanda generando un exceso de liquidez importante que servirá para devolver los préstamos sin incurrir en nuevas necesidades financieras.

Dados los saldos de tesorería positivos en cada periodo, podemos considerar que este presupuesto es viable.

Por último, hemos elaborado el balance previsional que refleja la situación económico-financiera de una empresa en un momento dado.

Año	0	1	2	3	4	5
Activo no corriente	521.540	505.955	482.870	459.785	941.950	898.865
Inmovilizado material	540.500	548.000	548.000	548.000	1.073.250	1.073.250
Inmovilizado inmaterial	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000	3.000
Amortización inmovilizado	21.960	45.045	68.130	91.215	134.300	177.385
Activo corriente	23.320	33.274	52.895	82.480	90.703	437.738
Existencias	0	7.200	7.440	7.680	7.920	9.120
Clientes	0	1.125	1.163	1.200	1.238	2.414
Tesorería	23.320	24.949	44.292	73.600	81.546	426.204
TOTAL activo	544.860	539.229	535.765	542.265	1.032.653	1.336.603
Patrimonio neto	-5.140	16.043	41.056	66.531	116.912	374.740
Capital	40.000	40.000	40.000	40.000	80.000	80.000
Reservas	-45.140	-45.140	-22.901	26.531	36.912	294.740
Resultados negativos	0	21.183	23.957	0	0	0
Subvenciones	0	0	0	0	0	0
Pasivo no corriente	550.000	521.053	492.105	463.158	909.211	855.263
Préstamo L/p	550.000	521.053	492.105	463.158	909.211	855.263
Pasivo corriente	0	2.133	2.604	12.577	6.531	106.600
Proveedores	0	2.133	2.178	2.297	2.342	2.564
Dividendos	0	0	56	1.341	546	13.570
Impuestos	0	0	370	8.939	3.643	90.466
TOTAL pasivo	544.860	539.229	535.765	542.265	1.032.653	1.336.603

Tabla 18: Balance previsional – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

A simple vista, la situación económico-financiera de nuestra granja escuela parece adecuada. Se observa que la tesorería es elevada, con lo cual posee la suficiente liquidez para hacer frente a sus pagos a corto plazo (pasivo corriente). También vemos que tiene una estructura mixta con financiación propia y financiación ajena. Puesto que esta última es mucho más elevada y exigible será necesario controlar adecuadamente la capacidad de la empresa para devolver los préstamos en el tiempo establecido.

También podemos observar que el importe de efectos a cobrar por parte de los clientes es reducido. Hemos establecido que estos pagarán en un plazo de 1 día aproximadamente, lo cual es positivo para el negocio ya que dispondrá casi inmediatamente del dinero por la prestación de los servicios.

Sin embargo, será necesario establecer puntos de control para verificar que nuestros objetivos se cumplen y que no se producen desviaciones que puedan ser perjudiciales para nuestra granja escuela.

4.9.2.2. ANÁLISIS ECONÓMICO - FINANCIERO

Ahora que hemos elaborado nuestras cuentas anuales, vamos a tratar de analizarlas detalladamente de manera a estudiar la salud financiera de nuestra empresa.

4.9.2.2.1. CUENTA DE PÉRDIDAS Y GANANCIAS

El análisis de la cuenta de pérdidas y ganancias permite conocer el peso de cada gasto sobre nuestros resultados, el margen de beneficio sobre las ventas y sus evoluciones.

Año	1	2	3	4	5
Beneficio de explotación	21,79	21,56	22,73	23,50	54,97
Beneficio neto	0,00	0,27	6,21	2,45	31,23
Aprovisionamientos	36,44	36,37	36,50	36,43	21,32
Gastos de personal	38,88	37,63	36,45	35,35	21,40
Suministros	4,53	4,39	4,25	4,66	2,39
Amortización	5,70	5,52	5,34	9,67	4,96
Gastos financieros	10,86	9,96	9,11	17,30	8,37

Tabla 19: Beneficios y gastos sobre ventas (%) – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

Observamos en primer lugar que el beneficio de explotación se incrementa en todos los periodos salvo en el año 1 debido principalmente a los gastos de personal y a las compras a proveedores que comienzan ese año. Lo mismo sucede con el beneficio neto salvo que la disminución se da el cuarto año, provocada una vez más por los mismos motivos. Sin embargo, ambos beneficios sufren un incremento importante entre el cuarto y quinto año de actividad ya que pasan de representar aproximadamente un 23 y 2% sobre ventas a un 55 y 31%, respectivamente. Esto viene provocado por la ampliación del negocio que genera un incremento de la demanda y de los ingresos.

Así mismo, observamos que los gastos de personal y de aprovisionamientos son relativamente constantes durante los 4 primeros años de actividad con valores en torno a un 36%. Posteriormente se reducen hasta un 21%. Pese al aumento de ventas, los recursos tanto físicos como materiales se aprovechan mejor lo que explica este descenso entre el cuarto y quinto año. Lo mismo sucede con los suministros, pero esta vez con cifras que pasan de un 4% aproximadamente a un 2%. En este caso, los suministros se pueden considerar casi como irrelevantes dentro de nuestro análisis ya que representan el menor gasto.

Finalmente, en cuanto a la amortización y a los gastos financieros, vemos que se mantienen relativamente constantes durante los 3 primeros ejercicios, pero que en el cuarto año toman una mayor proporción sobre ventas debido a la creación de los dormitorios. Como lo comentábamos anteriormente, provocan la disminución del beneficio neto en el año 4.

Por otro lado, las variaciones de nuestras principales partidas son las siguientes:

Año	2	3	4	5
Ventas	3,33	3,23	3,13	95,06
Resultado explotación	2,20	8,87	6,62	356,21
Resultado bruto	20,09	40,55	-59,25	2.383,56
Resultado neto	-	2.312,93	-59,25	2.383,56
Autofinanciación	0,09	0,01	0,10	4,63

Tabla 20: Principales variaciones de la cuenta de resultados (%) – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

La construcción de los dormitorios conlleva a un incremento de ventas del 95% que se refleja también a través de los resultados. El resultado de explotación se incrementa en un 356,21% mientras que los

resultados bruto y neto se incrementan en un 2.383,56% entre el cuarto y quinto año gracias a esta inversión. Podemos apreciar por tanto que la ampliación del negocio es muy positiva para la granja escuela. Este incremento permite también repartir mayores dividendos, obtener mayores reservas y autofinanciación, lo que favorece la financiación propia.

También podemos calcular nuestro umbral de rentabilidad, es decir el nivel de ventas mínimo a partir del cual empezaríamos a tener beneficios, teniendo en cuenta los datos del año 1.

Costes fijos	190.012
Costes variables	199.880
Coste variable unitario	13
Precio de venta	27
Umbral	13.895

Tabla 21: Cálculo del umbral de rentabilidad

Fuente: Excel – Elaboración propia

Nuestro umbral de rentabilidad se sitúa en 13.895 clientes. Es decir, bajo un escenario razonable, se prevé que para el primer año de actividad se obtendrán beneficios a partir de 13.895 clientes anuales. Esto es positivo para nosotros puesto que la cifra se aproxima más a nuestro escenario razonable que a nuestro escenario pesimista en los cuales hemos establecido que el primer año acudirán 15.000 y 10.000 clientes, respectivamente.

Finalmente, podemos analizar el margen de contribución que representa el beneficio adicional obtenido por cada servicio adicional vendido (por cada nuevo cliente).

En este caso, nuestro margen de contribución es de 50,65%. Esto significa que, por cada 100 nuevos clientes, la empresa incrementa su beneficio en 50,65€. Por lo tanto, la capacidad de nuestra empresa de generar beneficios es muy buena.

4.9.2.2.2. ANÁLISIS DEL BALANCE

Continuamos con el análisis del balance en el cual vamos a poder destacar si el negocio presenta una salud financiera adecuada y si es viable a corto y largo plazo. Comenzamos estudiando las variaciones de sus principales partidas:

Año	0	1	2	3	4	5
Activo no corriente	521.540	505.955	482.870	459.785	941.950	898.865
		-2,99	-4,56	-4,78	104,87	-4,57
Activo corriente	23.320	33.274	52.895	82.480	90.703	437.738
		42,68	58,97	55,93	9,97	382,60
Patrimonio neto	-5.140	16.043	41.056	66.531	116.912	374.740
		-	155,91	62,05	75,73	220,53
Pasivo no corriente	550.000	521.053	492.105	463.158	909.211	855.263
		-5,26	-5,56	-5,88	96,31	-5,93
Pasivo corriente	0	2.133	2.604	12.577	6.531	106.600
		-	22,05	383,01	-48,07	1.532,30

Tabla 22: Variaciones partidas del balance – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

Observamos que el activo corriente se incrementa cada año debido al aumento de las ventas que a su vez provoca un aumento de los efectos a cobrar, de las existencias y de la tesorería. En consecuencia, vemos que el patrimonio neto también se eleva, gracias a la ampliación del capital. Pese a que el año 0 sea negativo a causa de las pérdidas generadas, este consigue recuperar un valor positivo inmediatamente. Incluso se llega a incrementar en un 220,53% entre el cuarto y quinto año de actividad. Por tanto, la ampliación de la granja pedagógica con la construcción de los dormitorios parece favorecer positivamente al negocio.

Vemos también que el pasivo no corriente, es decir, nuestro préstamo a largo plazo disminuye paulatinamente, con variaciones negativas en torno a 5% en todos los periodos salvo en el año 4, cuando se solicita el nuevo préstamo.

Finalmente, pese a que nuestras deudas a corto plazo (pasivo corriente) se incrementen cada año (excluyendo el año 4), vemos que nuestro activo corriente puede hacer frente a los pagos sin dificultad. Por lo tanto, en caso de necesidades financieras, podríamos recurrir a un modo de financiación a corto plazo.

Para terminar con este análisis, podemos calcular el equilibrio financiero de nuestra empresa gracias al fondo de maniobra. Este indica si el negocio, con sus activos, puede hacer frente a sus deudas.

Se pueden dar 4 situaciones:

- Máxima estabilidad donde el valor del activo equivale a los fondos propios.
- Normal o de equilibrio donde el activo corriente supera al pasivo corriente.
- De inestabilidad o suspensión de pagos donde el pasivo corriente supera al activo corriente.
- De quiebra donde el activo es igual al exigible total (deudas).

Se prevé que los fondos de maniobra para los primeros años sean los siguientes:

Año	0	1	2	3	4	5
Fondo de maniobra	23.320	31.141	50.291	69.904	84.173	331.138

Tabla 23: Fondo de maniobra – Escenario razonable

Fuente: Excel – Escenario razonable

En nuestro caso vemos que el fondo de maniobra es positivo en todos los periodos, es decir, el activo corriente siempre es mayor que el pasivo corriente. Por lo tanto, nuestro negocio se encontrará en una situación normal o de equilibrio. Según las previsiones, nuestra granja escuela tendrá la capacidad de hacer frente a sus deudas.

4.9.2.2.3. ANÁLISIS DE RATIOS

Podemos terminar el análisis económico-financiero analizando diferentes ratios:

Año	0	1	2	3	4	5
Liquidez general	-	15,60	20,31	6,56	13,89	4,11
Endeudamiento	1,01	0,97	0,92	0,88	0,89	0,72
Margen	-	0,16	0,16	0,17	0,07	0,50
Rotación	0,00	0,75	0,78	0,80	0,43	0,65
Rentabilidad económica	0,00	0,12	0,13	0,14	0,03	0,33
Rentabilidad financiera	8,78	0,00	-0,27	1,25	0,15	0,82

Tabla 24: Ratios – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

El ratio de liquidez general mide la capacidad de la empresa para hacer frente a sus pagos a corto plazo. Para que esta ratio sea considerada como adecuada, debe estar comprendida entre 1,5 y 2. En este caso vemos que supera el valor de 2 y hasta llega a alcanzar un valor por encima de 20 durante el año 2. Esto significa que la empresa tiene excesiva liquidez. Podrá hacer frente a sus deudas a corto plazo sin problemas, pero mantiene recursos ociosos que sería conveniente invertir.

El ratio de endeudamiento mide cuánto representa la financiación ajena sobre la financiación total. El valor considerado como óptimo para esta ratio es entre el 40 y 60%. Observamos que en los primeros años la ratio de endeudamiento es muy elevada, pero se reduce a medida que pasan los años, hasta situarse 12 puntos por encima del valor óptimo de 60%. Por lo tanto, es necesario controlar este endeudamiento y no incrementarlo demasiado los primeros años de manera a no sobrecargar nuestra empresa con excesivas deudas.

La rentabilidad económica mide el rendimiento que obtenemos de los activos y se descompone entre los ratios de margen y rotación. Se prevé un incremento de la rentabilidad económica de la empresa que parte de un 0% hasta alcanzar un 33% durante el quinto año. Su rentabilidad es cada vez mayor lo cual es muy positivo. También observamos que el margen es cada vez mayor y muy elevado para el quinto año con un 50%. Además, cuanto mayor sea nuestra rotación de activos, mayor rentabilidad obtendremos. Aquí vemos que la rotación oscila entre un 43 y 80%, sin tener en cuenta el año 0. Las variaciones en la rotación no afectan de manera muy negativa a nuestra rentabilidad económica.

En cuanto a la rentabilidad financiera que mide la rentabilidad que obtienen los socios por el dinero invertido, vemos que es muy elevada para el primer año. En este periodo alcanza un 878%. Para los demás años, llega a alcanzar valores negativos, pero se vuelve a incrementar fuertemente en el quinto año de actividad, alcanzando un 82%. Por lo tanto, los socios deben ser conscientes de que, en los primeros años de actividad, no obtendrán rentabilidad por el dinero invertido en la sociedad.

4.9.2.2.4. ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN: VAN Y TIR

Sabemos que las inversiones para cualquier empresa representan un riesgo puesto que se pueden generar pérdidas. En este caso, el riesgo es todavía mayor ya que se trata de una empresa de nueva creación. Para evaluar la inversión que planteamos y su rentabilidad vamos a basarnos en modelos dinámicos que toman en cuenta los flujos de caja actualizados.

Concretamente, se va a analizar a través de 2 indicadores:

- El VAN (Valor Actual Neto de la Inversión) cuyo objetivo es proporcionar una medida de la rentabilidad en términos absolutos.
- La TIR (Tasa Interna de Retorno) que nos indica la rentabilidad esperada de la inversión, en términos relativos y que consiste en igualar el VAN a 0.

El VAN se puede calcular gracias a la fórmula siguiente:

$$VAN = -I_0 + \sum \frac{F_j}{(1+k)^j}$$

Donde cada una de las variables representan:

- I_0 : Pago de la inversión
- F_j : Flujo de caja en el año j
- n : Vida de la inversión
- k : Tasa de actualización

En nuestro caso, tomaremos en cuenta el total de las inversiones que nos proponemos realizar tanto para crear el negocio como para ampliarlo con los dormitorios. El pago total de inversión equivale por lo tanto a 1.076.250€ (I_0). Tomaremos en cuenta una vida útil de 20 años (n) como aproximación ya que representa el plazo en el cual debemos amortizar la totalidad de nuestro segundo préstamo.

En cuanto a la tasa de actualización, debemos conocer en primer lugar cuál es el Coste Medio Ponderado del Capital y sumarle una prima de riesgo. Es decir, cuál es el coste de nuestra financiación tanto propia como ajena, tomando en consideración su peso relativo y cuál es la prima por efectuar inversiones con riesgo.

Después de efectuar los cálculos correspondientes, obtenemos el siguiente coste medio ponderado del capital, equivalente a 5,55%:

CMPC	Valor	Participación	Coste	Promedio ponderado
Recursos Ajenos	550.000	88,71%	6%	5,32%
Recursos Propios	70.000	11,29%	2%	0,23%
TOTAL	620.000	100,00%	-	5,55%

Tabla 25: Cálculo del Coste Medio Ponderado del Capital

Fuente: Excel – Elaboración propia

Si a este le sumamos una prima de riesgo del 10% obtenemos una tasa de actualización (k) equivalente a:

$$k = CMPC + p$$

$$k = 5,55\% + 10\%$$

$$k = 15,55\%$$

En cuanto a los flujos de caja, podemos estimar los siguientes después de impuestos (25%), suponiendo que el resultado bruto de explotación se mantiene constante a partir del quinto año de actividad. También debemos tener en cuenta que los impuestos se incrementan a lo largo de los años puesto que los gastos financieros derivados de los 2 préstamos solicitados disminuyen a medida que estos últimos se van amortizando.

Inversión/Año	Resultado bruto de explotación	Impuestos	Flujo de caja
Año 4	104.708	3.643	101.065
Año 5	477.685	90.466	387.219
Año 6	477.685	91.545	386.140
Año 7	477.685	92.624	385.061
Año 8	477.685	93.703	383.982
Año 9	477.685	94.782	382.903
Año 10	477.685	95.861	381.824
Año 11	477.685	96.939	380.746
Año 12	477.685	98.018	379.667
Año 13	477.685	99.097	378.588
Año 14	477.685	100.176	377.509
Año 15	477.685	101.255	376.430
Año 16	477.685	102.334	375.351
Año 17	477.685	103.413	374.272
Año 18	477.685	104.492	373.193
Año 19	477.685	105.571	372.114
Año 20	477.685	106.650	371.035
Año 21	477.685	107.150	370.535
Año 22	477.685	107.650	370.035
Año 23	477.685	108.150	369.535

Tabla 26: Flujos de caja – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

Ahora que hemos definido todos los datos, podemos calcular el VAN y la TIR:

Inversión inicial (I_0)	1.076.250
Tasa de actualización (k)	15,55%
VAN	865.052,35€
TIR	29%

Tabla 27: Cálculo de la rentabilidad de las inversiones – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

Observamos que la rentabilidad obtenida sería de 865.052,35€. Esta cifra positiva nos indica que es adecuado efectuar todas las inversiones propuestas en el negocio. Por otro lado, vemos que la TIR es superior a la tasa de actualización de aproximadamente 15 puntos. Una vez más, apoya el hecho de que las inversiones efectuadas serán muy rentables para el negocio.

4.9.2.3. ANÁLISIS DE SENSIBILIDAD: ESCENARIOS PESIMISTA Y OPTIMISTA

Terminamos el estudio de la viabilidad del proyecto a través de un análisis de sensibilidad. En él, vamos a observar cuales serían las cuentas de resultados y los presupuestos de tesorería derivados de un escenario pesimista y optimista, en los cuales la demanda es menor y mayor, respectivamente.

4.9.2.3.1. ESCENARIO PESIMISTA

La cuenta de resultados previsional para un escenario en el que la demanda es menor es el siguiente:

Año	0	1	2	3	4	5
Ventas	0	270.000	283.500	297.000	310.500	734.000
Variación de existencias	0	4.800	240	240	240	1.200
Compras a proveedores	0	101.600	106.200	111.700	116.300	139.300
Gastos de personal	0	157.472	157.472	157.472	157.472	185.955
Publicidad (folletos)	0	500	500	500	500	500
Suministros	9.180	18.360	18.360	18.360	20.760	20.760
Costes de ventas	9.180	273.132	282.292	287.792	294.792	345.315
Resultado de explotación	-9.180	-3.132	1.208	9.208	15.708	388.685
Amortización inmov.	21.960	23.085	23.085	23.085	43.085	43.085
Gastos financieros	44.000	44.000	41.684	39.368	77.053	72.737
Subvenciones	30.000	0	0	0	30.000	0
Resultado bruto	-45.140	-70.217	-63.561	-53.245	-74.430	272.863
Compensación de pérdidas	0	0	0	0	0	272.863
Impuestos	0	0	0	0	0	0
Resultado neto	-45.140	-70.217	-63.561	-53.245	-74.430	0
Dividendos	0	0	0	0	0	0
Reservas	-45.140	-70.217	-63.561	-53.245	-74.430	0
Autofinanciación	-23.180	-47.132	-40.476	-30.160	-31.345	315.948

Tabla 28: Cuenta de resultados previsional – Escenario pesimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

Bajo este escenario observamos que las inversiones del año 0 no se podrían compensar con las ganancias del año 1. Así mismo, vemos que los ingresos del primer año no serían suficientes como para generar un beneficio positivo. No es hasta el quinto año de actividad cuando el negocio empezaría a compensar sus pérdidas. Por lo tanto, con una previsión de demanda pesimista se debe tener en cuenta que los beneficios se obtendrían a muy largo plazo y que los socios no podrían obtener dividendos hasta haber compensado todas las pérdidas del negocio.

Vemos que los beneficios comenzarían a darse en el quinto año de actividad, gracias a la ampliación de los edificios con la construcción de los dormitorios. Pero, debemos tener en cuenta que, si la granja ha obtenido pérdidas durante todos los ejercicios anteriores, quizás ese no sea el momento más propicio para efectuar nuevas inversiones. Por tanto, podemos aconsejar que se creen al inicio (año 0) pidiendo un préstamo mayor o que los socios se esperen para hacer dicha inversión, una vez que hayan compensado todas sus pérdidas.

En cuanto al presupuesto de tesorería, observamos lo siguiente:

Año	0	1	2	3	4	5
Cobros explotación	0	269.250	283.463	296.963	310.463	732.824
Pagos explotación	9.180	276.243	282.488	287.913	294.988	346.293
Tesorería explotación	-9.180	-6.993	975	9.050	15.475	386.531
Ampliación de capital	40.000	0	0	0	40.000	0
Préstamo a L/p	550.000	0	0	0	500.000	0
Amortización préstamo	0	28.947	28.947	28.947	53.947	53.947
Intereses préstamo	44.000	44.000	41.684	39.368	77.053	72.737
Subvenciones	30.000	0	0	0	30.000	0
Adquisición terreno	20.000	0	0	0	0	0
Construcción edificios	500.000	0	0	0	500.000	0
Adquisición maquinaria	3.500	0	0	0	0	0
Adquisición utillaje	2.500	0	0	0	0	0
Adquisición mobiliario	7.500	0	0	0	25.250	0
Equipo informático	7.000	0	0	0	0	0
Adquisición animales	0	7.000	0	0	0	0
Adquisición plantas	0	500	0	0	0	0
Adquisición software	3.000	0	0	0	0	0
Impuestos	0	0	0	0	0	0
Dividendos	0	0	0	0	0	0
Tesorería neta	23.320	-87.440	-69.657	-59.266	-70.775	259.847
Tesorería acumulada	23.320	-64.120	-133.777	-193.043	-263.818	-3.971

Tabla 29: Presupuesto de tesorería – Escenario pesimista
Fuente: Excel – Elaboración propia

El presupuesto de tesorería sigue aproximadamente la misma tendencia que la cuenta de resultados. Durante el año 0, vemos que el saldo de tesorería es positivo por un valor de 23.320€. Aunque dicho año la empresa no tenga ingresos, tanto la aportación de capital como el préstamo y la subvención hacen que la tesorería neta sea positiva. Esto también se daba en el escenario razonable.

Sin embargo, en el primer año de actividad, vemos que los ingresos no son suficientes como para hacer frente a los pagos de explotación, lo que ya genera una tesorería de explotación negativa. Con la amortización del préstamo y el pago de los intereses esta cifra se reduce hasta obtener una tesorería neta de -87.440€. En este caso podríamos aconsejar pedir un préstamo con un periodo de carencia total a mayor plazo, lo que permitiría no amortizar el préstamo y no pagar intereses durante ese periodo.

A partir del año 2, los cobros comienzan a superar los pagos de explotación, por tanto, el flujo de clientes ya comienza a ser adecuado. Sin embargo, no es hasta el año 5 cuando se obtiene un flujo de tesorería positivo. Para evitarlo, como lo hemos comentado anteriormente, podemos aconsejar a la granja que no efectúe la ampliación del negocio durante el cuarto año de actividad, sino a posteriori para darle tiempo y generar saldos de tesorería positivos que le permitirán hacer frente a sus deudas.

