



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

MEMORIA PRESENTADA POR:

[Silvia Pérez García]

GRADO DE ADMINISTRACION Y DIRECCION DE EMPRESAS

Convocatoria de defensa: [Septiembre de 2017]

INDICE

1. Introducción.....	7
2. Historia	7
3. Análisis del entorno.....	12
3.1 Análisis externo.....	12
3.1.1. Macroentorno:	12
3.1.2. Microentorno:	22
3.2. Análisis interno.....	33
3.2.1. Recursos disponibles:	33
3.2.2. Recursos intangibles:	37
3.2.3. Capacidades:.....	38
3.2.4. Análisis de la competencia	40
3.2.5. Competidores potenciales.....	41
4. Análisis DAFO.....	46
5. Análisis CAME	48
6. Estrategias	50
6.1. Ajuste de la estrategia	55
6.2. Aceptabilidad, factibilidad, viabilidad.....	58
6.2.1. Aceptabilidad.....	58
6.2.2. Factibilidad	60
6.2.3. Viabilidad.....	61
7. Plan de marketing	64
7.1. Introducción	64
7.2. Segmentación de mercado	64
7.3. Posicionamiento	67
8. Marketing mix.....	68
8.1. Producto o servicio	68
8.2. Precio	70
8.3. Distribución	72
8.4. Promoción y comunicación.....	73
9. Plan Financiero.....	76
9.1. Estrategia de producto:	76

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

9.1.1.	Alojamiento.....	76
9.1.2.	Restaurante.....	78
9.1.3.	Museo.....	79
9.1.4.	Excursiones.....	80
9.2.	Estrategia de capital:.....	82
9.3.	Estrategia financiera:.....	82
9.4.	Estrategia a corto plazo:.....	82
9.5.	Plan financiero.....	83
9.5.1.	Escenarios.....	83
9.5.2.	Cuenta de resultados.....	85
9.5.3.	Balance:.....	86
9.5.4.	Tesorería:.....	88
9.5.5.	Ratios.....	89
10.	Conclusiones.....	91
11.	Bibliografía.....	92
12.	Anexo.....	95

INDICE DE FIGURAS

Fig. 1. Molí de Paper	8
Fig. 2. Resto de un mosaico que se ve en la fachada que da al lavadero. El santo que forma este mosaico era San Juan Nepomuceno el que estuvo representado en el mismo.....	9
Fig. 3. El Molí de Paper (diciembre de 2009).	10
Fig. 4. Redistribución de espacios en de planta baja.....	34
Fig. 5. Redistribución de espacios en de planta primera.	35
Fig. 6. Redistribución de espacios en de planta segunda.	36
Fig. 7. Matriz CAME.. Fuente: pdcahome.....	48
Fig. 8. Puntuaciones de las estrategias.	56
Fig. 9. Puntuaciones relativas de las estrategias	57
Fig. 10. Escenarios VAN y TIR.....	90

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Evolución del IVA. Fuente: nomasiva.....	14
Tabla 2. Resumen del macroentorno.....	21
Tabla 3. Resumen de competidores de la zona.....	23
Tabla 4. Características de los competidores de la zona de Alcoy.....	24
Tabla 5. Características de los competidores de la zona de Ibi.....	25
Tabla 6. Características de los competidores de la zona de Onil.....	26
Tabla 7. Características de los competidores de la zona de Castalla.....	27
Tabla 8. Características de los competidores de la zona de Banyeres.....	28
Tabla 9. Características de los competidores de la zona de Agres.....	29
Tabla 10. Cuadro resumen microentorno.....	32
Tabla 11. Cuadro resumen de fortalezas y debilidades.....	45
Tabla 12. Cuadro resumen análisis DAFO.....	47
Tabla 13. Resumen de estrategias.....	53
Tabla 14. Resumen de grupos de interés.....	60
Tabla 15. Resumen de aceptabilidad, factibilidad y viabilidad.....	61
Tabla 16. Cuadro resumen del plan de acción.....	63
Tabla 17. Resumen variables segmentos.....	65
Tabla 18. Estrategia de posicionamiento.....	67
Tabla 19. Horario de restaurante.....	68
Tabla 20. Precios de las actividades.....	71
Tabla 21. Precios de las actividades subcontratadas.....	71
Tabla 22. Tarifas de las habitaciones.....	72
Tabla 23. Coste de los servicios del alojamiento.....	77
Tabla 24. Ingresos totales de temporada baja.....	77
Tabla 25. Ingresos totales de temporada baja.....	77
Tabla 26. Costes totales de los servicios del restaurante.....	78
Tabla 27. Ingresos totales del restaurante.....	78
Tabla 28. Costes totales de los servicios del museo.....	79
Tabla 29. Ingresos totales del museo.....	79
Tabla 30. Costes totales de los servicios de las excursiones.....	80
Tabla 31. Ingresos totales de