4.9.2.3.2. ESCENARIO OPTIMISTA

En cuanto al escenario optimista, se ha obtenido la cuenta de resultados previsional siguiente:

Año	0	1	2	3	4	5
Ventas	0	540.000	553.500	567.000	580.500	1.004.000
Variación de existencias	0	9.600	240	240	240	1.200
Compras a proveedores	0	193.600	198.200	203.700	208.300	231.300
Gastos de personal	0	157.472	157.472	157.472	157.472	185.955
Publicidad (folletos)	0	500	500	500	500	500
Suministros	9.180	18.360	18.360	18.360	20.760	20.760
Costes de ventas	9.180	360.332	374.292	379.792	386.792	437.315
Resultado de explotación	-9.180	179.668	179.208	187.208	193.708	566.685
Amortización inmov.	21.960	23.085	23.085	23.085	43.085	43.085
Gastos financieros	44.000	44.000	41.684	39.368	77.053	72.737
Subvenciones	30.000	0	0	0	30.000	0
Resultado bruto	-45.140	112.583	114.439	124.755	103.570	450.863
Compensación de pérdidas	0	45.140	0	0	0	0
Impuestos	0	10.116	28.610	31.189	25.893	112.716
Resultado neto	-45.140	57.327	85.829	93.566	77.678	338.147
Dividendos	0	2.866	4.291	4.678	3.884	16.907
Reservas	-45.140	54.460	81.538	88.888	73.794	321.240
Autofinanciación	-23.180	122.685	104.623	111.973	116.879	364.325

Tabla 30: Cuenta de resultados previsional – Escenario optimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

Como podemos apreciar, este escenario es muy diferente al anterior. Aquí se generaría un resultado negativo en el año 0 puesto que no se obtiene ningún ingreso. Sin embargo, la totalidad de dichas pérdidas se compensarían durante el primer año de actividad. Los ingresos generados en ese periodo serían tan elevados que permitirían hasta repartir dividendos y acumular capital en reservas.

Durante los siguientes años los resultados de explotación mantendrían una tendencia creciente al igual que el resultado neto. Pero, en esta última partida, vemos una leve disminución entre el tercer y cuarto año de actividad ya que pasaría de 93.566€ a 77.678€. Esto vendría provocado por la construcción de los dormitorios y por el incremento de los gastos financieros (se sumarían los intereses derivados del segundo préstamo).

Aun así, la situación sería muy favorable para el negocio y su ampliación en el año 4 sería muy acertada ya que permitiría obtener ingresos de más de 1 millón de euros y un resultado neto de más de 338 mil euros.

Finalmente, el presupuesto de tesorería obtenido es el siguiente:

Año	0	1	2	3	4	5
Cobros explotación	0	538.500	553.463	566.963	580.463	1.002.824
Pagos explotación	9.180	367.354	374.488	379.913	386.988	438.293
Tesorería explotación	-9.180	171.146	178.975	187.050	193.475	564.531
Ampliación de capital	40.000	0	0	0	40.000	0
Préstamo a L/p	550.000	0	0	0	500.000	0
Amortización préstamo	0	28.947	28.947	28.947	53.947	53.947
Intereses préstamo	44.000	44.000	41.684	39.368	77.053	72.737
Subvenciones	30.000	0	0	0	30.000	0
Adquisición terreno	20.000	0	0	0	0	0
Construcción edificios	500.000	0	0	0	500.000	0
Adquisición maquinaria	3.500	0	0	0	0	0
Adquisición utillaje	2.500	0	0	0	0	0
Adquisición mobiliario	7.500	0	0	0	25.250	0
Equipo informático	7.000	0	0	0	0	0
Adquisición animales	0	7.000	0	0	0	0
Adquisición plantas	0	500	0	0	0	0
Adquisición software	3.000	0	0	0	0	0
Impuestos	0	0	10.116	28.610	31.189	25.893
Dividendos	0	0	2.866	4.291	4.678	3.884
Tesorería neta	23.320	90.698	95.361	85.833	71.358	408.070
Tesorería acumulada	23.320	114.018	209.379	295.212	366.570	774.640

Tabla 31: Presupuesto de tesorería – Escenario optimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

En este presupuesto, podemos apreciar que durante el año 0 sucede lo mismo que para los escenarios razonable y pesimista. Es decir, no existen ingresos, pero aun así el saldo de tesorería es positivo gracias a la financiación interna y externa.

Lo que difiere es que el valor de la tesorería es positivo para todos los periodos. Dado que entre el año 1 y el año 4 los cobros de explotación superan los pagos en casi 200 mil euros, la empresa no tiene dificultades para generar liquidez.

Entre el año 4 y 5 vemos que los ingresos se duplican generando un incremento notable de la tesorería neta que pasa a tener un valor de 71.358€ a 408.070€. En este caso se puede considerar que existe un exceso de liquidez que permitirá al negocio poder invertir sin dificultades y poder hacer frente a la totalidad de sus deudas a corto plazo.

5. INVESTIGACIÓN COMERCIAL

5.1. OBJETIVOS

La investigación comercial que se presenta a continuación tiene como principal objetivo confirmar la viabilidad de la creación de una granja escuela en la ciudad de Alcoy. Para ello, nos apoyaremos principalmente en los análisis de mercado, marketing y financiero efectuados anteriormente. Gracias a ello, obtendremos información fiable y suficiente que nos ayudará tanto a tomar decisiones como a reducir el riesgo que supone un proyecto de tanta envergadura.

Así mismo, para un análisis más detallado, se han propuesto los 3 subobjetivos siguientes:

- Determinar la población dispuesta a acudir a la granja escuela,
- Confirmar que las actividades y los servicios propuestos son de interés para nuestros clientes y sus preferencias,
- Determinar los precios que nuestros clientes estarían dispuestos a pagar por nuestros servicios.

5.2. METODOLOGÍA

5.2.1. FUENTES DE INFORMACIÓN

Esta investigación de tipo cuantitativa descriptiva transversal, efectuada especialmente para la creación del proyecto, nos permitirá extraer información de las escuelas infantiles y primarias públicas, situadas en un radio de 50 km en torno a la ciudad de Alcoy.

Para ello nos basaremos en 2 fuentes de información: primaria y secundaria.

La fuente de información primaria, compuesta por una encuesta ad hoc de elaboración propia (Anexo 6: Cuestionario), incluye tanto preguntas de comportamiento, como de opinión y de clasificación. Esta se divide en 3 principales variables: motivación, servicios propuestos y precio.

En cuanto a la fuente de información secundaria, se compone del listado de centros educativos públicos de la Comunidad Valenciana, otorgado por la web de la Generalitat Valenciana (Anexo 7: Marco muestral). Por tanto, es una fuente secundaria de tipo externa. Sin embargo, tal y como lo hemos evocado anteriormente, tan solo nos basaremos en las escuelas situadas en un radio de 50 km en torno a Alcoy, puesto que en un inicio pretendemos atraer la población más cercana a esta ciudad.

5.2.2. VARIABLES

Atendiendo a nuestra fuente de información primaria, el cuestionario ha sido elaborado exclusivamente a través de preguntas cerradas puesto que facilitan el trabajo de investigación a la hora de codificar las variables.

Por tanto, se trata de un cuestionario estructurado basado en diferentes tipos de preguntas cerradas cuya codificación se muestra a continuación:

Pregunta	Tipo	Variable	Alternativa
1. ¿Ha llevado alguna vez a sus alumnos a una granja escuela?	Pregunta filtro de comportamiento, categórica, dicotómica Respuesta única	1: "Llevado"	Si = 1, No = 0
2. Si ha llevado a sus alumnos a una granja escuela, ¿por qué motivo(s)?	Pregunta de comportamiento, categórica, politómica Respuesta múltiple	2: "Habitual" 3: "Rural" 4: "Proced" 5: "Valores" 6: "Disfruta"	Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0
3. Si no ha llevado nunca a sus alumnos a una granja escuela, ¿por qué motivo(s) lo haría?	Pregunta de comportamiento, categórica, politómica Respuesta múltiple	7: "MRural" 8: "Aliment" 9: "NValores" 10: "AireL"	Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0
4. ¿Por cuánto tiempo le gustaría llevar a sus alumnos a una granja escuela?	Pregunta de comportamiento, categórica, politómica Respuesta única	11: "Tiempo"	1: Medio día (Si = 1, No = 0) 2: Un día completo (Si = 1, No = 0) 3: Entre 2 y 3 días (Si = 1, No = 0) 4: Entre 4 y 5 días (Si = 1, No = 0)
5. ¿En qué época preferiría llevar a sus alumnos?	Pregunta de comportamiento, categórica, politómica Respuesta única	12: "Época"	1: Invierno (Si = 1, No = 0) 2: Primavera (Si = 1, No = 0) 3: Verano (Si = 1, No = 0) 4: Otoño (Si = 1, No = 0)
6. ¿Qué tipo de actividades le gustaría que efectuarán sus alumnos?	Pregunta de opinión, categórica, politómica Respuesta múltiple	13: "Animales" 14: "Jardín" 15: "Cocina" 16: "Deporte" 17: "Reciclaje" 18: "Manual"	Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0 Si = 1, No = 0

Pregunta	Tipo	Variable	Alternativa
7. Opine sobre el grado de importancia de los servicios propuestos:	Pregunta de opinión, mixta (escala Likert) Respuesta única	19: "Comedor" 20: "Noche" 21: "Personal" 22: "Ambiente" 23: "Idiomas" 24: "Atención" 25: "Grupos"	Con valores entre 1 y 5 donde 1 es "Poco Importante" y 5 "Muy importante"
8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por niño, por un día completo en una granja escuela?	Pregunta de comportamiento, categórica, politómica Respuesta única	26: "Precio1"	1: Menos de 25€ (Si = 1, No = 0) 2: Entre 26 y 30€ (Si = 1, No = 0) 3: Entre 31 y 35€ (Si = 1, No = 0) 4: Entre 36 y 40€ (Si = 1, No = 0) 5: Más de 40€ (Si = 1, No = 0)
9. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por niño, por una estancia de 5 días (de lunes a viernes) todo incluido?	Pregunta de comportamiento, categórica, politómica Respuesta única	27: "Precio5"	1: Menos de 125€ (Si = 1, No = 0) 2: Entre 126 y 160€ (Si = 1, No = 0) 3: Entre 161 y 200€ (Si = 1, No = 0) 4: Entre 201 y 250€ (Si = 1, No = 0) 5: Más de 250€ (Si = 1, No = 0)
10. Si se crease una granja escuela en Alcoy, ¿llevaría a sus alumnos?	Pregunta de comportamiento, categórica, dicotómica Respuesta única	28: "Alcoy"	Si = 1, No = 0
11. Atendiendo a la situación actual por Covid-19, ¿cree que estas actividades podrían ser una manera de reanudar los vínculos entre los alumnos, limitando los riesgos de contagio?	Pregunta de opinión, categórica, dicotómica Respuesta única	29: "Covid"	Si = 1, No = 0
12. Tipo de escuela:	Pregunta de clasificación, categórica, politómica Respuesta única	30: "Escuela"	1: Infantil (Si = 1, No = 0) 2: Primaria (Si = 1, No = 0) 3: Mixta (Si = 1, No = 0)

Pregunta	Tipo	Variable	Alternativa
13. ¿Cuántos alumnos de infantil o primaria tiene por clase, aproximadamente?	Pregunta de clasificación, categórica, politómica Respuesta única	31: "Alumnos"	1: Menos de 5 (Si = 1, No = 0) 2: Entre 6 y 10 (Si = 1, No = 0) 3: Entre 11 y 15 (Si = 1, No = 0) 4: Entre 16 y 20 (Si = 1, No = 0) 5: Entre 21 y 25 (Si = 1, No = 0)
14. ¿A qué distancia se encuentra aproximadamente su escuela de Alcoy?	Pregunta de clasificación, categórica, politómica Respuesta única	32: "Distancia"	1: Menos de 10 km (Si = 1, No = 0) 2: Entre 11 y 20 km (Si = 1, No = 0) 3: Entre 21 y 30 km (Si = 1, No = 0) 4: Entre 31 y 40 km (Si = 1, No = 0) 5: Entre 41 y 50 km (Si = 1, No = 0)

Tabla 32: Codificación de las variables

Fuente: Elaboración propia

5.2.3. CÁLCULO DE LA MUESTRA, MUESTREO Y TRABAJO DE CAMPO

5.2.3.1. MUESTRA

Nuestra población, es decir, todos los elementos de los cuales se pretende obtener información se componen de 341 escuelas tanto infantiles de segundo grado como primarias públicas situadas hasta a 50 km de Alcoy, tomando como punto de partida el campus de la Universidad. En la figura a continuación se puede apreciar el alcance geográfico de la población estudiada.

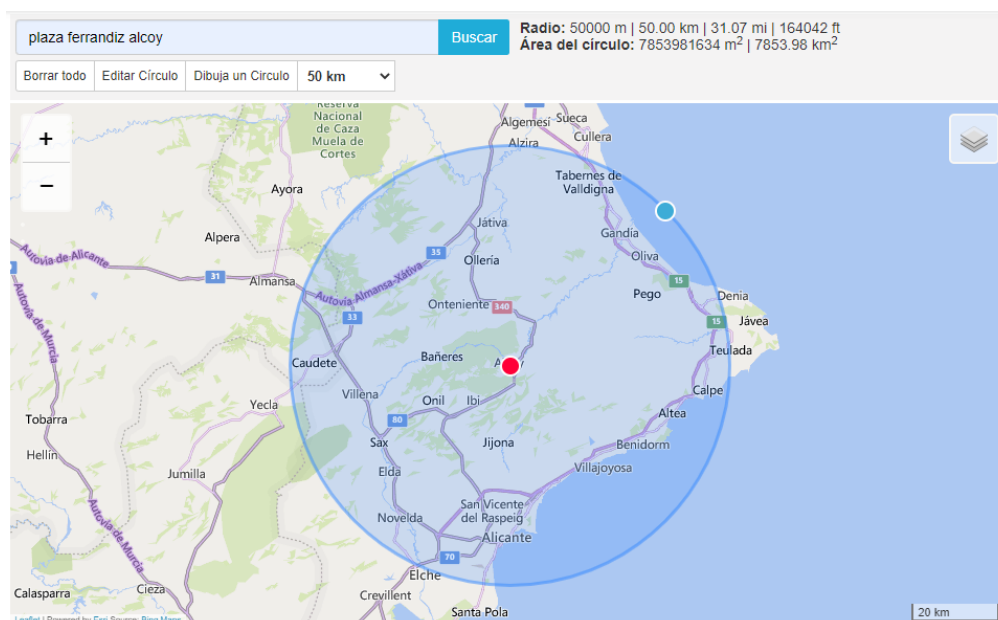


Figura 12: Población seleccionada
Fuente: <https://www.calcmaps.com/es/map-radius/>

Puesto que nuestra población (N) es inferior a 100.000, debemos aplicar la siguiente fórmula para el cálculo de la muestra (n):

$$n = \frac{z^2 * p * q * N}{e^2 * (N - 1) + z * p * q}$$

Para este estudio hemos decidido aplicar a “p” y “q” los valores de 0.5, respectivamente puesto que es la cifra que minimiza el error. Por otro lado, hemos seleccionado un grado de confianza de 95.5%. Esto significa que estamos dispuestos a asumir un nivel de error de muestreo (e) del 4.5%, con un valor de “z” correspondiente a 2.

Procedemos a continuación al cálculo de la muestra (n) que representa una parte de la población a través de la cual se obtiene realmente la información:

$$n = \frac{2^2 * 0.5 * 0.5 * 341}{0.045^2 * (341 - 1) + 2 * 0.5 * 0.5}$$

$$n = 286,92$$

$$n \approx 287$$

Gracias a la aplicación de la fórmula, obtenemos una muestra de 287 escuelas. Esto significa que, con un nivel de error de 4.5%, debemos interrogar a 287 escuelas situadas en torno a 50 km de Alcoy para que los resultados obtenidos se puedan extrapolar a la población total, compuesta por las 341 escuelas infantiles y primarias públicas.

Con todo ello, nuestra fracción de muestreo es la siguiente:

$$\frac{n}{N} = \frac{287}{341} = 84,16\%$$

Esto significa que nuestra muestra está compuesta por el 84,16% de la población.

Así mismo, también podemos calcular el coeficiente de elevación:

$$\frac{N}{n} = \frac{341}{287} = 1,19$$

Esto significa que cada elemento de la muestra representa 1,19 elementos muestrales.

5.2.3.2. MUESTREO

Ahora que conocemos nuestra muestra, vamos a decidir de qué manera escoger sus elementos. Para ello, aplicaremos un tipo de muestreo probabilístico en el cual cada elemento de la población tiene una probabilidad específica de ser elegida. Concretamente, aplicaremos el método del elemento muestral estratificado, dividiendo nuestra población en base a diferentes subgrupos geográficos, denominados estratos.

Creamos por lo tanto 5 estratos, basándonos en la distancia existente entre el campus de Alcoy y las diferentes escuelas:

- Menos de 10 km
- Entre 11 y 20 km
- Entre 21 y 30 km
- Entre 31 y 40 km
- Entre 41 y 50 km

Aplicamos un método de afijación proporcional en el cual repartimos la muestra proporcionalmente al tamaño de cada estrato. Gracias a ello, afinamos nuestra muestra y reducimos el error.

Estratos	Tamaño	Asignación proporcional
(1) Menos de 10 km	10	8
(2) Entre 11 y 20 km	28	24
(3) Entre 21 y 30 km	42	35
(4) Entre 31 y 40 km	180	152
(5) Entre 41 y 50 km	81	68
TOTAL	341	287

Tabla 33: Asignación proporcional por estratos
Fuente: Elaboración propia

Después de efectuar los cálculos correspondientes, obtenemos que para el estrato 1 (menos de 10 km) tendremos que entrevistar a 8 escuelas, para el estrato 2 se tendrán que entrevistar 24 escuelas, y así sucesivamente. Dentro de cada estrato, se elegirán las escuelas a través del método aleatorio simple, en el cual se eligen los diferentes elementos al azar.

5.2.3.3. TRABAJO DE CAMPO

El trabajo de campo es la parte fundamental de la investigación puesto que consiste en recoger toda la información, en este caso, a través del cuestionario.

La recogida de la información se efectuará por mí misma, como fundadora de la granja escuela, puesto que además de gestionar el negocio, tengo una formación en investigación comercial gracias a diversas asignaturas cursadas en la EPSA.

Los cuestionarios se cumplimentarán por vía telefónica durante el mes de junio, efectuando una llamada a la dirección de las diferentes escuelas seleccionadas. Gracias a ello, se conseguirán los datos de manera instantánea, obteniendo respuestas más fiables, reduciendo los posibles sesgos que se puedan dar y permitiendo al entrevistado poder plantear cualquier duda o pregunta que le surja. Así mismo, se evitan costes de desplazamiento y se permite un mayor control sobre la muestra.

5.2.4. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE DATOS

Una vez que se haya recogido toda la información, se procederá a su análisis, a través de 2 técnicas: univariante y bivariante. Estas técnicas consisten en analizar una o dos variables, respectivamente.

Gracias a ello, podremos describir la muestra basándonos en las preguntas de clasificación (n° de alumnos, zona geográfica, tipo de escuela) y analizarlas posteriormente frente a las preguntas de comportamiento y de opinión.

El análisis de datos se efectuará gracias al programa de diseño y análisis de encuestas: Dyane v.4.

5.2.5. FICHA TÉCNICA DEL ESTUDIO

A continuación, mostramos el resumen de las variables anteriores gracias a la ficha técnica del estudio:

Población	Escuelas infantiles y primarias públicas situadas en un radio de 50 km en torno a la ciudad de Alcoy (N = 341)
Tipo de encuesta	Ad hoc, telefónica
Tamaño muestral	287
Error de muestreo	4.5%
Nivel de confianza	95.5%
Método de muestreo	Probabilístico estratificado con afijación proporcional en base a la distancia entre la escuela encuestada y Alcoy
Fecha del trabajo de campo	Junio de 2021
Programa de análisis de datos	Dyane v.4

Tabla 34: Ficha técnica del estudio

Fuente: Elaboración propia

5.3. RESULTADOS

A continuación, vamos a tratar de analizar los resultados obtenidos de las encuestas con el fin de destacar si las decisiones tomadas anteriormente en cuanto a inversiones y precios son adecuadas y cuál de los 3 escenarios planteados es más probable que suceda.

5.3.1. ANÁLISIS UNIVARIANTE

En primer lugar, vamos a efectuar una descripción de nuestra muestra basándonos en las preguntas de clasificación.

- **Tipo de escuela**

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Infantil	45	15,68
2	Primaria	39	13,59
3	Mixta	203	70,73
Total frecuencias		287	100

Tabla 35: Frecuencias pregunta "Tipo de escuela"

Fuente: Dyane - Elaboración propia

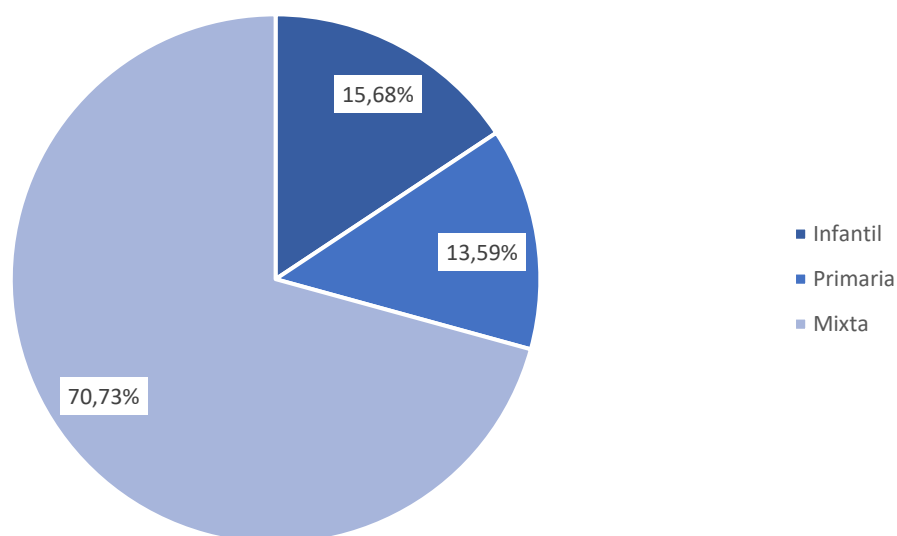


Figura 13: Frecuencias pregunta "Tipo de escuela" (%)

Fuente: Dyane - Elaboración propia

Nuestra muestra compuesta por un total de 287 escuelas se descompone en 45 infantiles (15,68%), 39 primarias (13,59%) y 203 mixtas (70,73%). Este último dato significa que ofrecen tanto una educación infantil como primaria. En este caso, las escuelas de tipo mixta superan ampliamente las escuelas que tan solo ofrecen un tipo de enseñanza. Por tanto, si dichas escuelas deciden acudir a la granja, deberemos adaptar las actividades tanto a los niños de infantil como a los niños de primaria. Es decir, al rango de edad previsto inicialmente, situado entre 3 y 12 años.

- **Nº de alumnos por clase**

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Menos de 5	-	0,00
2	Entre 6 y 10	27	9,41
3	Entre 11 y 15	29	10,10
4	Entre 16 y 20	69	24,04
5	Entre 21 y 25	162	56,45
Total frecuencias		287	100,00

Tabla 36: Frecuencias pregunta "Nº de alumnos"

Fuente: Dyane – Elaboración propia

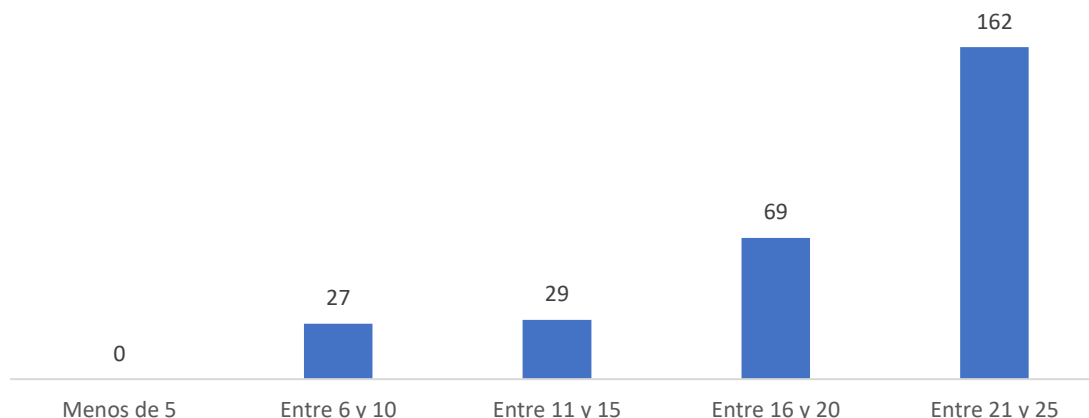


Figura 14: Frecuencias pregunta "Nº de alumnos"

Fuente: Dyane - Elaboración propia

Analizando el número de alumnos por aula en cada una de las escuelas, podemos apreciar que la mayoría (56,45%) poseen clases compuestas por 21-25 alumnos. En segundo lugar, un 24% de las escuelas poseen clases compuestas por 16-20 alumnos. Finalmente, en torno a un 10% de las escuelas poseen entre 6 y 10 alumnos por clase o entre 11 y 15. Ninguna escuela encuestada posee menos de 5 alumnos por aula. Por tanto, podemos suponer que la mayoría de los grupos de alumnos que acuden a la granja escuela estén compuestos por 21-25 alumnos o por grupos relativamente amplios.

- **Distancia desde la ciudad de Alcoy**

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Menos de 10 km	8	2,79
2	Entre 11 y 20 km	24	8,36
3	Entre 21 y 30 km	35	12,20
4	Entre 31 y 40 km	152	52,96
5	Entre 41 y 50 km	68	23,69
Total frecuencias		287	100,00

Tabla 37: Frecuencias pregunta "Distancia"

Fuente: Dyane – Elaboración propia

Vemos que, para cada uno de los estratos, se cumple el número de escuelas entrevistadas repartidas en función del método de afijación proporcional expuesto anteriormente. El estrato más amplio es el número 4 (entre 31 y 40 km) ya que incluye las ciudades de Alicante, Benidorm, Gandía, Petrer, Sant Vicent del Raspeig, Villena y Xàtiva, entre otras. Estas ciudades poseen una amplia cantidad de escuelas ya que son, para la mayoría, muy pobladas. Sin embargo, el estrato con menos escuelas es el número 1, más cercano a Alcoy, que no llega a representar un 3% de la muestra. Por tanto, los estratos más lejanos de Alcoy son los que más escuelas poseen. Esto podría suponer una amenaza para el negocio si decidieran no acudir a la granja por motivos de distancia. Para asegurarnos de ello, vamos a analizarlo en los siguientes apartados.

Vamos a centrarnos ahora en el análisis individual de algunas preguntas de comportamiento y opinión.

- **Pregunta: ¿Ha llevado alguna vez a sus alumnos a una granja escuela?**

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Si	201	70,03
2	No	86	29,97
Total frecuencias		287	100,00

Tabla 38: Frecuencias pregunta "Llevado"
Fuente: Dyane – Elaboración propia

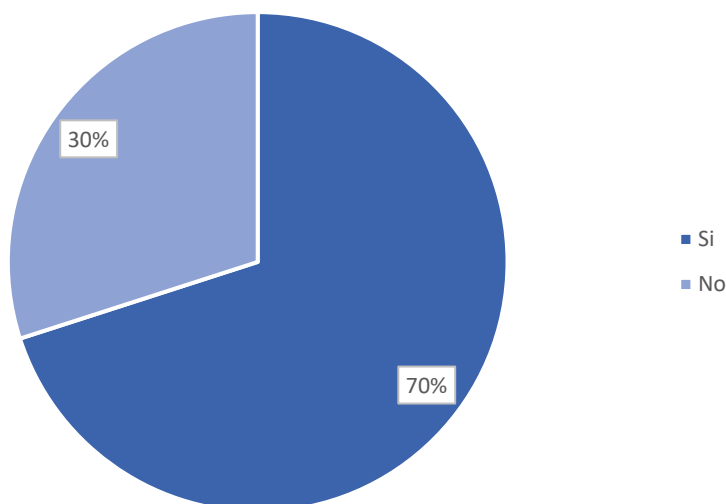


Figura 15: Frecuencias pregunta "Llevado" (%)
Fuente: Dyane - Elaboración propia

Vemos que 201 escuelas de las 287 entrevistas han llevado a sus alumnos alguna vez a una granja escuela. Esto representa un 70% de la población. Podemos considerar por lo tanto que esta es una práctica común, tal y como lo comentábamos anteriormente. Esta práctica suele darse una vez al año como excursión escolar.

- **Pregunta: Si ha llevado a sus alumnos a una granja escuela, ¿por qué motivo?**

Código	Significado (respuestas múltiples)	Frecuencias	% s/ total frec.
1	Es una actividad que se hace habitualmente	62	13,30
2	Para que descubran el mundo rural	167	35,84
3	Para que descubran la procedencia de los alimentos	65	13,95
4	Para inculcarles nuevos valores	125	26,82
5	Para que disfruten de un día al aire libre	47	10,09
Total frecuencias		466	100,00

Tabla 39: Frecuencias pregunta "Si, Motivo"
Fuente: Dyane – Elaboración propia

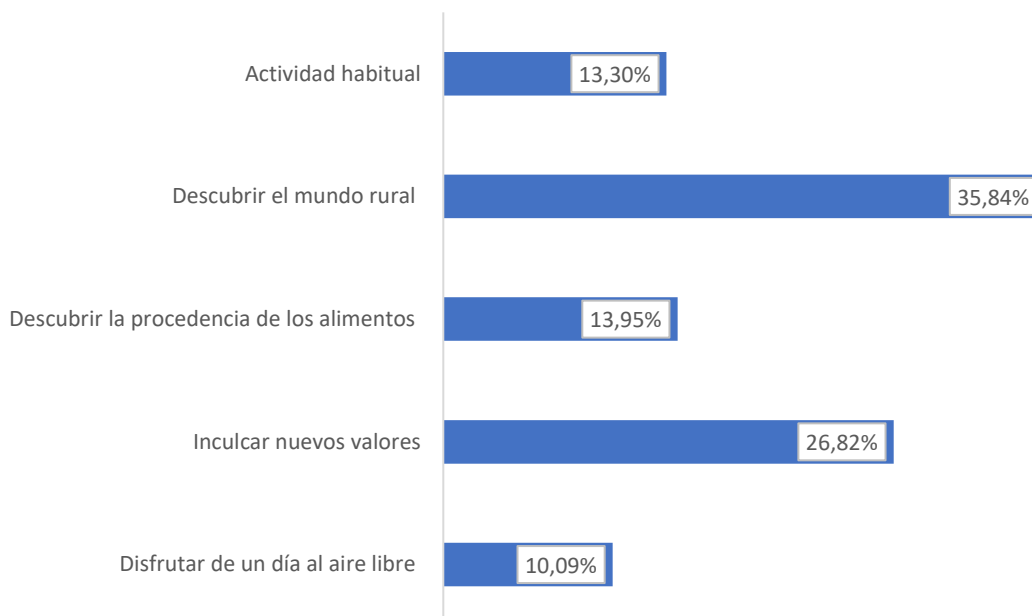


Figura 16: Frecuencias pregunta “Si, Motivo”

Fuente: Dyane - Elaboración propia

El motivo más recurrente por el cual las escuelas suelen llevar a sus alumnos a granjas escuela es para descubrir el mundo rural (35,84%). El segundo motivo más recurrente es para inculcar nuevos valores a los niños (26,82%). A continuación, con aproximadamente la misma frecuencia de respuestas (13,95% y 13,30%, respectivamente), para que descubran la procedencia de los alimentos y porque es una actividad habitual. Por último, con tan solo un 10,09% de respuesta, para que los niños puedan disfrutar de un día al aire libre.

Por lo tanto, podemos ver que los motivos que conllevan a los maestros a llevar a sus alumnos a granjas escuela son motivos razonados y de aprendizaje donde el objetivo es permitir a los niños descubrir el mundo rural, un mundo que para la mayoría desconocen, y a su vez transmitir valores, principalmente de respeto hacia el medioambiente.

- **Pregunta: Si no ha llevado nunca a sus alumnos a una granja escuela, ¿por qué motivo lo haría?**

Código	Significado (respuestas múltiples)	Frecuencias	% s/ total frec.
1	Para que descubran el mundo rural	73	37,63
2	Para que descubran la procedencia de los alimentos	39	20,10
3	Para inculcarles nuevos valores	58	29,90
4	Para que disfruten de un día al aire libre	24	12,37
Total frecuencias		194	100,00

Tabla 40: Frecuencias pregunta “No, Motivo”

Fuente: Dyane – Elaboración propia

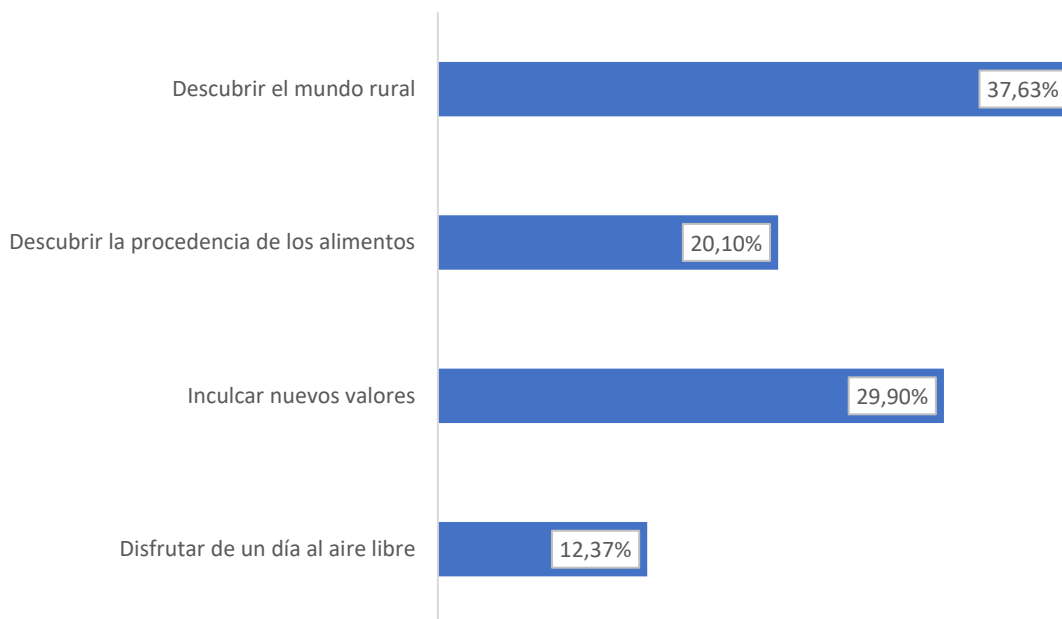


Figura 17: Frecuencias pregunta “No, Motivo”

Fuente: Dyane - Elaboración propia

En el caso contrario en el que las escuelas no hayan llevado nunca a sus alumnos a una granja escuela, podemos ver que los motivos por los que lo harían son idénticos. La opción de respuesta “Para que descubran el mundo rural” toma la primera posición con un 37,63% de frecuencia, seguido de “Para inculcar nuevos valores” cuyo porcentaje de respuesta es de 29,90%. Al igual que en el caso anterior, disfrutar de un día al aire libre forma parte de uno de los motivos, pero no es el principal ya que posee la menor frecuencia (12,37%).

- **Pregunta: ¿Por cuánto tiempo le gustaría llevar a sus alumnos a una granja escuela?**

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Medio día	36	12,54
2	Un día completo	164	57,14
3	Entre 2 y 3 días	58	20,21
4	Entre 4 y 5 días	29	10,10
Total frecuencias		287	100,00

Tabla 41: Frecuencias pregunta “Tiempo”

Fuente: Dyane – Elaboración propia

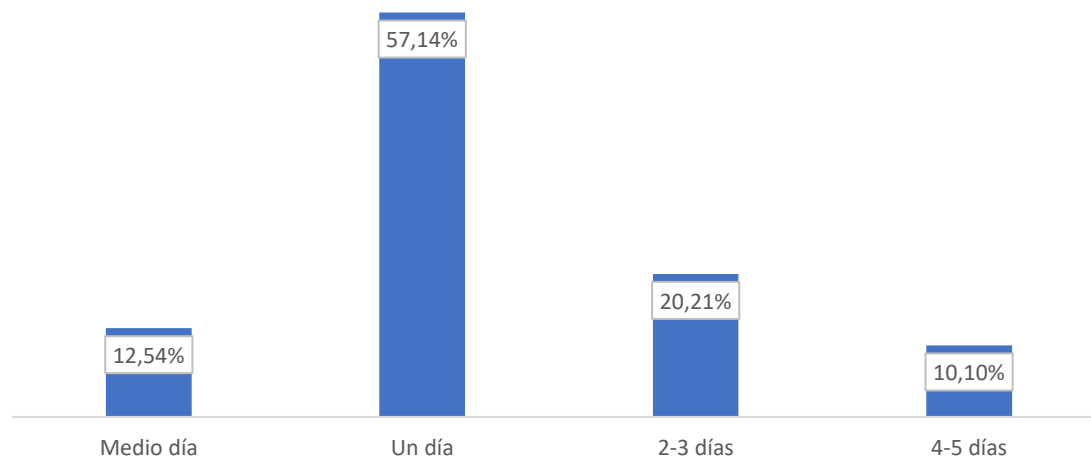


Figura 18: Frecuencias pregunta "Tiempo"
Fuente: Dyane - Elaboración propia

Al preguntar a las diferentes escuelas por cuánto tiempo les gustaría llevar a sus alumnos a la granja escuela, obtenemos que un 57,14% llevaría a sus alumnos por un periodo de un día. Podemos intuir por tanto que nuestra demanda a través de las escuelas será principalmente por dicho periodo. Sin embargo, también vemos una tendencia relativamente elevada (20,21%) dirigida hacia un periodo de 2 o 3 días. Gracias a esto podemos pensar que será conveniente efectuar la construcción de los dormitorios ya que tendrán demanda. Además, con un menor porcentaje (10,10%) algunas escuelas han contestado que les interesaría hasta un periodo de 4 o 5 días.

Por último, vemos que un 12,54% de las escuelas ha contestado que prefieren un periodo menor, que no alcanza a ser un día completo. Gracias a las entrevistas por vía telefónica, hemos podido concretizar este aspecto ya que nos han contestado que la visita se haría principalmente por las mañanas.

- **Pregunta: ¿En qué época preferiría llevar a sus alumnos?**

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Invierno	0	0,00
2	Primavera	221	77,00
3	Verano	2	0,70
4	Otoño	64	22,30
Total frecuencias		287	100,00

Tabla 42: Frecuencias pregunta "Época"
Fuente: Dyane – Elaboración propia

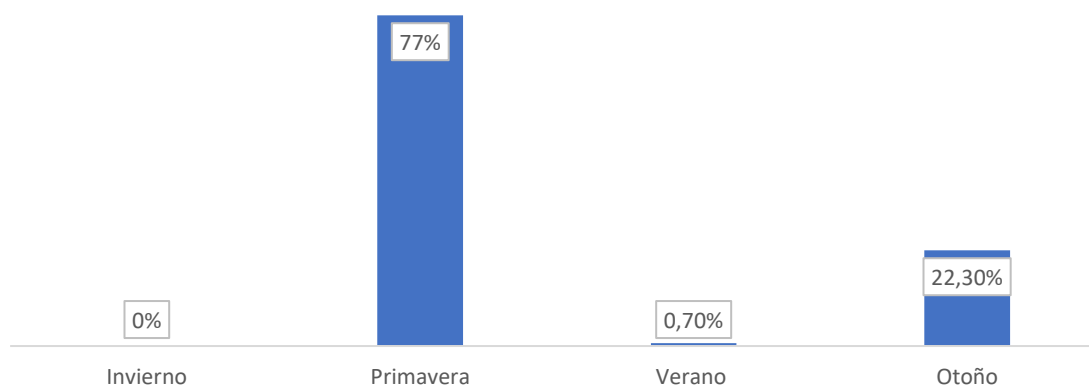


Figura 19: Frecuencias pregunta "Época"

Fuente: Dyane - Elaboración propia

Independientemente del tiempo durante el cual las escuelas querrían llevar a sus alumnos, hemos creído conveniente preguntarles en qué época del año lo harían. Gracias a análisis previos, sabemos que este tipo de negocios tiene estacionalidad. Esto se refleja ampliamente en las respuestas de nuestros entrevistados.

Como comentábamos, las temporadas altas, de mucha demanda, se darán principalmente en primavera. En este caso lo podemos confirmar ya que un 77% de la muestra ha contestado que prefieren llevar a sus alumnos en dicha época.

En segundo lugar, se posiciona otoño con un 22,30% de respuestas. Aquí podemos ver que la cifra es claramente inferior, pero también debemos tenerlo en cuenta ya que podría representar una cuarta parte de la demanda anual.

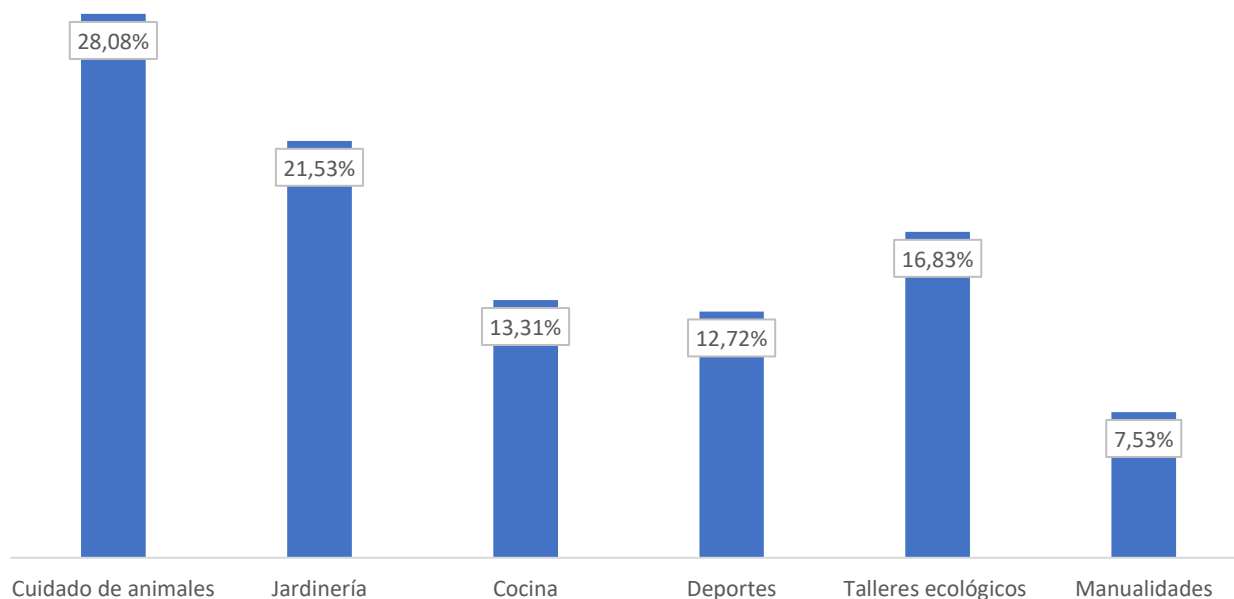
En cuanto a la época de verano, obtiene un porcentaje de respuestas de 0,70%. Esta cifra es lógica puesto que las escuelas cierran durante los meses de julio y agosto por vacaciones. No obstante, algunas escuelas nos han indicado que les gustaría llevar a sus alumnos a finales de junio como excursión de fin de curso. Sabiendo que la demanda por parte de las escuelas será muy baja en verano, podemos ofrecer otros servicios como campamentos, donde la decisión de compra del servicio se daría por parte de los padres.

Por último, la época de invierno posee la cifra más baja (0%) ya que ninguna escuela ha seleccionado esta opción de respuesta. Según esta investigación podemos pensar que durante las épocas invernales no tendremos ninguna demanda, por lo tanto, tampoco tendríamos ingresos, pero si será necesario seguir mantenimiento las instalaciones y cuidar del ganado. Para evitar incurrir en pérdidas y luchar contra la estacionalidad, sería conveniente proponer actividades de interior, adaptadas a las condiciones climáticas de la época, para atraer a los clientes.

- **Pregunta: ¿Qué tipo de actividades le gustaría que efectuarán sus alumnos?**

Código	Significado (respuestas múltiples)	Frecuencias	% s/ total frec.
1	Cuidado de animales	287	28,08
2	Talleres de jardinería	220	21,53
3	Talleres de cocina	136	13,31
4	Actividades deportivas	130	12,72
5	Talleres de reciclaje y ecológicos	172	16,83
6	Manualidades diversas	77	7,53
Total frecuencias		1.022	100,00

*Tabla 43: Frecuencias pregunta "Actividad"
Fuente: Dyane – Elaboración propia*



*Figura 20: Frecuencias pregunta "Actividad"
Fuente: Dyane - Elaboración propia*

Ahora que sabemos aproximadamente por cuánto tiempo y en qué épocas se darán las visitas, debemos saber qué actividades propuestas han suscitado más interés para los entrevistados. En este caso, 3 actividades destacan sobre las demás: cuidado de animales (28,08%), talleres de jardinería (21,53%) y talleres ecológicos (16,83%). Esto es un punto a nuestro favor ya que son las actividades que más queremos destacar en nuestro negocio.

Por otro lado, las actividades de cocina y de deportes obtienen unos porcentajes similares: 13,31% y 12,72%, respectivamente. En el caso de los talleres de cocina, algunas escuelas han comentado durante la entrevista que resulta muy interesante el hecho de proponer la confección de alimentos como mantequilla o queso ya que no se da en ninguna otra granja escuela. A la hora de promover y publicitar nuestro negocio, podríamos usar este factor como ventaja competitiva. Por otro lado, las actividades deportivas han suscitado intereses ya que la dirección de las escuelas considera que es necesario que los niños puedan efectuar una actividad física al menos una vez al día como lo hacen en el recreo.

Por último, las manualidades diversas han sido las menos seleccionadas ya que obtienen tan solo una cifra de 7,53%. Por lo tanto, es una actividad que puede interesar a los clientes, pero en la cual no será necesario hacer demasiado hincapié.

- Preguntas de opinión

Nº variable	Denominación	Nº de casos	Media aritmética	Desviación estándar	Máximo	Mínimo
7	Servicio de comedor	287	4,46	0,70	5,00	2,00
8	Servicio de noche	287	3,58	1,17	5,00	1,00
9	Personal cualificado en educación infantil	287	4,79	0,41	5,00	3,00
10	Actividades orientadas al respeto del medioambiente	287	4,36	0,61	5,00	3,00
11	Actividades en idiomas extranjeros (principalmente inglés)	287	2,42	1,00	5,00	1,00
12	Atención personalizada (alergias...)	287	4,80	0,43	5,00	2,00
13	Actividades/talleres en grupos reducidos	287	4,50	0,53	5,00	3,00

Tabla 44: Estadísticas sobre preguntas de opinión

Fuente: Dyane – Elaboración propia

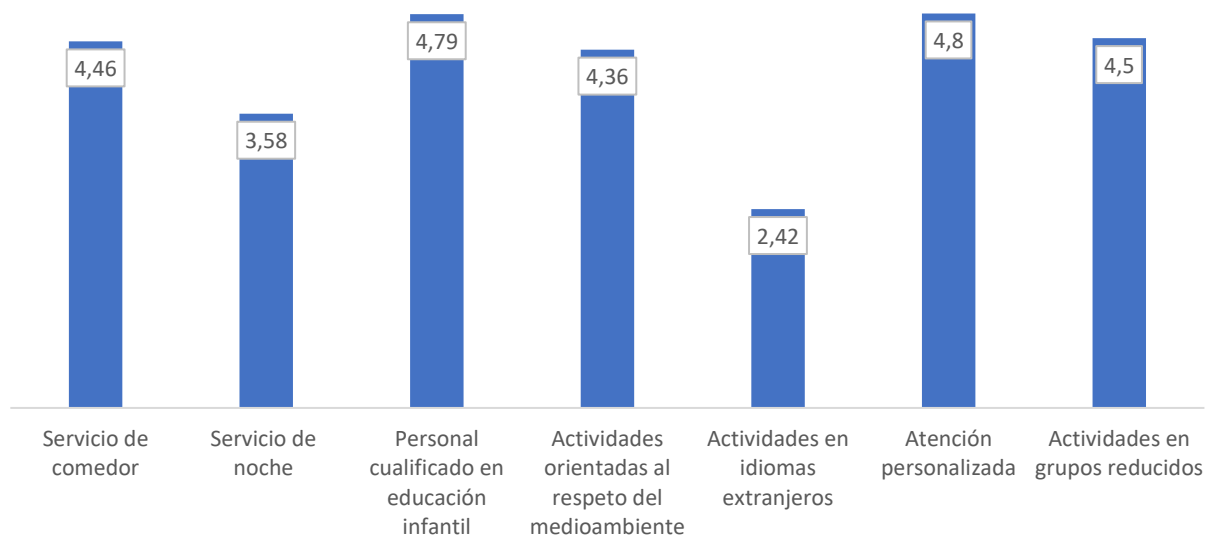


Figura 21: Medias aritméticas preguntas de opinión

Fuente: Dyane – Elaboración propia

A través de estos datos observamos que los aspectos destacados como más importantes son que el personal esté cualificado en educación infantil, con una media de 4,79, y que se dé una atención personalizada en función de las características de los niños (4,8). Evidentemente la educación y el cuidado de los niños son fundamentales en el entorno escolar.

En segundo lugar, resalta la importancia de tener un servicio de comedor (4,46), que las actividades se efectúen en grupos reducidos (4,5) y la propuesta de actividades orientadas hacia el respeto del medioambiente (4,36).

Todos estos aspectos ya han sido tomados en cuenta dentro de la propuesta de negocio, por lo que confirma su relevancia.

En cuanto al servicio de noche, este obtiene una media de 3,58 lo que lo sitúa entre una valoración importante e indiferente. Esto apoya el hecho de que la mayoría de las escuelas tan solo pretenden acudir durante un día completo. Por lo tanto, este aspecto no es relevante para ellas. Sin embargo, también hemos visto que para otras será importante ya que les gustaría una estancia en la granja de varios días.

Por último, podemos destacar que las actividades en idiomas extranjeros no se consideran como importantes. Al contrario, con una media aritmética de 2,42, se sitúan entre una valoración indiferente y poco importante. Podemos considerar que no será necesario incluir actividades en otros idiomas, al menos al inicio de la actividad.

- **Pregunta: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por niño, por un día completo en una granja escuela?**

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Menos de 25€	91	31,71
2	Entre 26 y 30€	132	45,99
3	Entre 31 y 35€	52	18,12
4	Entre 36 y 40€	12	4,18
5	Más de 40€		0,00
Total frecuencias		287	100,00

Tabla 45: Frecuencias pregunta "Precio1"
Fuente: Dyane – Elaboración propia

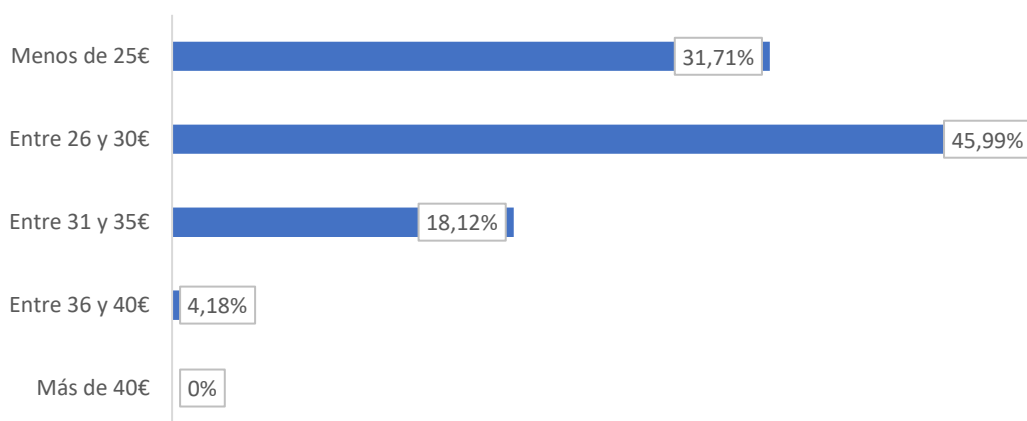


Figura 22: Frecuencias pregunta "Precio1"
Fuente: Dyane – Elaboración propia

Llegando a las preguntas sobre los precios, hemos querido saber qué precio estarían dispuestos a pagar nuestros clientes por un día completo en la granja escuela. Hemos obtenido que un 45,99% estaría

dispuesto a pagar un precio situado entre 26 y 30€. Esto representa casi la mitad de nuestros entrevistados. Sabiendo que hemos establecido un precio de 27€ por un día completo, podemos pensar que esta decisión es acertada.

Sin embargo, es importante tener en cuenta que un 31,71% de la muestra opina que estarían dispuestos a pagar un precio inferior a 25€. Para nuestro recién negocio, un precio situado por debajo de 25€ sería inviable puesto que incurriríamos en excesivas pérdidas. Esta tendencia viene provocada por 2 principales aspectos. En primer lugar, por un cierto desconocimiento acerca de los precios de las granjas escuela y, por otro lado, por una competencia con precios muy inferiores como son el caso de Granjalandia y La Viña, comentados en el análisis del mercado.

Por último, vemos que un 18,12% de las escuelas estarían dispuestas a pagar entre 31 y 35€, tan solo un 4,18% de las escuelas estarían dispuestas a pagar un precio situado entre 36 y 40€ y que ninguna estaría dispuesta a pagar más de 40€. Por lo tanto, esto nos confirma que establecer un precio por encima de 30€ provocaría un rechazo por parte de la demanda. Es recomendable que nuestros precios se sitúen entre 25 y 30€ como lo planteamos al inicio del proyecto.

- **Pregunta: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por niño, por una estancia de 5 días (de lunes a viernes) todo incluido?**

Código	Significado	Frecuencias	%
1	Menos de 125€	26	9,06
2	Entre 126 y 160€	142	49,48
3	Entre 161 y 200€	88	30,66
4	Entre 201 y 250€	31	10,80
5	Más de 250€	0	0,00
Total frecuencias		287	100,00

Tabla 46: Frecuencias pregunta "Precio5"

Fuente: Dyane – Elaboración propia

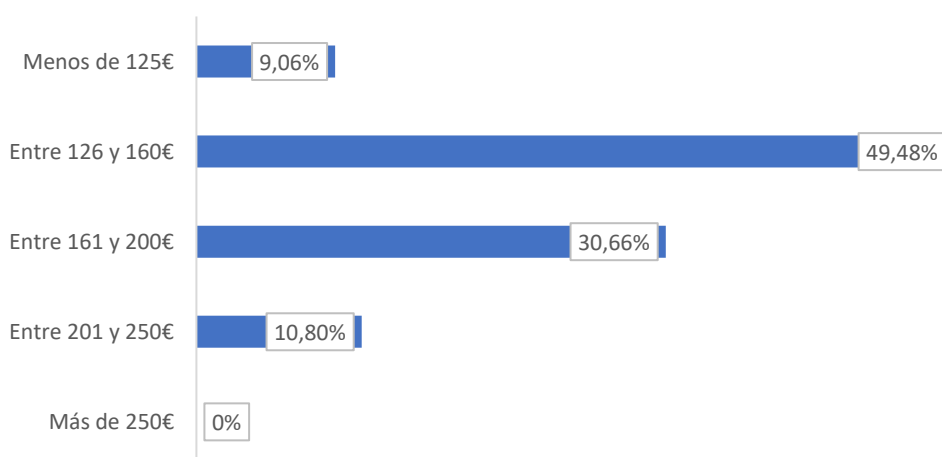


Figura 23: Frecuencias pregunta "Precio5"

Fuente: Dyane – Elaboración propia

Después, hemos querido analizar cuánto estarían dispuestas a pagar por una estancia de 5 días en la granja escuela. Recordamos que previamente establecimos un precio de 205€, todo incluido. Gracias

a los resultados obtenidos, vemos claramente que este precio es demasiado elevado ya que tan solo un 10,80% de las escuelas estaría dispuesto a pagar un precio entre 201 y 250€. Así mismo, ninguna pagaría un precio superior a 250€.

En cambio, un 49,48%, es decir, casi la mitad, estarían dispuestas a pagar entre 126 y 160€ por este servicio. Además, un 30,66% estaría dispuesto a pagar un precio entre 161 y 200€. Por lo tanto, podemos prever que lo adecuado sería implantar un precio situado alrededor de 160€ por dicha estancia. Es decir, 45€ por debajo del precio inicial.

El punto que destacar es que tan solo un 9,06% de la población estaría dispuesta a pagar un precio inferior a 125€. Esto nos hace pensar que podemos establecer un precio superior sin temer provocar un rechazo por parte de las escuelas.

5.3.2. ANÁLISIS BIVARIANTE

Una vez que hemos analizado individualmente las preguntas más relevantes para nuestro análisis, vamos a efectuar un análisis bivalente de manera a destacar si existe una relación entre el comportamiento de las escuelas y sus características.

- **Pregunta: ¿Si se crease una granja escuela en Alcoy, llevaría a sus alumnos? – Distancia**

Si se crease una granja escuela en Alcoy, ¿llevaría a sus alumnos?		Total muestra		¿A qué distancia se encuentra aproximadamente su escuela de Alcoy?									
				Menos de 10 km		Entre 11 y 20 km		Entre 21 y 30 km		Entre 31 y 40 km		Entre 41 y 50 km	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Si	259	90,24	7	87,50	18	75,00	31	88,57	147	96,71	56	82,35
2	No	28	9,76	1	12,50	6	25,00	4	11,43	5	3,29	12	17,65
TOTAL		287	100,00	8	100,00	24	100,00	35	100,00	152	100,00	68	100,00

Tabla 47: Frecuencias pregunta "Alcoy" con "Distancia"

Fuente: Dyane – Elaboración propia

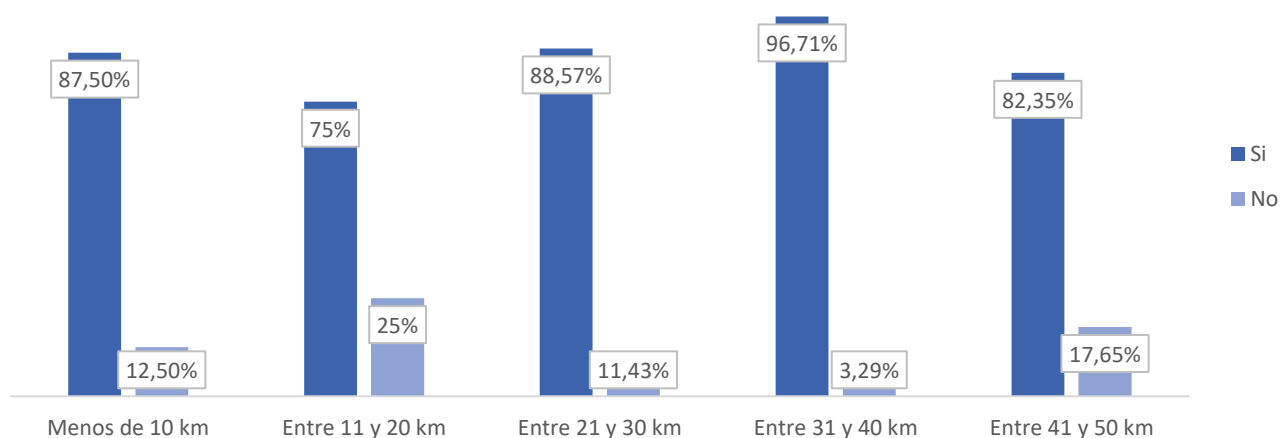


Figura 24: Frecuencias pregunta "Alcoy" con "Distancia"

Fuente: Dyane – Elaboración propia

En primer lugar, podemos destacar que, sea cual sea la distancia en la que se encuentren las escuelas de Alcoy, todas en torno a un 80%, han contestado que sí llevarían a sus alumnos.

El mayor porcentaje de respuestas negativas se da en la categoría de escuelas situadas entre 11 y 20 km. Esto viene debido a que muchas escuelas entrevistadas en esta categoría se sitúan en Ibi o cerca de esta ciudad y por tanto suelen llevar a sus alumnos a Granjalandia.

Por otra parte, vemos que el menor porcentaje de respuestas negativas se da en el estrato 4 (entre 31 y 40 km). Por tanto, aunque las escuelas se encuentren a una mayor distancia de Alcoy, también estarán dispuestas a acudir a nuestra granja, lo cual es muy positivo para el negocio.

- **Pregunta: ¿Por cuánto tiempo le gustaría llevar a sus alumnos a una granja escuela? – Tipo de escuela**

¿Por cuánto tiempo le gustaría llevar a sus alumnos a una granja escuela?		Total muestra		Tipo de escuela:					
				Infantil		Primaria		Mixta	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Medio día	36	12,54	17	37,78	7	17,95	12	5,91
2	Un día completo	164	57,14	26	57,78	20	51,28	118	58,13
3	Entre 2 y 3 días	58	20,21	1	2,22	4	10,26	53	26,11
4	Entre 4 y 5 días	29	10,10	1	2,22	8	20,51	20	9,85
TOTAL		287	100,00	45	100,00	39	100,00	203	100,00

Tabla 48: Frecuencias pregunta "Tiempo" con "Tipo"

Fuente: Dyane – Elaboración propia

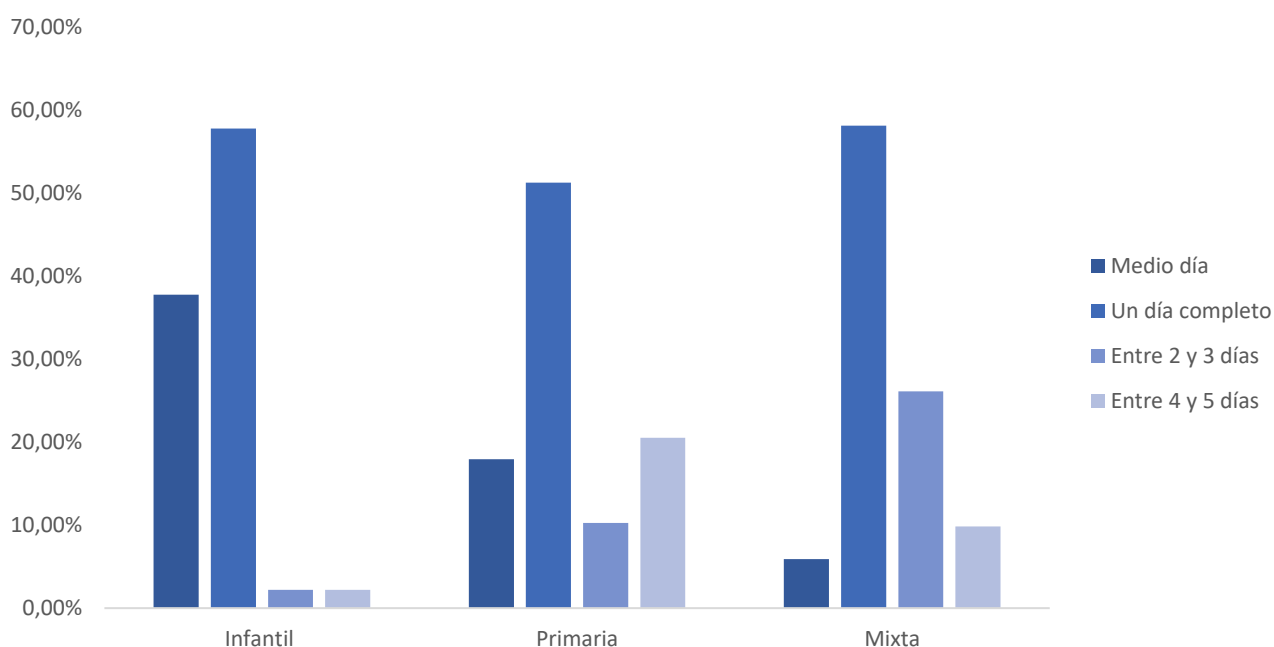


Figura 25: Frecuencias pregunta "Tiempo" con "Tipo"

Fuente: Dyane - Elaboración propia

Aquí, vamos a fijarnos sobre todo en la distinción entre escuelas infantiles y primarias. Podemos apreciar que para las escuelas primarias donde los niños suelen tener entre 6 y 12 años, los

entrevistados estarían dispuestos a llevarlos a la granja por un tiempo superior que para las escuelas infantiles.

En efecto, en un 10,26% de los casos, las escuelas primarias acudirían a nuestra granja por un periodo comprendido entre 2 y 3 días, mientras que, para las escuelas infantiles, tan solo representan un 2,22%. En el caso de un periodo de 4 o 5 días, lo mismo sucede, pero con porcentajes incluso más notables: 20,51% para las escuelas primarias y 2,22% para las escuelas infantiles.

Debemos tener en cuenta, por lo tanto, que nuestro servicio de noche podría ir dirigido principalmente a niños de primaria cuya edad les permite ser más autónomos e independientes.

- **Pregunta: ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por niño, por un día completo en una granja escuela? – N° alumnos**

¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por niño, por un día completo en una granja escuela?		Total muestra		¿Cuántos alumnos de infantil o primaria tiene por clase, aproximadamente?									
				Menos de 5		Entre 6 y 10		Entre 11 y 15		Entre 16 y 20		Entre 21 y 25	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Menos de 25€	91	31,71	0	0,00	11	40,74	7	24,14	24	34,78	49	30,25
2	Entre 26 y 30€	132	45,99	0	0,00	13	48,15	19	65,52	27	39,13	73	45,06
3	Entre 31 y 35€	52	18,12	0	0,00	3	11,11	3	10,34	16	23,19	30	18,52
4	Entre 36 y 40€	12	4,18	0	0,00	0	0,00	0	0,00	2	2,90	10	6,17
TOTAL		287	100,00	0	100,00	27	100,00	29	100,00	69	100,00	162	100,00

Tabla 49: Frecuencias pregunta "Precio1" con "N° alumnos"
Fuente: Dyane – Elaboración propia

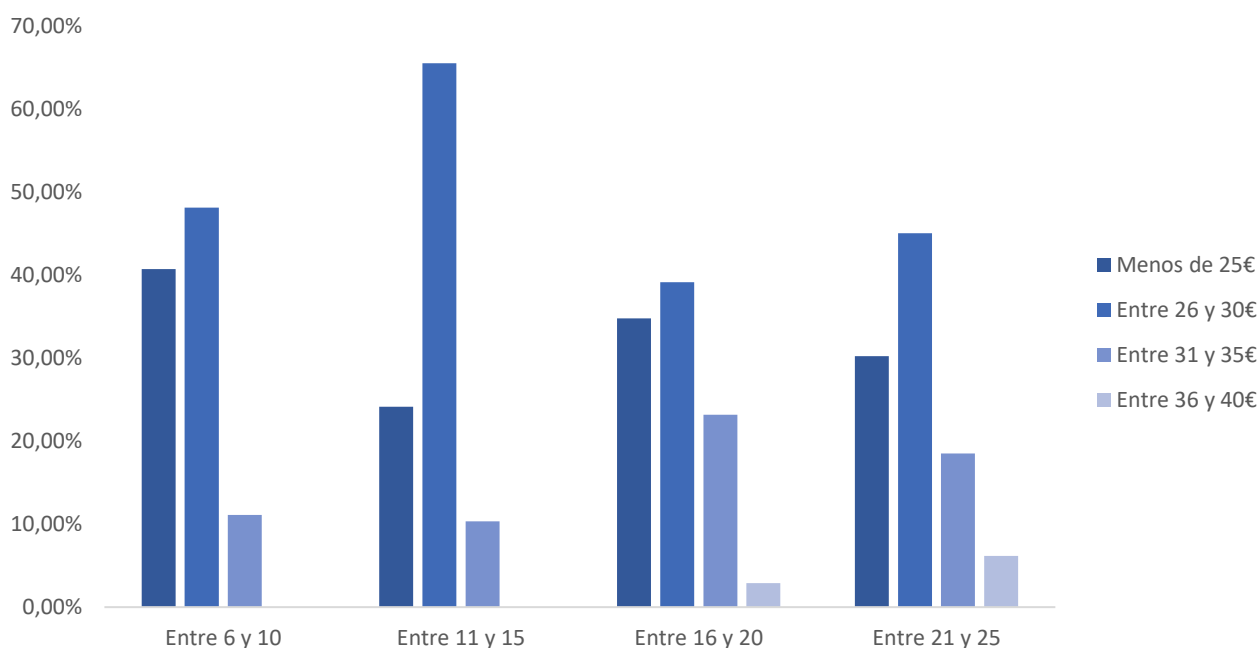


Figura 26: Frecuencias pregunta "Precio1" con "N° alumnos"
Fuente: Dyane – Elaboración propia

Analizando el precio que estarían dispuestas a pagar las escuelas con el número de alumnos por aula, vemos que existe cierta relación. En efecto, a mayor número de alumnos, mayor precio estarían dispuestas a pagar.

Esto se puede observar sobre todo con la categoría de precios situada entre 36 y 40€. Si las aulas poseen menos de 15 alumnos, no estarían dispuestas a pagar ese precio. Sin embargo, si las aulas poseen entre 16 y 20 alumnos, un 2,90€ estaría dispuesto a pagar ese precio. En el caso de aulas con 21 a 25 alumnos, un 6,17% estaría dispuesto. Aunque representen una minoría y aunque no estemos dispuestos a establecer un precio tan elevado al inicio de nuestra actividad, este dato quizás pueda tener en cuenta en un futuro.

- **Pregunta: Atendiendo a la situación actual por Covid-19, ¿cree que estas actividades podrían ser una manera de reanudar los vínculos entre los alumnos, limitando los riesgos de contagio? – N° alumnos**

Atendiendo a la situación actual por Covid-19, ¿cree que estas actividades podrían ser una manera de reanudar los vínculos entre los alumnos, limitando los riesgos de contagio?				¿Cuántos alumnos de infantil o primaria tiene por clase, aproximadamente?									
				Total muestra		Menos de 5		Entre 6 y 10		Entre 11 y 15		Entre 16 y 20	
Código	Categorías	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra	Frecuencias	% s/ muestra
1	Si	214	74,56	0	0,00	17	62,96	23	79,31	50	72,46	124	76,54
2	No	73	25,44	0	0,00	10	37,04	6	20,69	19	27,54	38	23,46
TOTAL		287	100,00	0	100,00	27	100,00	29	100,00	69	100,00	162	100,00

Tabla 50: Frecuencias pregunta "Covid" con "N° alumnos"

Fuente: Dyane – Elaboración propia

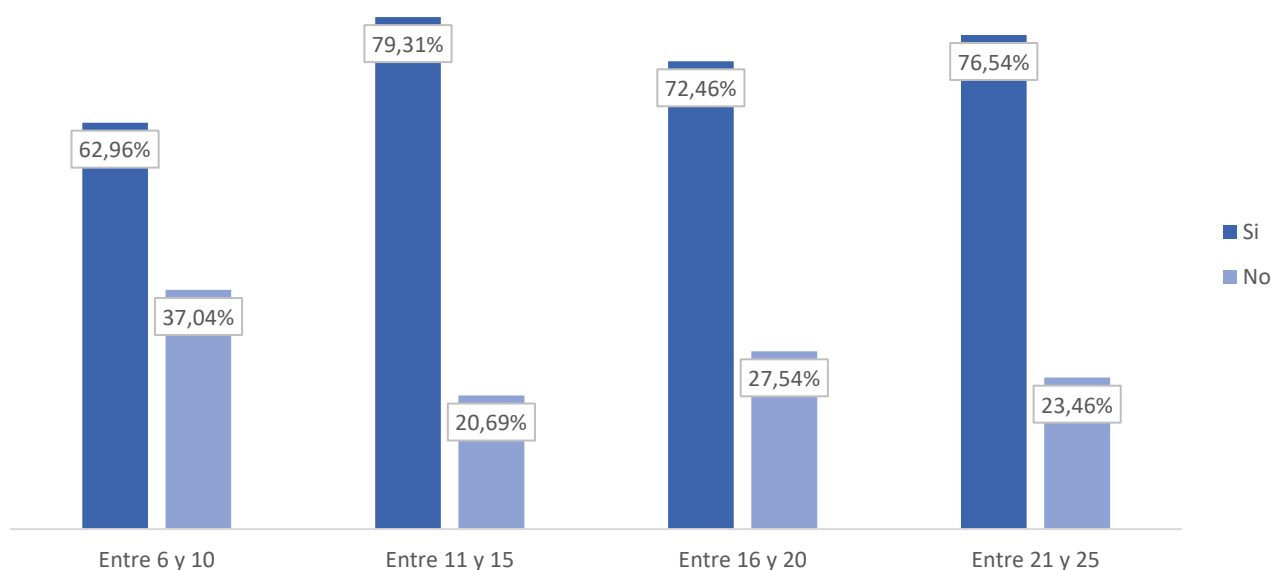


Figura 27: Frecuencias pregunta "Covid" con "N° alumnos"

Fuente: Dyane – Elaboración propia

Por último, hemos querido saber cuál es la situación de los niños respecto a la pandemia y si los servicios que proponemos pueden dar respuesta a las consecuencias provocadas por el Covid. En efecto, las medidas tomadas por el Gobierno han provocado varios confinamientos y que se tuvieran que mantener ciertas distancias entre personas.

En este caso vemos que, para cada categoría, en torno a un 70% de las escuelas consideran que una excursión a una granja escuela puede reanudar los vínculos entre alumnos, evitando riesgos de contagio puesto que la mayoría de las actividades se efectuarían al aire libre.

En el caso de las escuelas que han contestado “no”, hemos podido obtener alguna explicación. En efecto, como los niños han podido retomar una actividad semi normal en el entorno escolar, este factor ya no les afecta tanto. Además, podemos ver que las aulas infantiles y primarias son muy reducidas ya que tan solo pueden contener un máximo de 25 alumnos.

Para las aulas de 6 a 10 alumnos, la opción de respuesta “no” ha sido la más seleccionada con un porcentaje de 37,04%. Aquí, el hecho de poseer grupos muy reducidos ha permitido mantener un contacto más cercano entre alumnos y privilegiar la atención aportada a los niños.

Por lo tanto, esta mejora de la situación sanitaria y los grupos de alumnos reducidos son factores positivos para el negocio, en la actualidad.

5.4. CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN

5.4.1. CONCLUSIONES

Después de analizar los resultados de esta investigación, podemos efectuar varias conclusiones en base a nuestros objetivos.

En primer lugar, hemos observado que esta propuesta de negocio resulta muy atractiva para las diferentes escuelas ya que, en un 70% de los casos, ya han acudido alguna vez a una granja escuela. Además, hemos visto que la gran mayoría, pese a la distancia que pueda haber entre su escuela y Alcoy, estarían dispuestas a acudir. Por lo tanto, nos situaríamos en un escenario razonable, tal y como lo habíamos previsto.

También hemos podido identificar que los motivos principales por los cuales las escuelas quieren acudir a una granja escuela son principalmente para que los niños puedan descubrir el mundo rural y para que inculcarles nuevos valores. Esto es exactamente lo que definimos en nuestra misión, visión y valores. Además, todos los servicios propuestos (comedor, dormitorios, atención personalizada, etc.) poseen una cualificación muy alta, por lo tanto, resultan muy importantes a excepción de las actividades en diversos idiomas que se muestran como irrelevantes.

Así mismo, si nos centramos en las actividades, hemos destacado que el cuidado de animales y los talleres de jardinería y ecológicos han sido los más seleccionados. Puesto que son las actividades más importantes de nuestro negocio, esto nos confirma que la elección ha sido correcta y que los servicios propuestos son de interés para nuestros clientes. Por otro lado, también hemos podido destacar en cuanto al taller de cocina, que la confección de productos tales como mantequilla o queso es algo innovador en esta zona ya que ninguna otra granja lo propone.

Gracias a las preguntas sobre el tiempo durante el cual vendrían a la granja escuela, hemos confirmado que lo más interesante es construir en primer lugar la granja sin dormitorios y ampliarla posteriormente, ya que esto interesaría un 30% de las escuelas, sobre todo primarias. En cuanto a la época, hemos podido confirmar la estacionalidad de este servicio. Las visitas se darán principalmente en primavera y en otoño, aunque en este último en menor medida. Sin embargo, en invierno no se daría ninguna visita a causa del clima y en verano no se darían visitas por parte de las escuelas ya que son vacaciones escolares.

En cuanto a los precios, hemos destacado que el precio propuesto por un día en la granja escuela es el adecuado (27€) ya que un 45,99% de las escuelas lo han seleccionado. Aunque, debemos tener en cuenta que un 31,71% de los casos solo estarían dispuestas a pagar un precio inferior a 25€. Sin embargo, el precio de 205€ por una estancia de 5 días resulta muy elevado ya que aproximadamente en un 50% de los casos, estarían dispuestos a pagar hasta 160€ por 5 días.

Finalmente, hemos visto que la situación debido a la pandemia mejora y que ya no supone tanto un freno a las relaciones entre los alumnos. Aun así, el hecho de efectuar actividades al aire libre es considerado por las escuelas como una buena manera de reanudar los vínculos entre los alumnos, evitando así los riesgos de contagio.

5.4.2. RECOMENDACIONES

Ahora que sabemos cuáles son los puntos fuertes y débiles de nuestro negocio podemos plantear las siguientes recomendaciones:

En primer lugar, mejorar la propuesta de valor publicitando la empresa con las actividades más destacadas (cuidado de animales, jardinería y talleres ecológicos)., También sería conveniente hacer hincapié en la confección de mantequilla y queso ya que es una actividad exclusiva en la zona.

En segundo lugar, para hacer frente a la estacionalidad, sería adecuado proponer actividades de interior en las épocas de invierno y otoño tales como celebración de cumpleaños o eventos particulares. Además, gracias a análisis previos, sabemos que este tipo de servicios se están promoviendo cada vez más. En cuanto a la época de verano, se podrían ofrecer campamentos de día al inicio de la actividad y de varios días una vez que se hayan edificado los dormitorios.

Finalmente, en cuanto a los precios, lo adecuado sería mantener el precio de 27€ por un día completo en la granja y reducirlo posteriormente una vez que la empresa haya subsanado todas sus deudas. De esta manera se podrá competir y tomar una mejor posición en el mercado frente al principal competidor: Granjalandia. Sin embargo, sería conveniente reducir el precio por 5 días en torno a 160€ por persona ya que es lo máximo que estaría dispuesta a aceptar la demanda.

6. CONCLUSIÓN

Gracias a la elaboración de este plan de empresa para la creación la sociedad limitada Granja Escuela Caragol, hemos podido definir la organización del negocio, así como su viabilidad.

Esta granja pedagógica pretende responder a 3 problemáticas actuales: la falta de concienciación medioambiental, los estilos de vida cada vez más urbanos y la falta socialización provocada por la crisis sanitaria del Covid-19.

Los servicios que propone nuestra granja escuela pueden adaptarse a todo tipo de clientes, sin embargo, están principalmente dirigidos a niños cuyas edades se sitúen entre 3 y 12 años. Por lo tanto, nuestros consumidores serán dichos niños, pero nuestros clientes serán sus padres, familiares o su entorno escolar.

Durante la estancia en nuestra granja pretendemos “ofrecerles la posibilidad de descubrir el mundo rural a través de diversas actividades y un contacto directo con la naturaleza que les aportará una visión más extensa del mundo en el que vivimos”. Para ello se proponen diversas actividades como: cuidar de los animales de la granja, jardinería, talleres de cocina, actividades orientadas a la ecología y actividades variadas. Así mismo, nuestros consumidores tendrán a su disposición un servicio de comedor y dormitorios (a partir del cuarto año de actividad) que les permitirán integrarse plenamente en el mundo rural.

Queremos ubicar nuestra granja escuela a las afueras de la ciudad de Alcoy, situada en la Comunidad Valenciana. Dentro de esta comunidad existe mucha competencia en el sector de la educación medioambiental puesto que ya se han instalado más de 20 granjas escuela y que existen servicios sustitutivos como pueden ser los campamentos. En nuestro caso, nuestro principal competidor es Granjalandia, situada en Ibi.

Cuando se pretende crear una empresa de tal magnitud es necesario efectuar una fuerte inversión inicial, lo que puede desmotivar a los nuevos competidores. Dada esta fuerte inversión, es difícil salir del sector. Sin embargo, moverse dentro del sector ofreciendo nuevos servicios es muy sencillo. Actualmente, destaca la creación de eventos (bodas, cumpleaños, etc.).

En este tipo de empresas los clientes poseen mucho poder de negociación ya que existen muchas otras alternativas. Sin embargo, el poder de negociación con los proveedores no suele ser tan elevado.

Nuestro objetivo consiste en un primer momento en ser seguidor para posteriormente superar nuestra competencia con una posición competitiva de retador. Para ello, desarrollaremos plenamente el aspecto ecológico y ofreceremos la posibilidad de dormir en nuestras instalaciones y la posibilidad de escoger las actividades durante la estancia, de modo que esto se convierta en nuestras ventajas competitivas.

Nuestros clientes son poco sensibles al precio, por lo tanto, hemos decidido aplicar precios próximos a los de nuestra competencia, que no superen las cantidades aceptadas por el mercado. Por una estancia de 1 día, se planteará un precio de 27€ mientras que, para una estancia de 5 días, se planteará un precio de 160€ (atribuido gracias a la investigación comercial).

Nuestra estrategia de distribución se basará en un canal directo que nos permitirá tener el pleno control sobre los clientes y ofrecerles una atención individualizada. En cuanto a la comunicación, se dará a través de nuestra página web, de redes sociales, de folletos distribuidos por los alrededores, de

nuestras visitas en escuelas para darnos a conocer y dejaremos que la noticia de esta creación se expanda a través “del boca a boca”.

Como ya lo hemos indicado, este tipo de negocios requiere una fuerte inversión inicial. Para su creación optaremos por adquirir un terreno de 20.000€, edificar las instalaciones por valor de 500.000€ para el primer y cuarto año, adquirir un tractor por 3.500€ y complementos por 2.500€. También necesitaremos mobiliario por valor de 7.500€ el primer año y 25.250€ el cuarto, ordenadores para la gerencia de 7.000€ y un software integrado de 3.000€. Finalmente, será necesaria la adquisición de animales por 7.000€ y de plantas por 500€. Con todo ello, esperamos obtener una rentabilidad sobre nuestras inversiones de 865.052,35€ al cabo de 23 años de actividad.

Para llevar a bien nuestro negocio, necesitamos aprovisionamientos tanto para los clientes como para los animales y para las diferentes actividades por valor de 147.600€, con un incremento anual del 3% hasta el cuarto año de actividad. También será necesario personal, precisamente: 2 personas de limpieza, 2 personas de mantenimiento, 2 monitores, 3 cocineros y 3 personas al cargo de la gerencia. Con todo ello, incurriremos en unos costes unitarios comprendidos entre 22 y 23€ para los 5 primeros años de actividad, bajo un escenario razonable.

Para financiar todas nuestras inversiones y gastos, optaremos por aportaciones de los socios por valor de 40.000€ para el primer año y 40.000€ para el cuarto. El Estado se compromete a subvencionarnos al inicio de nuestra actividad con una aportación de 30.000€ y para la ampliación del negocio aportando otros 30.000€. También optaremos por la autofinanciación ya que tan solo repartiremos dividendos en un 5%, cuando nuestros resultados nos lo permitan. En cuanto a financiación ajena, pediremos al banco 2 préstamos de 550.000 para iniciar la actividad y 500.000 para ampliar el negocio. Ambos préstamos se deberán devolver en un plazo de 20 años con un tipo de interés del 8%.

Con un escenario de ventas razonable, esperamos obtener resultados positivos a partir del primer año de actividad lo que nos permitirá compensar nuestras pérdidas durante los 2 primeros años en los cuales acogemos a clientes. Se prevé un incremento de ventas paulatino durante los 4 primeros años y disparado a partir del quinto año, que nos llevará a obtener un beneficio de 271.397€ en este último.

Nuestra tesorería será positiva durante todos los primeros años de actividad, incluso tendremos excesos de liquidez que nos podrán permitir devolver las deudas exigibles sin problemas, cumplir con otros pagos (impuestos, proveedores, personal) y que se podrían usar para efectuar nuevas inversiones. Nos encontramos por lo tanto en una situación de equilibrio, con fondos de maniobra positivos para los 5 primeros ejercicios.

La construcción de los dormitorios a partir del cuarto año se prevé como una muy buena inversión ya que hará que se incrementen las ventas, aumentando nuestro resultado neto en un 2383,55%. Además, tenemos un fuerte margen de contribución ya que se prevé que, por 100 nuevos clientes, nuestro beneficio se incremente en 50,65€.

Sin embargo, nuestro endeudamiento será muy elevado durante los primeros años de actividad, aunque conseguirá reducirse paulatinamente hasta alcanzar un valor de 72% en el quinto año.

Se prevé un incremento de nuestra rentabilidad económica y financiera que alcanzará su máximo nivel en el quinto año con una rentabilidad económica del 33% y una rentabilidad financiera del 82%.

Dadas la situaciones actuales tanto económicas como sanitarias hemos elaborado previsiones de ventas con un escenario pesimista y optimista. El escenario pesimista provocado por una baja cuota de mercado y por una mejora lenta de la situación sanitaria, nos hará incurrir en pérdidas durante los

cuatro primeros años de actividad. En cambio, el escenario optimista nos hará obtener un beneficio capaz de subsanar las pérdidas derivadas de la creación de la granja (año 0).

Finalmente, gracias a una investigación efectuada a una población compuesta por 341 escuelas situadas en un radio de 50 km en torno a la ciudad de Alcoy, hemos podido destacar que el escenario más probable es el razonable. Así mismo, hemos podido comprobar que todas las propuestas planteadas en cuanto a actividades y servicios son de interés para nuestros clientes salvo efectuar las actividades en idiomas extranjeros. Sin embargo, deberemos hacer frente a una estacionalidad muy pronunciada donde nuestro mayor flujo de clientes se dará en primavera.

Por lo tanto, teniendo en cuenta todos estos aspectos, podemos concluir que nuestro plan de empresa es viable para la creación de la Granja Escuela Caragol en la ciudad de Alcoy.

7. FUENTES

AUTOCARES VISTA BUS. *Listado de granja escuelas en España.* <<https://www.autocaresvistabus.com/listado-granjaescuelas-espana/>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

AYUNTAMIENTO GRANJA DE ROCAMORA. *Granja Escuela "La Viña".* <<http://www.granjaderocamora.es/servicios-2/lugares-de-interes/granja-escuela/>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

BRITO, S (2004). "El ocio y negocio de las granjas escuela" en *Cinco Días*, 29 de julio. <https://cincodias.elpais.com/cincodias/2004/07/29/sentidos/1091068041_850215.html#:~:text='Como%20setas%20en%20el%20campo,cree%20que%20podr%C3%ADan%20ser%20m%C3%A1s> [Consulta: 23 de noviembre de 2020]

CEREM INTERNATIONAL BUSINESS SCHOOL. *Estudia tu entorno con un PEST-EL.* <<https://www.cerem.es/blog/estudia-tu-entorno-con-un-pest-el>> [Consulta: 7 de junio de 2021]

CERTICALIA. *Normativa y requisitos de un proyecto granja escuela.* <<https://www.certicalia.com/proyecto-granja-escuela/normativa-y-requisitos-de-un-proyecto-granja-escuela>> [Consulta: 10 de junio de 2021]

CLAVIJO, C (2020). "Modelo Canvas: ¿qué es, para qué sirve y cómo se utiliza" en *HubSpot*, 11 de febrero. <<https://blog.hubspot.es/sales/modelo-canvas>> [Consulta: 12 de junio de 2021]

CORDERO ROMAGUERA, C (2016). *Granja escuela El Nido.* Trabajo Final de Grado. Valencia: Universitat Politècnica de València. <<https://riunet.upv.es/bitstream/handle/10251/62898/-CORDERO%20-%20Plan%20de%20Empresa%20de%20una%20Granja%20Escuela.pdf?sequence=4>> [Consulta: 01 de junio de 2021]

"El FMI predice que España no recuperará la tasa de paro anterior a la pandemia hasta 2026" en *Público* (2020). <<https://www.publico.es/economia/fmi-predice-espana-no-recuperara-tasa-paro-anterior-pandemia-hasta-2026.html#:~:text=M%C3%A1s%20noticias%20de%20Econom%C3%ADa&text=La%20estimaci%C3%B3n%20del%20FMI%20es,permanecer%C3%A1%20sin%20cambios%20en%202021.&text=Si%20en%202019%20cerr%C3%B3%20en,este%20a%C3%B1o%20alcanzar%C3%A1%20el%2012%25.>> [Consulta: 8 de junio de 2021]

EP DATA. *Datos y gráficos para entender la contaminación del aire.* <<https://www.epdata.es/datos/datos-graficos-contaminacion-aire/380>> [Consulta: 8 de junio de 2021]

EP DATA. *El uso de las tecnologías y de Internet en España, en gráficos.* <<https://www.epdata.es/datos/uso-tecnologia-ninos-graficos/462>> [Consulta: 8 de junio de 2021]

EP DATA. *Previsiones sobre las economías española y mundial, en datos y gráficos.* <<https://www.epdata.es/datos/previsiones-pib-datos-graficos/236>> [Consulta: 8 de junio de 2021]

España. Ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización. *BOE*, 28 de septiembre de 2013, núm. 233.

España. Resolución de 12 de julio de 2019, de la Dirección General de Trabajo, por la que se registra y publica el XII Convenio colectivo de centros de asistencia y educación infantil. BOE, 26 de julio de 2019, núm 178, p. 81587-81628

GALIANA, P (2020). “Descubre las 5 fuerzas de Porter y cómo aprovecharlas” en *IEBS*, 9 de noviembre. <<https://www.iebschool.com/blog/las-5-fuerzas-porter-marketing-digital/>> [Consulta: 11 de junio de 2021]

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). *Tasa de Natalidad por comunidad autónoma, según nacionalidad (española/extranjera) de la madre*. <<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=1433#!tabs-grafico>> [Consulta: 8 de junio de 2021]

INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA (INE). *Tasas de paro por distintos grupos de edad, sexo y comunidad autónoma*. <<https://www.ine.es/jaxiT3/Datos.htm?t=4247#!tabs-grafico>> [Consulta: 8 de junio de 2021]

LÍNEA VERDE CEUTA. *La Educación ambiental*. <<http://www.lineaverdeceutatrace.com/lv/consejos-ambientales/educacion-ambiental/sensibilizacion-y-concienciacion-ambiental.asp#>> [Consulta: 22 de noviembre de 2020]

“Los impuestos que pagar durante el primer año de negocio” en *Bolsamanía Financiamiento Red*, 19 de abril de 2016. <<https://gestionpyme.com/los-impuestos-a-pagar-durante-el-primer-ano-de-negocio/>> [Consulta: 15 de junio de 2021]

MARIETA (2019). “Utensilios básicos de cocina” en *Saborgourmet*, 4 de septiembre. <<https://saborgourmet.com/utensilios-basicos-de-cocina/>> [Consulta: 30 de diciembre de 2020]

MARTINI, M. C. (s.f.). “Guía de actividades sobre el medioambiente” en *Grupopharos*. <https://www.grupopharos.org/wp-content/uploads/2016/12/Gu%C3%ADa-de-actividades-sobre-el-Medioambiente_Docentes.pdf> [Consulta: 29 de diciembre de 2020]

MIKEL NIÑO (2013). “El “Business Model Canvas” explicado por su autor, Alexander Osterwalder” en *El blog de Mikel Niño*, 14 de noviembre. <<http://www.mikelnino.com/2013/11/el-business-model-canvas-explicado-por.html>> [Consulta: 12 de junio de 2021]

MUÑOZ, L (2014). “10 Herramientas para cultivar el huerto: Herramientas agrícolas” en *AgroHuerto*, 13 de noviembre. <<https://www.agrohuerto.com/10-herramientas-necesarias-para-tu-huerto/>> [Consulta: 30 de diciembre de 2020]

OLIVER, D (2019). “Granja escuela para niños” en *Webconsultas*, 22 de julio. <<https://www.webconsultas.com/mascotas/convivir-con-mascotas/que-es-una-granja-escuela>> [Consulta: 12 de diciembre de 2020]

PLANELLES PALOMARES, M. J. (s.f.). “Granjalandia: Domingos en familia en una Granja Escuela de Ibi” en *Con los niños y adolescentes en la mochila*. <<https://www.conlosninosenlamochila.com/2020/02/granjalandia-ibi-granja-escuela.html>> [Consulta: 29 de diciembre de 2020]

POBRE, J (2007). “¿En qué nos beneficia la Ley de apoyo a los emprendedores y su internacionalización?” en *Xàbia al dia*. <<https://xabiaaldia.com/en-que-nos-beneficia-la-ley-de-apoyo-a-los-emprendedores-y-su-internacionalizacion/>> [Consulta: 10 de junio de 2021]

Portal Altalluna Campamentos. <<https://campamentosaltalluna.com/>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

Portal Amalur madre tierra. <<https://www.amalur-madretierra.es/index.php/granja-escuela-alicante>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

Portal Banco de Proyecto, Andalucía Emprende. <<http://www.bancodeproyectos.andaluciaemprende.es/?q=es/guia/granja-escuela>> [Consulta: 04 de enero de 2021]

Portal Conselleria d'educació, cultura i esport, Generalitat Valencia, educación infantil. <<https://ceice.gva.es/es/web/centros-docentes/educacion-infantil>> [Consulta: 4 de junio de 2021]

Portal Conselleria d'educació, cultura i esport, Generalitat Valencia, educación primaria. <<https://ceice.gva.es/es/web/centros-docentes/educacion-primaria>> [Consulta: 4 de junio de 2021]

Portal Escola Natura Granjalandia. <<https://www.granjalandia.com/>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

Portal Granja Escola Baladre. <<https://www.baladre.com.es/>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

Portal Granja Escola Mariola. <<http://granjaescuelamariola.es/?lang=es>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

Portal Granja Escuela Masia del Cossi. <<https://www.masiadelcossi.com/granja-escuela-masia-del-cossi/>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

Portal Handfie. <<https://www.handfie.com/materiales-manualidades-ninos-basicos/028935/>> [Consulta: 30 de diciembre de 2020]

Portal La Salle Lliria. <<https://lliria.lasalle.es/>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

Portal MarcaPrint. <<https://www.marcaprint.com/>> [Consulta: 6 de enero de 2021]

Portal Mas del Capellà. <<https://www.masdelcapella.com/Mas-del-Capella/presentacion.php>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

Portal Riera d'Agres Granja Escola. <<https://rieradeagres.com/es/tarifas-fichas/>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

Portal Sol del Camp. <<https://www.granjaescuelaagost.com/>> [Consulta: 13 de junio de 2021]

Portal Tusalarario.es. <<https://tusalarario.es/salario/comparatusalarario#/>> [Consulta: 04 de enero de 2021]

PRIM, A (s.f). "Modelo Canvas explicado Paso a Paso y con Ejemplos", en *Innokabi*. <<https://innokabi.com/canvas-de-modelo-de-negocio/>> [Consulta: 12 de junio de 2021]

RETOS DIRECTIVOS (2020). "Análisis PESTEL: en qué consiste, cómo hacerlo y plantillas" en *EAE Business School*, 17 de junio. <https://retos-directivos.eae.es/en-que-consiste-el-analisis-pestel-de-entornos-empresariales/#Que_es_el_analisis_PESTEL> [Consulta: 7 de junio de 2021]

RETOS DIRECTIVOS (2015). "¿Quién es Alexander Osterwalder?" en *EAE Business School*, 8 de junio. <<https://retos-directivos.eae.es/quien-es-alexander-osterwalder/>> [Consulta: 12 de junio de 2021]

TOYO AVENTURA. *Beneficios De Visitar Una Granja Escuela Para Los Niños*. <<https://www.toyoaventura.es/noticias/beneficios-visitar-granja-escuela/>> [Consulta: 13 de octubre de 2020]

VELASCO RUIZ, J (2020). "Estas son las leyes que regulan el Medio Ambiente en España" en *GN DIARIO*. <<https://www.gndiario.com/leyes-medio-ambiente-espana>> [Consulta: 9 de junio de 2021]

VIVES, V (2020). “6 actividades para fomentar el cuidado del medioambiente” en *Vicens Vives Blog*, 3 de marzo. <<https://blog.vicensvives.com/6-actividades-para-fomentar-el-cuidado-del-medio-ambiente/>> [Consulta: 29 de diciembre de 2020]

8. ANEXOS

ANEXO 1: UBICACIÓN DE LA GRANJA ESCUELA

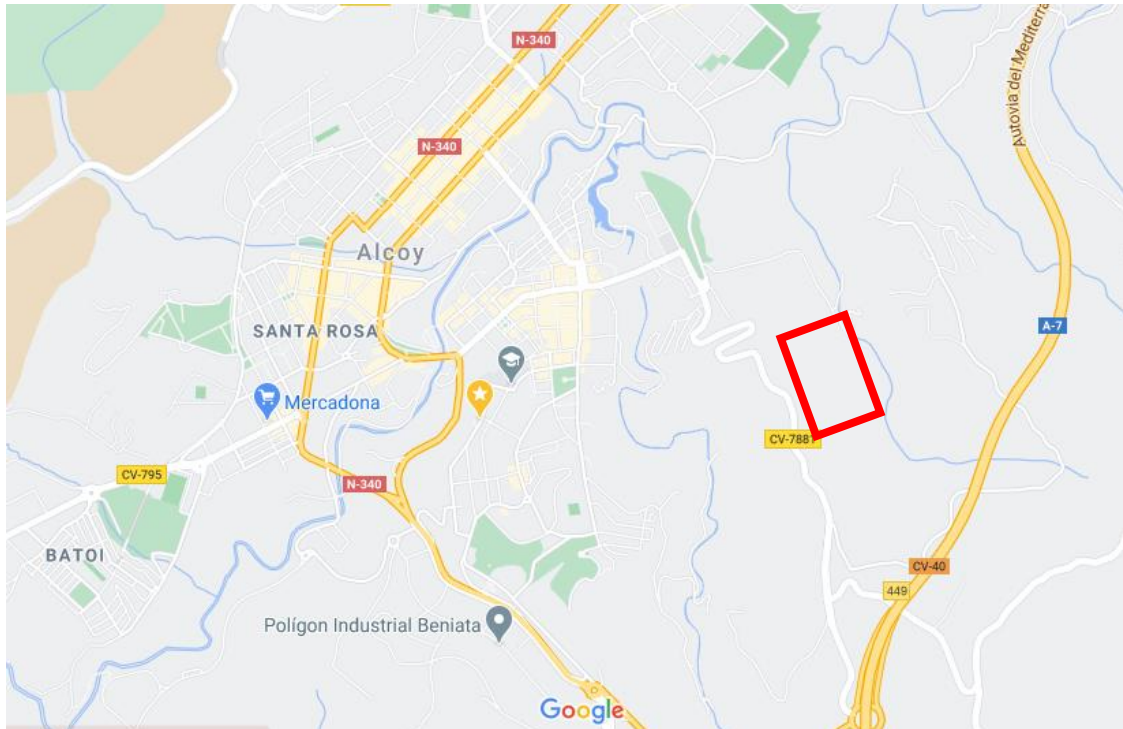


Figura 28: Ubicación de la granja escuela
Fuente: Google Maps

ANEXO 2: PLANO DE LA GRANJA ESCUELA

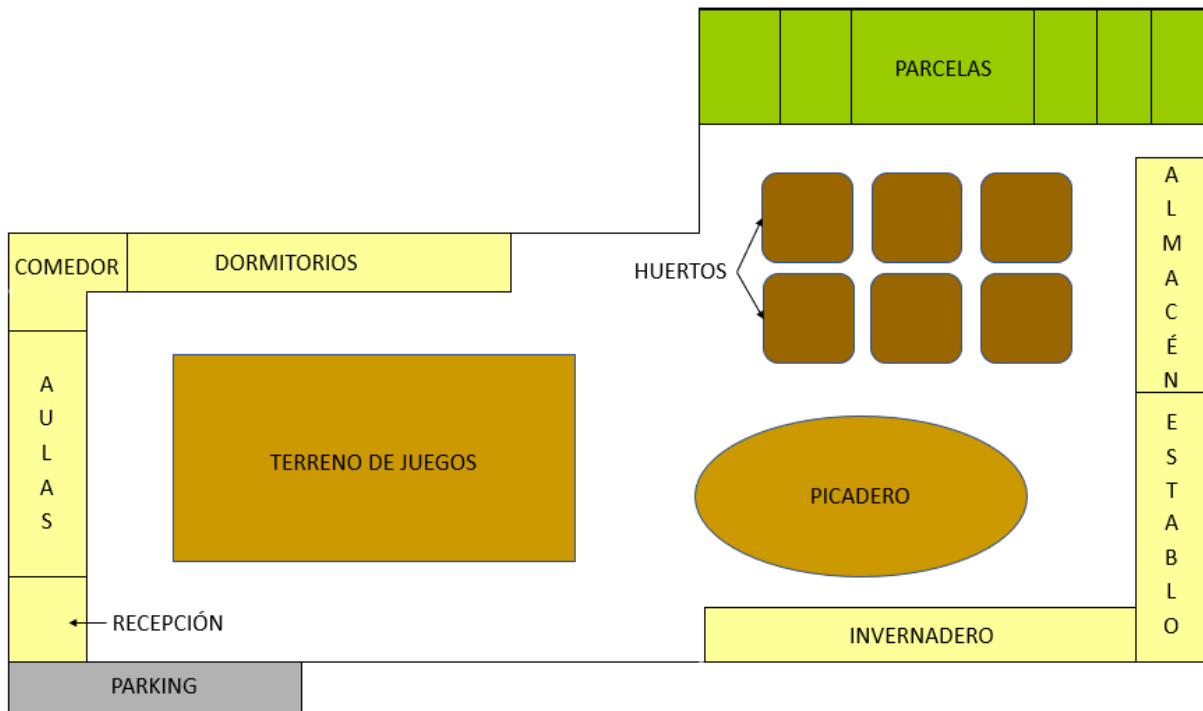


Figura 29: Plano de la granja escuela
Fuente: Elaboración propia

ANEXO 3: NECESIDADES NETAS DE CAPITAL CIRCULANTE

Año	0	1	2	3	4	5
Existencias	0	7.200	7.440	7.680	7.920	9.120
Var. Existencias	0	7.200	240	240	240	1.200
Efectos a cobrar (Clientes)	0	1.125	1.163	1.200	1.238	2.414
Var. Clientes	0	1.125	38	38	38	1.176
Tesorería objetivo	0	20.000	20.000	20.000	20.000	40.000
Var. Tesorería	0	20.000	0	0	0	20.000
TOTAL Activo circulante	0	28.325	278	278	278	22.376
Proveedores animales	0	800	800	875	875	875
Var. Prov. Animales	0	800	0	75	0	0
Proveedores clientes	0	333	344	356	367	422
Var. Prov. Clientes	0	333	11	11	11	56
Proveedores materiales	0	1.000	1.033	1.067	1.100	1.267
Var. Prov. Materiales	0	1.000	33	33	33	167
Impuestos	0	0	370	8.939	3.643	90.466
Var. Impuestos	0	0	370	8.568	-5.296	86.823
Dividendos	0	0	56	1.341	546	13.570
Var. Dividendos	0	0	56	1.285	-794	13.023
TOTAL Pasivo circulante	0	2.133	470	9.973	-6.046	100.069
NNCC	0	26.192	-193	-9.695	6.324	-77.693

Tabla 51: Necesidades Netas de Capital Circulante – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

Año	0	1	2	3	4	5
Existencias	0	4.800	5.040	5.280	5.520	6.720
Var. Existencias	0	4.800	240	240	240	1.200
Efectos a cobrar (Clientes)	0	750	788	825	863	2.039
Var. Clientes	0	750	38	38	38	1.176
Tesorería objetivo	0	20.000	20.000	20.000	20.000	40.000
Var. Tesorería	0	20.000	0	0	0	20.000
TOTAL Activo circulante	0	25.550	278	278	278	22.376
Proveedores animales	0	800	800	875	875	875
Var. Prov. Animales	0	800	0	75	0	0
Proveedores clientes	0	222	233	244	256	311
Var. Prov. Clientes	0	222	11	11	11	56
Proveedores materiales	0	677	700	733	767	933
Var. Prov. Materiales	0	677	33	33	33	167
Impuestos	0	0	0	0	0	0
Var. Impuestos	0	0	0	0	0	0
Dividendos	0	0	0	0	0	0
Var. Dividendos	0	0	0	0	0	0
TOTAL Pasivo circulante	0	1.689	44	119	44	222
NNCC	0	23.861	233	158	233	22.154

Tabla 52: Necesidades Netas de Capital Circulante – Escenario pesimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

Año	0	1	2	3	4	5
Existencias	0	9.600	9.840	10.080	10.320	11.520
Var. Existencias	0	9.600	240	240	240	1.200
Efectos a cobrar (Clientes)	0	1.500	1.538	1.575	1.613	2.789
Var. Clientes	0	1.500	38	38	38	1.176
Tesorería objetivo	0	20.000	20.000	20.000	20.000	40.000
Var. Tesorería	0	20.000	0	0	0	20.000
TOTAL Activo circulante	0	31.100	278	278	278	22.376
Proveedores animales	0	800	800	875	875	875
Var. Prov. Animales	0	800	0	75	0	0
Proveedores clientes	0	444	456	467	478	533
Var. Prov. Clientes	0	444	11	11	11	56
Proveedores materiales	0	1.333	1.367	1.400	1.433	1.600
Var. Prov. Materiales	0	1.333	33	33	33	167
Impuestos	0	10.116	28.610	31.189	25.893	112.716
Var. Impuestos	0	10.116	18.493	2.579	-5.296	86.823
Dividendos	0	2.866	4.291	4.678	3.884	16.907
Var. Dividendos	0	2.866	1.425	387	-794	13.023
TOTAL Pasivo circulante	0	15.561	19.963	3.085	-6.046	100.069
NNCC	0	15.539	-19.685	-2.808	6.324	-77.693

Tabla 53: Necesidades Netas de Capital Circulante – Escenario optimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

ANEXO 4: AMORTIZACIÓN DE LOS PRÉSTAMOS

Periodo	Termino amortizativo	Cuota interés	Cuota amortizativa	Capital pendiente	Capital amortizado
0	0	0	0	550.000	0
1	44.000	44.000	0	550.000	0
2	72.947	44.000	28.947	521.053	28.947
3	70.632	41.684	28.947	492.105	57.895
4	68.316	39.368	28.947	463.158	86.842
5	66.000	37.053	28.947	434.211	115.789
6	63.684	34.737	28.947	405.263	144.737
7	61.368	32.421	28.947	376.316	173.684
8	59.053	30.105	28.947	347.368	202.632
9	56.737	27.789	28.947	318.421	231.579
10	54.421	25.474	28.947	289.474	260.526
11	52.105	23.158	28.947	260.526	289.474
12	49.789	20.842	28.947	231.579	318.421
13	47.474	18.526	28.947	202.632	347.368
14	45.158	16.211	28.947	173.684	376.316
15	42.842	13.895	28.947	144.737	405.263
16	40.526	11.579	28.947	115.789	434.211
17	38.211	9.263	28.947	86.842	463.158
18	35.895	6.947	28.947	57.895	492.105
19	33.579	4.632	28.947	28.947	521.053
20	31.263	2.316	28.947	0	550.000

Tabla 54: Amortización préstamo 1 con periodo de carencia

Fuente: Excel – Elaboración propia

Periodo	Termino amortizativo	Cuota interés	Cuota amortizativa	Capital pendiente	Capital amortizado
0				500.000	
1	65.000	40.000	25.000	475.000	25.000
2	63.000	38.000	25.000	450.000	50.000
3	61.000	36.000	25.000	425.000	75.000
4	59.000	34.000	25.000	400.000	100.000
5	57.000	32.000	25.000	375.000	125.000
6	55.000	30.000	25.000	350.000	150.000
7	53.000	28.000	25.000	325.000	175.000
8	51.000	26.000	25.000	300.000	200.000
9	49.000	24.000	25.000	275.000	225.000
10	47.000	22.000	25.000	250.000	250.000
11	45.000	20.000	25.000	225.000	275.000
12	43.000	18.000	25.000	200.000	300.000
13	41.000	16.000	25.000	175.000	325.000
14	39.000	14.000	25.000	150.000	350.000
15	37.000	12.000	25.000	125.000	375.000
16	35.000	10.000	25.000	100.000	400.000
17	33.000	8.000	25.000	75.000	425.000
18	31.000	6.000	25.000	50.000	450.000
19	29.000	4.000	25.000	25.000	475.000
20	27.000	2.000	25.000	0	500.000

Tabla 55: Amortización préstamo 2 sin periodo de carencia

Fuente: Excel – Elaboración propia

ANEXO 5: PRESUPUESTOS DE CAPITAL

Año	0	1	2	3	4	5
NNCC	0	26.192	-193	-9.695	6.324	-77.693
Gastos amortizables	0	28.947	28.947	28.947	53.947	53.947
Terreno	20.000	0	0	0	0	0
Edificios	500.000	0	0	0	500.000	0
Maquinaria	3.500	0	0	0	0	0
Utillaje	2.500	0	0	0	0	0
Mobiliario	7.500	0	0	0	25.250	0
Equipo informático	7.000	0	0	0	0	0
Animales	0	7.000	0	0	0	0
Plantas	0	500	0	0	0	0
Software	3.000	0	0	0	0	0
Aplicación subvención	30.000	0	0	0	30.000	0
TOTAL inversiones	573.500	62.639	28.754	19.252	615.521	-23.745
Aportación capital	40.000	0	0	0	40.000	0
Préstamo L/p	550.000	0	0	0	500.000	0
Subvenciones	30.000	0	0	0	30.000	0
Autofinanciación	-23.180	44.268	48.098	48.560	53.466	300.913
TOTAL financiación	596.820	44.268	48.098	48.560	623.466	300.913
Superávit/Déficit	23.320	-18.371	19.343	29.308	7.946	324.658
Acumulado S/D	23.320	4.949	24.292	53.600	61.546	386.204

Tabla 56: Presupuesto de capital – Escenario razonable

Fuente: Excel – Elaboración propia

Año	0	1	2	3	4	5
NNCC	0	23.861	233	158	233	22.154
Gastos amortizables	0	28.947	28.947	28.947	53.947	53.947
Terreno	20.000	0	0	0	0	0
Edificios	500.000	0	0	0	500.000	0
Maquinaria	3.500	0	0	0	0	0
Utillaje	2.500	0	0	0	0	0
Mobiliario	7.500	0	0	0	25.250	0
Equipo informático	7.000	0	0	0	0	0
Animales	0	7.000	0	0	0	0
Plantas	0	500	0	0	0	0
Software	3.000	0	0	0	0	0
Aplicación subvención	30.000	0	0	0	30.000	0
TOTAL inversiones	573.500	60.308	29.180	29.105	609.430	76.101
Aportación capital	40.000	0	0	0	40.000	0
Préstamo L/p	550.000	0	0	0	500.000	0
Subvenciones	30.000	0	0	0	30.000	0
Autofinanciación	-23.180	-47.132	-40.476	-30.160	-31.345	315.948
TOTAL financiación	596.820	-47.132	-40.476	-30.160	538.655	315.948
Superávit/Déficit	23.320	-107.440	-69.657	-59.266	-70.775	239.847
Acumulado S/D	23.320	-84.120	-153.777	-213.043	-283.818	-43.971

Tabla 57: Presupuesto de capital -Escenario pesimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

Año	0	1	2	3	4	5
NNCC	0	15.539	-19.685	-2.808	6.324	-77.693
Gastos amortizables	0	28.947	28.947	28.947	53.947	53.947
Terreno	20.000	0	0	0	0	0
Edificios	500.000	0	0	0	500.000	0
Maquinaria	3.500	0	0	0	0	0
Utillaje	2.500	0	0	0	0	0
Mobiliario	7.500	0	0	0	25.250	0
Equipo informático	7.000	0	0	0	0	0
Animales	0	7.000	0	0	0	0
Plantas	0	500	0	0	0	0
Software	3.000	0	0	0	0	0
Aplicación subvención	30.000	0	0	0	30.000	0
TOTAL inversiones	573.500	51.987	9.262	26.140	615.521	-23.745
Aportación capital	40.000	0	0	0	40.000	0
Préstamo L/p	550.000	0	0	0	500.000	0
Subvenciones	30.000	0	0	0	30.000	0
Autofinanciación	-23.180	122.685	104.623	111.973	116.879	364.325
TOTAL financiación	596.820	122.685	104.623	111.973	686.879	364.325
Superávit/Déficit	23.320	70.698	95.361	85.833	71.358	388.070
Acumulado S/D	23.320	94.018	189.379	275.212	346.570	734.640

Tabla 58: Presupuesto de capital – Escenario optimista

Fuente: Excel – Elaboración propia

ANEXO 6: CUESTIONARIO

Encuesta sobre la implantación de una granja escuela en la ciudad de Alcoy

Buenos días, me llamo Inés Gaudin, soy estudiante de la UPV, y estoy efectuando una investigación comercial sobre la implantación de una granja escuela en la ciudad de Alcoy. Con el objetivo de profundizar en el análisis sobre la viabilidad de este proyecto, me sería de gran utilidad que pudiese contestar a este cuestionario que no le llevará más de 10 minutos. Le informo de que sus datos son anónimos y que serán tratados con total confidencialidad. ¡Muchas gracias por su colaboración!

<p>P.1. ¿Ha llevado alguna vez a sus alumnos a una granja escuela?</p> <p><input type="checkbox"/> Sí (<i>Pasar a la pregunta 2</i>)</p> <p><input type="checkbox"/> No (<i>Pasar a la pregunta 3</i>)</p> <p>P.2. Si ha llevado a sus alumnos a una granja escuela, ¿por qué motivo(s)?</p> <p><input type="checkbox"/> Es una actividad que se hace habitualmente</p> <p><input type="checkbox"/> Para que descubran el mundo rural</p> <p><input type="checkbox"/> Para que descubran la procedencia de los alimentos</p> <p><input type="checkbox"/> Para inculcarles nuevos valores (respeto hacia el medioambiente...)</p> <p><input type="checkbox"/> Para que disfruten de un día al aire libre</p> <p><i>(Pasar a la pregunta 4)</i></p> <p>P.3. Si no ha llevado nunca a sus alumnos a una granja escuela, ¿por qué motivo(s) lo haría?</p> <p><input type="checkbox"/> Para que descubran el mundo rural</p> <p><input type="checkbox"/> Para que descubran la procedencia de los alimentos</p> <p><input type="checkbox"/> Para inculcarles nuevos valores (respeto hacia el medioambiente...)</p> <p><input type="checkbox"/> Para que disfruten de un día al aire libre</p>	<p>P.4. ¿Por cuánto tiempo le gustaría llevar a sus alumnos a una granja escuela?</p> <p><input type="checkbox"/> Medio día</p> <p><input type="checkbox"/> Un día completo</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 2 y 3 días</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 4 y 5 días</p> <p>P.5. ¿En qué época preferiría llevar a sus alumnos?</p> <p><input type="checkbox"/> Invierno</p> <p><input type="checkbox"/> Primavera</p> <p><input type="checkbox"/> Verano</p> <p><input type="checkbox"/> Otoño</p> <p>P.6. ¿Qué tipo de actividades le gustaría que efectuarán sus alumnos?</p> <p><input type="checkbox"/> Cuidado de animales</p> <p><input type="checkbox"/> Talleres de jardinería</p> <p><input type="checkbox"/> Talleres de cocina (confección de pan, mantequilla, galletas...)</p> <p><input type="checkbox"/> Actividades deportivas</p> <p><input type="checkbox"/> Talleres de reciclaje y ecológicos</p> <p><input type="checkbox"/> Manualidades diversas</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

7. Opine sobre el grado de importancia de los servicios propuestos:

	Nada Importante	Poco Importante	Indiferente	Importante	Muy Importante
Servicio de comedor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Servicio de noche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Personal cualificado en educación infantil	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades orientadas al respeto del medioambiente	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades en idiomas extranjeros (principalmente inglés)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Atención personalizada (alergias...)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Actividades/talleres en grupos reducidos	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<p>P.8. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por niño, por un día completo en una granja escuela?</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de 25€</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 26 y 30€</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 31 y 35€</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 36 y 40€</p> <p><input type="checkbox"/> Más de 40€</p> <p>P.9. ¿Qué precio estaría dispuesto a pagar por niño, por una estancia de 5 días (de lunes a viernes) todo incluido?</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de 125€</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 126 y 160€</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 161 y 200€</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 201 y 250€</p> <p><input type="checkbox"/> Más de 250€</p> <p>P.10. Si se crease una granja escuela en Alcoy, ¿llevaría a sus alumnos?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p> <p>P.11. Atendiendo a la situación actual por Covid-19, ¿cree que estas actividades podrían ser una manera de reanudar los vínculos entre los alumnos, limitando los riesgos de contagio?</p> <p><input type="checkbox"/> Si</p> <p><input type="checkbox"/> No</p>	<p>P.12. Tipo de escuela:</p> <p><input type="checkbox"/> Infantil</p> <p><input type="checkbox"/> Primaria</p> <p><input type="checkbox"/> Mixta</p> <p>P.13. ¿Cuántos alumnos de infantil o primaria tiene por clase, aproximadamente?</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de 5</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 6 y 10</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 y 15</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 16 y 20</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 y 25</p> <p>P.14. ¿A qué distancia se encuentra aproximadamente su escuela de Alcoy?</p> <p><input type="checkbox"/> Menos de 10 km</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 11 y 20 km</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 21 y 30 km</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 31 y 40 km</p> <p><input type="checkbox"/> Entre 41 y 50 km</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

ANEXO 7: MARCO MUESTRAL - LISTADO DE ESCUELAS

Código	Centro	Dirección	Localidad	Teléfono	Distancia (km)	Nº Estrato
46018953	CEIP LA MURTERA	C. JOSÉ ESCRIVÁ, S/N	46724 - ADOR - PALMA DE GANDIA	962826630	32	4
3000047	CEIP LA RAMBLA	Avda. DE ALCOY, S/N	03698 - AGOST	966908135	33	4
46000079	CEIP SANT VICENT FERRER	Cm. VELL D'ONTINYENT, S/N	46890 - AGULLENT	962919350	17	2
46001515	CEIP SANT JOSEP DE CALASSANÇ	C. MESTRE CARLES SALVADOR, 1	46812 - AIELO DE MALFERIT	962919355	22	3
3000096	CEIP MIRADOR D'AIGÜES	Avda. DEL DOCTOR SAPENA, S/N	03569 - AIGÜES	966908140	25	3
3001544	CEIP AUSIÀS MARCH	C. CERES, S/N	03009 - ALACANT	965919030	38	4
3009683	CEIP AZORÍN	C. BIOLOGO KONRAD LORENZ, 5	03015 - ALACANT	965932510	40	4
3000734	CEIP BENALÚA	C. DOCTOR JUST, 70	03007 - ALACANT	965919040	40	4
3001601	CEIP CAMPOAMOR	Po. DE CAMPOAMOR, 1	03010 - ALACANT	965919730	40	4
3001571	CEIP CARLOS ARNICHES	C. ALONSO CANO, 19	03014 - ALACANT	965919740	40	4
3015661	CEIP COSTA BLANCA	Avda. DE LAS NACIONES, S/N	03540 - ALACANT	965919750	28	3
3015351	CEIP EL FARO	C. SARGO, 4	03540 - ALACANT	965937390	28	3
3011161	CEIP EL PALMERAL	C. PORTET DE MORAIRA, 2	03008 - ALACANT	965919760	42	5
3009749	CEIP EL TOSSAL	C. JUANITO EL SANTERO, S/N	03005 - ALACANT	965919770	40	4
3010193	CEIP EMILIO VARELA	C. DEL CLOT, 10	03011 - ALACANT	965919780	40	4
3011987	CEIP ENRIC VALOR	C. SANT LLORENÇ, 33	03007 - ALACANT	965919790	40	4
3000692	CEIP EUSEBIO SEMPÈRE	C. ISIDORO DE SEVILLA, 2	03009 - ALACANT	965936210	40	4
3001581	CEIP FLORIDA	C. PIANISTA GONZALO SORIANO, 3	03007 - ALACANT	965936220	40	4
3010201	CEIP GABRIEL MIRÓ	C. PROFESOR DAVID NOGUERA, 2	03006 - ALACANT	965936230	40	4
3011859	CEIP GASTÓN CASTELLÓ	C. CLAUDIO COELLO, S/N	03010 - ALACANT	965936240	40	4
3015191	CEIP GLORIA FUERTES	C. CUARZO, 19-21	03014 - ALACANT	965936250	37	4
3016183	CEIP ISLA DE TABARCA	C. BENIFALLIM, 4	03014 - ALACANT	965936260	40	4
3001568	CEIP JOAQUÍN SOROLLA	C. ALBACETE, S/N	03005 - ALACANT	965936270	40	4

3010181	CEIP JOSÉ CARLOS AGUILERA	C. MÉDICO PEDRO HERRERO, S/N	03006 - ALACANT	965936280	40	4
3011045	CEIP LA ALBUFERETA	C. ZEUS, 3	03016 - ALACANT	965936290	38	4
3019007	CEIP LA ALMADRABA	C. DEPORTISTA JOSÉ BAÑÓN, 4	03540 - ALACANT	965932525	38	4
3002238	CEIP LA CONDOMINA	Avda. PAÍSES ESCANDINAVOS (PLAYA SAN JUAN), 17	03540 - ALACANT	965936300	37	4
3001623	CEIP LA PAZ	C. ABOGADO PÉREZ MIRETE, S/N	03011 - ALACANT	965936320	37	4
3009701	CEIP LUCENTUM	C. ORTEGA Y GASSET, 21-23	03011 - ALACANT	965936310	40	4
3000709	CEIP MANJÓN-CERVANTES	C. MONTERO RÍOS, 2	03012 - ALACANT	965932515	40	4
3017485	CEIP MEDITERRÁNEO	C. CATEDRÁTICO ABELARDO RIGUAL, 4	03540 - ALACANT	965937380	28	3
3011057	CEIP MONTE BENACANTIL	C. CRONISTA VICENTE MARTÍNEZ MORELLA, 16	03015 - ALACANT	965919690	40	4
3009971	CEIP MORA PUCHOL	Pza. FARMACÉUTICO LUIS GISBERT, 4	03008 - ALACANT	965932500	40	4
3001854	CEIP ÓSCAR ESPLÁ	Pza. DE LA LIBERTAD, 1	03010 - ALACANT	965937105	40	4
3001507	CEIP PEDRO DUQUE	C. ARTISTA FOGUERER, 2	03015 - ALACANT	965919680	38	4
3001647	CEIP PRÁCTICAS-LA ANEJA	C. MONTE TOSSAL, S/N	03004 - ALACANT	965937360	40	4
3018623	CEIP RABASSA	C. TUBERÍA, 93	03009 - ALACANT	965937340	38	4
3002101	CEIP RAFAEL ALTAMIRA	C. TOMÁS AZNAR DOMENECH, S/N	03007 - ALACANT	965936330	40	4
3011173	CEIP RAMON LLULL	C. SANTA FELICITAS, 8	03005 - ALACANT	965936340	40	4
3010491	CEIP SAN BLAS	Avda. DEL DOCTOR RICO, 11	03005 - ALACANT	965936350	40	4
3001490	CEIP SAN FERNANDO	C. CIUDAD REAL, 33	03005 - ALACANT	965936360	40	4
3001660	CEIP SAN FRANCISCO DE ASÍS	C. CEFEO, 82	03006 - ALACANT	965937370	40	4
3001659	CEIP SAN GABRIEL	C. MÚSICO JOSÉ ALCARAZ PÉREZ, 4	03008 - ALACANT	965936380	42	5
3009725	CEIP SAN NICOLÁS DE BARI	C. GENERAL ROS DE OLANO, 20	03010 - ALACANT	965936370	40	4
3000710	CEIP SAN ROQUE	C. VILLAVIEJA, S/N	03002 - ALACANT	965937045	40	4
3001957	CEIP SANTÍSIMA FAZ	C. BARÍTONO PACO LATORRE, S/N	03015 - ALACANT	965936390	37	4
3010399	CEIP SANTO DOMINGO	Pza. TOMÁS VALCÁRCEL DEZA, S/N	03005 - ALACANT	965937300	40	4
3014149	CEIP VORAMAR	C. SALABRE, 9	03540 - ALACANT	965937320	28	3
3000722	CEIP 9 D'OCTUBRE	C. PINOSO, 27	03012 - ALACANT	965919020	40	4

3009968	EI EL TOSSALET	C. CRONISTA VICENTE MARTÍNEZ MORELLA, S/N	03014 - ALACANT	965936200	37	4
3016250	ESCUELA EUROPEA DE ALICANTE	Avda. LOCUTOR VICENTE HIPÓLITO, S/N	03540 - ALACANT	965269595	37	4
3001477	CEP CAES CENTRO DE RECEPCIÓN	C. PRIMITIVO PÉREZ, 21	03010 - ALACANT	965937330	39	4
3001519	CEP MAESTRO LÓPEZ SORIA	Avda. ALCALDE LORENZO CARBONELL, 3	03008 - ALACANT	965937350	40	4
3001672	CEP VIRGEN DEL REMEDIO	C. LAS PALMAS, 1	03014 - ALACANT	965937310	37	4
3009816	CEIP D'ALACANT - EL BACAROT	Pza. MADRESELVA, 8	03114 - ALACANT - EL BACAROT	965937145	43	5
3002160	CEIP LA CAÑADA DEL FENOLLAR	Ctra. ALCORAYA, 50	03699 - ALACANT - LA CAÑADA	965937005	40	4
3002241	CEIP LOS ALMENDROS	C. IGLESIA, 2	03113 - ALACANT - REBOLLEDO	965937110	42	5
3011321	EI HOGAR PROV. EXMA. DIPUTACIÓN	Part. ORGEGIA-FINCA HONDONADA (APT. 2198),	03559 - ALACANT - SANTA FAZ	965265100	35	4
3002305	CEIP VERDEGAS	Ctra. VERDEGAS, 32	03699 - ALACANT - VERDEGAS	965918740	35	4
3002317	CEIP JUAN BAUTISTA LLORCA	C. PI Y MARGALL, 2	03112 - ALACANT - VILLAFRANQUEZA	965918705	35	4
46016774	CEIP COVALTA	C. ROSENDO JUAN, 23	46860 - ALBAIDA	962919345	15	2
46000225	CEIP ELÍAS TORMO	C. GERMANES LLINAS, S/N	46860 - ALBAIDA	962919310	15	2
46017857	CEIP EL CONVENT	Pza. MAESTRO ALBUIXECH, S/N	46260 - ALBERIC	962457500	46	5
46000341	CEIP RAFAEL COMENGE	Avda. OESTE, S/N	46260 - ALBERIC	962457275	46	5
46000511	CEIP CERVANTES	C. CLARA CAMPOAMOR, 3	46293 - ALCÀNTERA DE XÚQUER	962457790	41	5
3000230	CEIP EL ROMERAL	C. MESTRE RIBERA MONTÉS, 10	03802 - ALCOI	966527820	0	1
3011628	CEIP HORTA MAJOR	C. ISABEL LA CATÓLICA, S/N	03803 - ALCOI	966527570	0	1
3010284	CEIP MIGUEL HERNÁNDEZ	C. SANTA TERESA DE JORNET, 2	03804 - ALCOI	966527565	0	1
3000266	CEIP SAN VICENTE	C. SAN VICENTE, 50	03801 - ALCOI	966527825	0	1
3016079	CRA MARIOLA-BENICADELL	Avda. GENERALITAT VALENCIANA, S/N	03459 - ALFAFARA	966527655	10	1
46001072	CEIP DOCTOR BORRÀS	C. DIPUTACIÓ, S/N	46893 - ALFARRASÍ	962249795	22	3
46001333	CEIP EL CASTELL	C. ENRIC VALOR, S/N	46723 - ALMOINES	962826640	36	4

3010880	CEIP EL BLANQUINAL	Part. PLA DEL CASTELL, 26	03590 - ALTEA	966870755	39	4
3012232	CEIP GARGANES FOYETA	Avda. DE LES CORTS VALENCIANES, 8	03590 - ALTEA	966870780	39	4
3011537	CEIP LES ROTES	C. ALCOI, 26	03590 - ALTEA	966870765	39	4
3009543	CEIP ALTEA LA VELLA	Ctra. DE CALLOSA, S/N	03590 - ALTEA - ALTEA LA VELLA	966870750	39	4
3002615	CEIP LA OLLA	Part. L'OLLA, 123	03590 - ALTEA - L'OLLA	966816370	39	4
46000675	CEIP ALBORXÍ	Avda. LUIS SUÑER, 27	46600 - ALZIRA	962457515	50	5
46000699	CEIP AUSIÀS MARCH	Avda. VICENTE VIDAL, 54	46600 - ALZIRA	962457520	50	5
46000730	CEIP FEDERICO GARCÍA SANCHIZ	C. DE LA UNICEF, S/N	46600 - ALZIRA	962457530	50	5
46000663	CEIP GARCÍA LORCA	C. JOSÉ M. LLOPICO, 12	46600 - ALZIRA	962457510	50	5
46028685	CEIP GLORIA FUERTES	C. RUTGLÓ, S/N	46600 - ALZIRA	962457270	50	5
46000729	CEIP LLUÍS VIVES	C. CANONGE BERNAT BLASCO CARRERES, S/N	46600 - ALZIRA	962457525	50	5
46015502	CEIP PINTOR TEODORO ANDREU	C. MASSALAVÉS, S/N	46600 - ALZIRA	962458025	50	5
46017705	CEIP TIRANT LO BLANC	C. CREU ROJA, S/N	46600 - ALZIRA	962457355	50	5
46000651	CEIP VICENTE BLASCO IBÁÑEZ	C. MAESTRO MOSCARDÓ, 34	46600 - ALZIRA	962457280	50	5
46015204	CEIP SANTA MARÍA DE AGUAS VIVAS	C. MILAGROS VERES MARIN, 4	46792 - ALZIRA - LA BARRACA D'AIGUES VIVES	962457595	45	5
46001451	CEIP MAESTRO D. JAIME APARICIO PÉREZ	C. RAMÓN Y CAJAL, 18	46820 - ANNA	962249835	38	4
46001461	CEIP XARQUIA	C. CALVARIO, 19	46266 - ANTELLA	962457555	43	5
3002652	CEIP DOCTOR CALATAYUD	C. GREGORIO RIZO, 23	03680 - ASPE	966912000	48	5
3012244	CEIP EL CASTILLO	C. PONIENTE, S/N	03680 - ASPE	966616095	47	5
3002664	CEIP LA PALOMA	C. VIRGEN DE LA ESPERANZA, 40	03680 - ASPE	966912005	48	5
3011999	CEIP LA SERRANICA	C. JOSÉ VICEDO, 107	03680 - ASPE	966616090	47	5
3002676	CEIP PERPETUO SOCORRO	C. MAESTRO ALCOLEA, 1-3	03680 - ASPE	966912010	48	5
3010508	CEIP VISTAHERMOSA	C. ANTONIO AYALA, 2	03680 - ASPE	966616080	48	5
46032111	CEIP VERGE DELS DESEMPARATS	C. CIRILO TORMO, 1	46869 - ATZENETA D' ALBAIDA	962919315	15	2

3002767	CEIP ALFONSO INIESTA	C. DEL LLAVADOR, 1	03450 - BANYERES DE MARIOLA	966527835	16	2
46001576	CEIP CARLES SALVADOR	C. NOU, S/N	46667 - BARXETA	962249765	35	4
46035604	CEIP MARIANO JORNET PERALES	C. AUSIÀS MARCH, 8	46868 - BÈLGIDA	963428508	17	2
46001606	CEIP GREGORI MAYANS I CISCAR	C. VICENT ANDRÉS ESTELLÉS, 1	46713 - BELLREGUARD	962826650	38	4
3002792	CEIP DIVINA AURORA	C. CARDENAL PAYA, 132	03460 - BENEIXAMA	965823095	25	3
46024060	CRA LA VALL FARTA	C. JAUME I, 5	46293 - BENEIXIDA	962580583	40	4
3002895	CEIP BENICADIM	Avda. VICENT ANDRÉS ESTELLÉS, 2	03778 - BENIARBEIG	966428800	43	5
3002901	CEIP LA PURÍSIMA	C. CARRETERA, 1	03517 - BENIARDÁ	966870815	24	3
46001783	CEIP SANT MARC	C. HORTETS, S/N	46722 - BENIARJÓ	962826655	36	4
3002950	CEIP MESTRAL	C. RACONÀ, 11	03759 - BENIDOLEIG	966409920	40	4
3012761	CEIP AITANA	C. CAPITÁN CORTÉS, 12	03502 - BENIDORM	966870790	35	4
3011550	CEIP AUSIÀS MARCH	C. VENEZUELA, 5	03502 - BENIDORM	966870690	35	4
3010302	CEIP BAUTISTA LLEDÓ	C. CAPITÁN CORTÉS, 12	03502 - BENIDORM	966870695	35	4
3015476	CEIP EL MURTAL	Avda. D. VICENTE PÉREZ DEvesa, 31	03502 - BENIDORM	966870805	35	4
3014381	CEIP ELS TOLLS	Avda. DEL MUNICIPI, 18	03502 - BENIDORM	966870795	35	4
3010211	CEIP GABRIEL MIRÓ	C. DE LA BARCA DEL BOU (SALT DE L'AIGUA), 4	03503 - BENIDORM	966816390	35	4
3003000	CEIP LA CALA	Avda. DE LA MARINA BAIXA, 9	03502 - BENIDORM	966870910	34	4
3003048	CEIP LEONOR CANALEJAS	C. ESCUELAS, S/N	03501 - BENIDORM	966870825	35	4
3010314	CEIP MESTRE GASPAR LÓPEZ	C. DE LA BARCA DEL BOU (SALT DE L'AIGUA), 3	03503 - BENIDORM	966816365	35	4
3011732	CEIP MIGUEL HERNÁNDEZ	Avda. NICARAGUA, 17	03502 - BENIDORM	966870770	35	4
3011914	CEIP PUIG CAMPANA	Avda. DE BELGICA, 16	03502 - BENIDORM	966870775	35	4
3012256	CEIP SERRA GELADA	Avda. MALTA, 2	03503 - BENIDORM	966816465	37	4
3002974	CEIP VASCO NÚÑEZ DE BALBOA	C. CAPITÁN CORTÉS, S/N	03502 - BENIDORM	966870820	35	4
46001837	CEIP JAUME II EL JUST	Pza. DEL PI, S/N	46791 - BENIFAIRÓ DE LA VALLDIGNA	962826660	42	5
46001886	CEIP BEATA INÉS	C. MESTRE JOSÉ MOSCARDÓ, S/N	46830 - BENIGÀNIM	962249770	27	3

3002949	CEIP LA PENYA BLANCA	C. LLARG, 62	03794 - BENIGEMBLA	966409935	32	4
3003152	CEIP VIRGEN DE LOS DOLORES	C. LA COMARCA, 1	03810 - BENILLOBA	966527845	8	1
3003176	CEIP BENIMANTELL	C. CREUETA, 18	03516 - BENIMANTELL	966870870	23	3
3016614	CRA LA RECTORIA	C. MAESTRA CONSUELO SANCHIS, 38	03769 - BENIMELI	966409955	40	4
3003231	CEIP MANUEL BRU	Avda. DE MADRID, S/N	03720 - BENISSA	965739040	46	5
3003267	CEIP PADRE MELCHOR	C. SANCHIS GUARNER, S/N	03720 - BENISSA	965739015	45	5
46032101	CEIP SANT ANTONI ABAT	Avda. DE VALENCIA, 1	46869 - BENISSODA	962919240	15	2
3003310	CEIP MARE DE DÉU DE GRÀCIA	Ctra. DE ALCOI, S/N	03410 - BIAR	965823090	27	3
46002040	CEIP LLUÍS VIVES	C. JOSÉ PUIG, 8	46880 - BOCAIRENT	962919360	14	2
46002052	CEIP ALBAIT	C. CALVARIO, 95	46822 - BOLBAITE	962249010	43	5
3003334	CEIP PENYA L'OR	C. RAVAL DE BAIX, 45	03518 - BOLULLA	966816485	32	4
46032093	CEIP MÓNICA PONT	C. LA PAU, 9	46891 - BUFALI	961839600	18	2
3003358	CEIP SAN LORENZO MÁRTIR	C. EL PASEO, S/N	03111 - BUSOT	966908160	25	3
3012268	CEIP BERNAT DE SARRIÀ	Cm. MIRANTBÓ, S/N	03510 - CALLOSA D'EN SARRIÀ	966870785	32	4
3003425	CEIP MIRANTBÓ	Part. MIRANTBÓ, S/N	03510 - CALLOSA D'EN SARRIÀ	966870830	32	4
3010892	CEIP AZORÍN	Part. GARGASINDI, 5	03710 - CALP	966870760	46	5
3010909	CEIP GABRIEL MIRÓ	Part. GARGASINDI, 1	03710 - CALP	966870680	46	5
3003395	CEIP MEDITERRANI	Avda. MASNOU, 15	03710 - CALP	966870915	45	5
3016675	CEIP OLTÀ	C. PADRE MANJÓN, 1	03710 - CALP	966870920	45	5
46002568	CEIP JOSÉ MOLLA	Avda. JAIME I, S/N	46650 - CANALS	962249780	30	3
46002556	CEIP PAPA CALIXTO III	C. LUIS VIVES, 2	46650 - CANALS	962249775	30	3
46018965	CEIP VICENTE RIUS GUILLEMES	Urb. DE MIRABOLVENS, S/N	46650 - CANALS	962249755	30	3
3003656	CEIP MARE DE DÉU DEL CARME	C. MANUEL OCAÑA VALVERDE, 1	03409 - CAÑADA	965823085	30	3
46002702	CEIP FRANCESC PONS BOIGUES	C. VICENT ANDRÉS ESTELLÉS, 2	46740 - CARCAIXENT	962457575	46	5
46002696	CEIP JOSÉ BOQUERA OLIVER	C. SEBASTIÁN HERNÁNDEZ, 14	46740 - CARCAIXENT	962457570	48	5
46002672	CEIP NAVARRO DARÁS	C. JAUME I EL CONQUERIDOR, 6	46740 - CARCAIXENT	962457560	48	5
46002684	CEIP VÍCTOR OROVAL TOMÁS	C. CÁNDIDO HERNÁNDEZ, 70	46740 - CARCAIXENT	962457565	48	5
46002741	CEIP PARE GUMILLA	C. CASTO MONTBLANCH, 19	46294 - CÀRCER	962457580	41	5

3003668	CEIP RICO SAPENA	Avda. DE LA CONSTITUCIÓN, 72	03420 - CASTALLA	966527500	21	3
3003711	CEIP SERRELLA	C. RAMÓN RUBIAL, S/N	03793 - CASTELL DE CASTELLS	966527505	25	3
46014042	CEIP SEVERÍ TORRES	C. FRANCISCO BENETO, 5	46270 - CASTELLÓ	962457295	41	5
46002842	CEIP VERGE DEL REMEI	C. LES ESCOLES, 1	46841 - CASTELLÓ DE RUGAT	962826665	25	3
46003457	CEIP JUAN LACOMBA GUILLOT	Avda. DE LA CONSTITUCIÓN, 34	46821 - CHELLA	962249840	41	5
3009336	CEIP REAL BLANC	Avda. REAL BLANC, S/N	03820 - COCENTAINA	966527545	5	1
3003772	CEIP SAN JUAN BOSCO	C. MÚSIC JUST SANSALVADOR, 1	03820 - COCENTAINA	966527510	5	1
3003851	CEIP DE CONFRIDES	C. ALICANTE, 5	03817 - CONFRIDES	966870835	24	3
46003743	CEIP MESTRE RAFAEL NOGUERA	C. ERA, S/N	46710 - DAIMÚS	962826670	40	4
3004120	CEIP CERVANTES	C. MONCADA, S/N	03700 - DÉNIA	966428810	50	5
3009993	CEIP MONTGÓ	C. JOSÉ OLIVER, 3	03700 - DÉNIA	966428865	50	5
3004260	CEIP PARE PERE	C. DE LES ESCOLES, 5	03749 - DÉNIA - JESUS POBRE	965757277	50	5
3004259	CEIP LA XARA	C. LES ESCOLES, 1	03709 - DÉNIA - LA XARA	966428815	49	5
3003644	CEIP MESTRE JOAQUÍN CARTAGENA	C. MÚSIC JOSÉ ALBERO, 23	03469 - EL CAMP DE MIRRA	965318970	24	3
3015798	CEIP EL FABRAQUER	C. HISENDA D'EN MIRA, 2	03560 - EL CAMPELLO	965919700	31	4
3012037	CEIP EL VINCLE	Avda. DEL VINCLE, S/N	03560 - EL CAMPELLO	965937080	31	4
3010375	CEIP PLA DE BARRAQUES	C. AUSIÀS MARCH, S/N	03560 - EL CAMPELLO	965937055	31	4
3003565	CEIP RAFAEL ALTAMIRA	C. ALCALDE J.CARRATALÁ BAEZA, 8	03560 - EL CAMPELLO	965937115	31	4
3005914	CEIP D'EL CASTELL DE GUADALEST	Pza. SAN GREGORIO, 2	03517 - EL CASTELL DE GUADALEST	966870875	24	3
46004292	CEIP MARE DE DÉU DELS DESEMPARATS	C. AUSIÀS MARCH, S/N	46894 - EL GENOVÉS	962249690	32	4
46007013	CEIP BEATO CARMELO	C. GERMANIES, 84	46727 - EL REAL DE GANDIA	962826675	36	4
46015319	CEIP CAES NUESTRA SEÑORA DEL AMPARO	Part. RACÓ DEL PORTELL,	46727 - EL REAL DE GANDIA	962826895	36	4
3008873	CEIP SEGARIA	Avda. JUAN CARLOS I, S/N	03770 - EL VERGER	966428850	45	5
3008526	CEIP AUSIÀS MARCH	C. REVOLTES, 20	03779 - ELS POBLETS - SETLA	966428845	46	5
3004442	CEIP RODOLFO TOMÁS SAMPER	Avda. CIUDAD DEPORTIVA, S/N	03195 - ELX - EL ALTET	966915405	47	5
3005355	CEIP ANTONIO MACHADO	C. SAN FERNANDO, 2	03320 - ELX - TORRELLANO	966616020	47	5

3012281	CEIP LA PAZ	C. LA PAZ, S/N	03320 - ELX - TORRELLANO	966915385	47	5
46003861	CEIP EDUARDO LÓPEZ PALOP	C. SAN JAIME, S/N	46810 - ENGUERA	962249845	36	4
46003950	CEIP FÉLIX OLMOS	C. SANT LLORENÇ, S/N	46614 - FAVARA	961719020	49	5
3018076	CEIP BALCÓ DE FINESTRAT	Sc. 5 PARCELA CS-2 BALCÓN DE FINESTRAT, S/N	03509 - FINESTRAT	965594760	33	4
3005811	CEIP PUIG CAMPANA	Cm. DE REYES, 4	03509 - FINESTRAT	966870840	33	4
46003962	CEIP COMTE DE SALVATIERRA DE ALAVA	Ctra. DE BENEIXAMA, 2	46635 - FONTANARS DELS ALFORINS	962249800	25	3
46017419	CEIP BENIPEIXCAR	Avda. DE LES ESCLAVES, 15	46702 - GANDIA	962826485	38	4
46027000	CEIP BOTÀNIC CAVANILLES	C. BENISSUAI, 25	46701 - GANDIA	962826700	38	4
46004164	CEIP CERVANTES	Pza. EXÈRCIT ESPANYOL, 7	46701 - GANDIA	962826535	39	4
46004188	CEIP JOAN MARTORELL	C. NOU D'OCTUBRE, 72	46702 - GANDIA	962826540	40	4
46018096	CEIP MONTDÚVER	C. MONTDÚVER, S/N	46701 - GANDIA	962826620	39	4
46004231	CEIP ROÍS DE CORELLA	Avda. ROÍS DE CORELLA, 1	46702 - GANDIA	962826685	38	4
46004176	CEIP SAN FRANCISCO DE BORJA	C. LEGIONARIO BERNABEU, 11	46702 - GANDIA	962826705	38	4
46014947	CEIP JOAN XXIII	Pza. GARBI, 2	46730 - GANDIA - GRAU I PLATJA	962826680	42	5
46028429	CEIP LES FOIES	Cm. VELL DEL GRAU (APT. 196), 36	46730 - GANDIA - GRAU I PLATJA	962826635	42	5
3005859	CEIP SANTÍSSIMO CRISTO	C. CUESTA GRUPO ESCOLAR, S/N	03740 - GATA DE GORGOS	966428825	49	5
46029549	CRA ESCOLES DEL XUQUER	C. CINCO, S/N	46267 - GAVARDA	962457795	43	5
46024047	CRA RIU D'ALBAIDA	C. L'ESPERANÇA, 3	46839 - GUADASSÉQUIES	962249815	27	3
3006050	CEIP CERVANTES	C. SAN JOSÉ (APT. 441), 44	03440 - IBI	966527515	12	2
3006062	CEIP DERRAMADOR	Part. DERRAMADOR, S/N	03440 - IBI	966527520	12	2
3010004	CEIP MADRE FELICIDAD BERNABEU	Po. DEL GELADORS, 50	03440 - IBI	966527555	12	2
3006104	CEIP POETA PLA Y BELTRÁN	C. CALDERÓN DE LA BARCA, S/N	03440 - IBI	966527525	13	2
3010259	CEIP TEIXERETA	C. MAESTRO CHAPÍ, S/N	03440 - IBI	966527560	13	2
46004036	CEIP MARE DE DÉU DELS XICS	C. MOLÍ, 57	46630 - LA FONT DE LA FIGUERA	962249685	37	4

46004024	CEIP FRANCESC CARRÒS	C. 9 D'OCTUBRE, 31	46717 - LA FONT D'EN CARRÒS	962826530	35	4
46004981	CEIP CRISTO DEL MILAGRO	C. SAN BLAS, S/N	46815 - LA LLOSA DE RANES	962249715	36	4
3017837	CEIP LA MUIXARA	Part. FOIA BLANCA, 2	03530 - LA NUCIA	966870905	32	4
3006785	CEIP SAN RAFAEL	C. ERMITA, 100	03530 - LA NUCIA	966870845	33	4
46006756	CEIP RAMÓN ESTEVE	Pza. CONCÒRDIA, S/N	46840 - LA POBLA DEL DUC	962249740	23	3
46006823	CEIP DOCTOR SANCHIS GUARNER	C. MUNTANYA, 45	46670 - LA POBLA LLARGA	962457290	42	5
3009831	CEIP JOANOT MARTORELL	C. CARRETERA, S/N	03787 - LA VALL DE GALLINERA - BENIALI	966409950	25	3
3013431	CEIP CAVALL VERD	C. ERA DEL POBLE, 1	03791 - LA VALL DE LAGUAR - FLEIX	965583929	33	4
3008991	CEIP DOCTOR ÁLVARO ESQUERDO	C. DRA. DAMIANA ZARAGOZA, S/N	03570 - LA VILA JOIOSA	966870855	30	3
3017928	CEIP GASPAROT	Avda. MARINA BAIXA, S/N	03570 - LA VILA JOIOSA	966870810	30	3
3009041	CEIP HISPANITAT	Part. SECANET, 92	03570 - LA VILA JOIOSA	966816480	30	3
3008988	CEIP L'ERMITA	Part. BORDES, 51	03570 - LA VILA JOIOSA	966870850	30	3
3009038	CEIP MARE NOSTRUM	C. JAIME SANTAOLALLA, S/N	03570 - LA VILA JOIOSA	966870860	30	3
3009361	CEIP MARÍA FRANCISCA RUIZ MIQUEL	Part. TORRETA, 43	03570 - LA VILA JOIOSA	966870745	30	3
3010661	CEIP POBLE NOU	Avda. JAUME I EL CONQUERIDOR, S/N	03570 - LA VILA JOIOSA	966870685	30	3
46000821	CEIP LA SÈNIA	C. SENYERA, 3	46690 - L'ALCÚDIA DE CRESPIANS	962249760	31	4
3015257	CEIP RACÓ DE L'ALBIR	C. RICHARD WAGNER, S/N	03580 - L'ALFÀS DEL PI	966870800	35	4
3000588	CEIP SANTÍSSIMO CRISTO BUEN ACIERTO	C. CAMÍ DE LA MAR, 21	03580 - L'ALFÀS DEL PI	966870740	35	4
3015646	CEIP VELES E VENTS	Avda. DE LES CORTS VALENCIANES, 1	03580 - L'ALFÀS DEL PI	966870900	36	4
46001436	CEIP SANT PERE APÒSTOL	C. ESCOLES, 1	46715 - L'ALQUERIA DE LA COMTESSA	962826645	38	4
46003901	CEIP LES ERES	Ctra. XÀTIVA, S/N	46669 - L'ÉNOVA	962249785	40	4
46022324	CRA LA COSTERETA	C. CAMÍ DE VALLES, S/N	46814 - LLANERA DE RANES	962249825	32	4
3021257	CRA TERRA DE RIURAUS	C. LES ESCOLES, 9	03729 - LLÍBER	965318495	42	5
46025441	CRA RIU VERNISSA	Pza. SAFOR, 6	46726 - LLOCNOU DE SANT JERONI	628694764	28	3

46036852	CEIP SANCHIS GUARNER	C. SANCHIS GUARNER, S/N	46668 - LLOCNOU D'EN FENOLLET	962931490	34	4
46004905	CEIP AUSIÀS MARCH	C. PUIG AGUT, S/N	46838 - LLUTXENT	962249710	28	3
46005971	CEIP ISABEL LA CATÓLICA	C. ISABEL LA CATÓLICA, S/N	46850 - L'OLLERIA	962249735	24	3
46017584	CEIP MANUEL SANCHIS GUARNER	C. SAN FELIPE, 1	46850 - L'OLLERIA	962249750	26	3
3020952	CRA RIU SERPIS	C. LA SAFOR, S/N	03860 - L'ORXA	966527530	22	3
46005156	CEIP PINTOR ESTRUCH	C. ENRIC VALOR, S/N	46660 - MANUEL	962249720	38	4
46005181	CEIP BLASCO IBÁÑEZ	C. DIPUTACIÓN, S/N	46292 - MASSALAVÉS	963428510	49	5
46005417	CEIP OLIVERETES	C. PALOMA, 2	46711 - MIRAMAR	962826560	40	4
3006396	CEIP JORGE JUAN	C. CALVARIO, 39	03670 - MONFORTE DEL CID	966908205	42	5
3006487	CEIP AZORÍN	Avda. DE LA ENSEÑANZA, 2	03640 - MONÒVER	966957365	44	5
3006499	CEIP CERVANTES	C. SATURNINO CERDÀ, 8	03640 - MONÒVER	966957335	45	5
3011227	CEIP ESCRIPTOR CANYIS	C. MIGUEL HERNÁNDEZ, 3	03640 - MONÒVER	966957395	43	5
3011689	CEIP MESTRE RICARDO LEAL	C. RONDA DE LA CONSTITUCIÓN, 45	03640 - MONÒVER	966957360	45	5
46005715	CEIP DOCTOR ESPLUGUES	C. ALACANT, 59	46892 - MONTAVERNER	962249725	23	3
46005739	CEIP VICENT BLASCO IBÁÑEZ	Cm. LA RUTGLA, S/N	46692 - MONTESA	962249805	31	4
3006566	CEIP CASTELL DEL POP	Part. GARROFERAL, S/N	03792 - MURLA	966409940	36	4
3006621	CEIP EL BRACAL	Ctra. DE CELA, 9	03830 - MURO DE ALCOY	966527535	9	1
3012293	CEIP MONTCABRER	Cm. DE L'HORT, 4	03830 - MURO DE ALCOY	966527580	9	1
3012104	CEIP ARBRE BLANC	C. BRAÇAL DE MURTERETES, 12	03110 - MUTXAMEL	965937085	33	4
3006530	CEIP EL SALVADOR	C. LAZARILLO DE TORMES, 11	03110 - MUTXAMEL	965937120	33	4
3006542	CEIP MANUEL ANTÓN	C. LAZARILLO DE TORMES, S/N	03110 - MUTXAMEL	965937125	33	4
46005791	CEIP SAN JOSÉ DE CALASANZ	C. MAESTRO VICENTE ALMOR, 34	46823 - NAVARRÉS	962249830	48	5
3006694	CEIP ALFONSO X EL SABIO	C. ALFONSO X EL SABIO, 19	03660 - NOVELDA	966908180	46	5
3006700	CEIP GÓMEZ NAVARRO	C. ELIAS ABAD, 2	03660 - NOVELDA	966908185	46	5
3010260	CEIP JESÚS NAVARRO JOVER	C. JUAN RAMÓN JIMÉNEZ, 5	03660 - NOVELDA	966908145	44	5
3006670	CEIP JORGE JUAN	C. SALVADOR DE MADARIAGA, 14	03660 - NOVELDA	966908175	44	5
3011690	CEIP SÁNCHEZ ALBORNOZ	Avda. BENITO PÉREZ GALDÓS, 3	03660 - NOVELDA	966908150	44	5

46005806	CEIP JAIME I	C. PÍO XII, 18	46819 - NOVETLÈ	962249730	31	4
46018281	CEIP ALFADALÍ	C. ALFADALI, S/N	46780 - OLIVA	962826625	39	4
46005892	CEIP HORT DE PALAU	Po. POETA FRANCISCO BRINES, 18	46780 - OLIVA	962826695	39	4
46005910	CEIP LA CARRASCA	C. ANDRÉS MANJÓN, S/N	46780 - OLIVA	962826575	38	4
46005922	CEIP LLUÍS VIVES	Po. JOAN FUSTER, 2	46780 - OLIVA	962826580	39	4
46005909	CEIP SANTA ANNA	C. ANTONIO MAURA, S/N	46780 - OLIVA	962826475	39	4
46005867	CEIP VERGE DELS DESEMPARATS	C. ALCALDE LLORCA, S/N	46780 - OLIVA	962826570	39	4
3006839	CEIP SANCHIS GUARNER	C. LEPANTO, 2	03760 - ONDARA	966428835	45	5
3009373	CEIP MARE DE DÉU DE LA SALUT	Avda. EUSEBIO SEMPERE, 3	03430 - ONIL	966527550	19	2
3006840	CEIP SAN JAIME	C. JACINTA BOIX, S/N	03430 - ONIL	966527540	19	2
46015629	CEIP BONAVISTA	Avda. VICENTE GIRONÉS, S/N	46870 - ONTINYENT	962919340	17	2
46006094	CEIP LA SOLANA	C. ORÚTJOL, 4	46870 - ONTINYENT	962919330	17	2
46006070	CEIP LLUÍS VIVES	Avda. LLOMBO, 44	46870 - ONTINYENT	962919320	17	2
46006082	CEIP MAESTRO CARMELO RIPOLL	C. PINTOR SEGRELLES, S/N	46870 - ONTINYENT	962919325	17	2
46018102	CEIP MARTÍNEZ VALLS	C. JOSÉ IRANZO, 52	46870 - ONTINYENT	962919365	17	2
46006136	CEIP VICENTE GIRONÉS MORA	C. JOSÉ IRANZO, 52	46870 - ONTINYENT	962919335	17	2
3006852	CEIP COMARCAL HISPANIDAD	Avda. DEL PORT, 26	03790 - ORBA	966409925	37	4
46024011	CRA CASTELL DE CARBONERA	C. PADUR, 3	46844 - OTOS	962919370	17	2
3007546	CEIP EL CARRASCAL	C. CALVARIO, 8	03792 - PARCENT	966409945	36	4
3007561	CEIP COMARCAL L'ALFÀS	C. BLASCO IBÁÑEZ, S/N	03750 - PEDREGUER	966428840	45	5
3011896	CEIP EL TRINQUET	C. CANONGE VALERIA COSTA, 7	03750 - PEDREGUER	966428875	45	5
3014125	CEIP AMBRA	Avda. BLASCO IBÁÑEZ, 5	03780 - PEGO	966409915	35	4
3012311	CEIP CAROLINA SALA	Avda. DE FONTILLES, 1	03780 - PEGO	966409900	35	4
3012141	CEIP ROSALIA BONDIA	C. SANTA BÁRBARA, 34	03780 - PEGO	966409910	35	4
3010351	CEIP LA FOIA	C. VENEZUELA, 1	03610 - PETRER	966957350	34	4
3012611	CEIP REINA SOFÍA	Avda. REINA SOFÍA, 100	03610 - PETRER	966957385	36	4
3007704	CEIP REYES CATÓLICOS	C. VILLAFRANQUEZA, S/N	03610 - PETRER	966957370	36	4
3010363	CEIP VIRREY POVEDA	C. VIRREY POVEDA, 20	03610 - PETRER	966957355	36	4

3007698	CEIP 9 D'OCTUBRE	Avda. BASSA PERICO, 11	03610 - PETRER	966957340	36	4
3010089	EI CID CAMPEADOR	C. CASTILLA, 53	03610 - PETRER	966957460	36	4
3011240	CEP RAMBLA DELS MOLINS	C. ALMERÍA, 1	03610 - PETRER	966957740	37	4
46006689	CEIP JOSÉ PEDRÓS	Avda. JOSÉ PEDROS, 35	46712 - PILES	962826585	39	4
3016067	CRA L'ENCANTADA	C. METGE VICENT RODRIGO, S/N	03828 - PLANES	966527650	14	2
3007881	CEIP SANT ROC	C. PARTIDA TEROL, S/N	03520 - POLOP	966870925	31	4
46025489	CRA MONDÚVER-SAFOR	C. L'ERMITA, 1	46721 - POTRIES	962826710	34	4
46003317	CEIP RAFAEL ALTAMIRA	C. ESCOLA, 1	46837 - QUATRETONDA	962249790	33	4
46006951	CEIP AUSIÀS MARCH	C. CAMÍ XÀTIVA, 33	46716 - RAFELCOFER	962826590	37	4
46006975	CEIP VICENTE BLASCO IBÁÑEZ	Po. DE L'ALBEREDA, S/N	46666 - RAFELGUARAF	962457590	39	4
3020046	CRA SELLA-ORXETA-RELLEU	C. EVARISTO MANERO, 38	03578 - RELLEU	966870880	19	2
46036864	CEIP MARE DE DÉU DEL SOCORRO	C. RAMÓN BENEYTO, 1	46816 - ROTGLÀ I CORBERÀ	962249820	34	4
46025477	CRA ALFAUIR-RÓTOVA	C. CAMÍ DE LES PLANES, S/N	46725 - RÓTOVA	962826720	31	4
3008083	CEIP VIRGEN DEL ROSARIO	Avda. DE VILLENA, 2	03658 - SALINAS	966957440	43	5
3008162	CEIP CRISTO DE LA PAZ	Avda. LA RAMBLA, 1	03550 - SANT JOAN D'ALACANT	965937130	34	4
3010636	CEIP LO ROMERO	C. RAMON DE CAMPOAMOR, 23	03550 - SANT JOAN D'ALACANT	965937060	35	4
3009348	CEIP RAJOLETES	Avda. DEL INSTITUTO, 6	03550 - SANT JOAN D'ALACANT	965937050	34	4
46024035	CRA LA RIBERA ALTA	C. MANUEL, S/N	46669 - SANT JOANET	963428520	40	4
3009351	CEIP AZORÍN	C. DR. MARAÑON, 17	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965932505	35	4
3010648	CEIP BEC DE L'ÀGUILA	C. MORAIRA, 20	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965937065	34	4
3008356	CEIP JAUME I	C. BALMES, 26	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965937135	35	4
3017552	CEIP JOSÉ RAMÓN GARCÍA ANTÓN	Avda. SEVILLA, 3	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965937100	35	4

3010946	CEIP JUAN RAMÓN JIMÉNEZ	C. DR. MARAÑÓN, 22	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965937075	35	4
3016900	CEIP LA ALMAZARA	Avda. DE LA LIBERTAD, 81	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965937095	35	4
3012116	CEIP L'HORTA	C. LA HUERTA, 3	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965937040	35	4
3013261	CEIP MIGUEL HERNÁNDEZ	C. AZORÍN, S/N	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965937090	34	4
3010651	CEIP RASPEIG	C. ALMAZARA, 63	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965937070	34	4
3008368	CEIP REYES CATÓLICOS	C. RÍO EBRO, 7	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965937140	35	4
3008290	CEIP SANTA ISABEL	Col. DE SANTA ISABEL, S/N	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	966478675	36	4
3018027	CEIP VICTORIA KENT	C. DÉNIA, 31	03690 - SANT VICENT DEL RASPEIG	965937035	34	4
3012128	CEIP ALBERTO SOLS	Avda. REY JAIME I, 16	03630 - SAX	966957425	35	4
3008460	CEIP CERVANTES	C. AZORÍN, 1	03630 - SAX	966957445	35	4
3010958	CEIP CRISTOBAL COLÓN	C. PERSIANAS, S/N	03630 - SAX	966957420	35	4
3008514	CEIP L'ERA	Avda. DE LA CONSTITUCIÓN, S/N	03729 - SENIJA	965739055	45	5
46007852	CEIP 9 D'OCTUBRE	C. RIU ALBAIDA, S/N	46669 - SENYERA	962458020	41	5
46008005	CEIP VALLDIGNA	Avda. DE LA SAFOR, 37	46750 - SIMAT DE LA VALLDIGNA	962826595	40	4
3008541	CEIP SES ESCOLES	Pza. SANTA ANA, 12	03518 - TÀRBENA	966870890	32	4
46015681	CEIP ALFÀNDEC	C. MESTRE SANSALONI, 3	46760 - TAVERNES DE LA VALLDIGNA	962826615	44	5
46008327	CEIP DIVINA AURORA	C. JARDINS, S/N	46760 - TAVERNES DE LA VALLDIGNA	962826600	44	5
46008339	CEIP MAGRANER	C. CID CAMPEADOR, 2	46760 - TAVERNES DE LA VALLDIGNA	962826480	45	5

46008364	CEIP SANT MIQUEL	C. CANTALOT, 11	46760 - TAVERNES DE LA VALLDIGNA	962826605	44	5
3008587	CEIP LUIS GOSALBEZ	C. CASTALLA, S/N	03109 - TIBI	966908195	21	3
46008820	CEIP SANTA BÁRBARA	C. PÉREZ GALDÓS, 15	46269 - TOUS	962457800	49	5
46013888	CEIP RAMÓN MARTÍ SORIANO	C. MIGUEL HERNÁNDEZ, S/N	46691 - VALLADA	962249745	28	3
46013967	CEIP VERGE DE LA FONT	C. PINTOR PINAZO, S/N	46720 - VILALLONGA	962826610	31	4
3012131	CEIP EL GREC	Blvr. AMBROSIO COTES, 20	03400 - VILLENA	965823195	35	4
3009166	CEIP JOAQUÍN MARÍA LÓPEZ	C. PASCUAL MARQUINA, 2	03400 - VILLENA	965823710	34	4
3012633	CEIP LA CELADA	C. SAX, 1	03400 - VILLENA	965823720	35	4
3009178	CEIP PRINCIPE D. JUAN MANUEL	C. SAX, 5	03400 - VILLENA	965823715	35	4
3009181	CEIP RUPERTO CHAPÍ	C. CLARA CAMPOAMOR, 30	03400 - VILLENA	965823700	35	4
3009154	CEIP SANTA TERESA	Bd. SAN FRANCISCO, S/N	03400 - VILLENA	965823705	35	4
3006189	CEIP VIRGEN POBRE	Part. BENIBRAHIM, S/N	03727 - XALÓ	965739025	40	4
46004735	CEIP ATTILIO BRUSCHETTI	C. JARDÍ CARME PÉREZ, S/N	46800 - XÀTIVA	962249705	36	4
46004759	CEIP BEATO JACINTO CASTAÑEDA	C. ABEN FERRI, 1	46800 - XÀTIVA	962249810	31	4
46004723	CEIP MARTÍNEZ BELLVER	C. VENTURA PASCUAL, 1	46800 - XÀTIVA	962249700	36	4
46004711	CEIP TAQUÍGRAFO MARTÍ	C. SANT DOMENEC, 17	46800 - XÀTIVA	962249695	32	4
46015940	EI MARÍA TERESA COLOMA	C. LINGÜISTA SANELO, S/N	46800 - XÀTIVA	962249015	32	4
46004747	CEP GOZALBES VERA	C. ACADÈMIC MARAVALL, 8	46800 - XÀTIVA	962249025	36	4
46004632	CEIP JOANOT MARTORELL	C. LLUÍS VIVES, 3	46770 - XERACO	962826690	43	5
46004784	CEIP SANT ANTONI DE PÀDUA	C. LA MARTINA, 9	46790 - XERESA	962826545	41	5
3012591	CEIP CRISTOFOL COLOM	C. JOSÉ MARÍA SAMPER, 3	03100 - XIXONA	966908155	17	2
3006301	CEIP ELOY COLOMA	Avda. DE LA CONSTITUCIÓN, S/N	03100 - XIXONA	966908170	19	2
3006281	CEIP SAGRADA FAMILIA	C. JOAN FUSTER, 4	03100 - XIXONA	966908165	20	2

Tabla 59: Listado de escuelas infantiles y primarias públicas

Fuente: ceice.gva.es – Excel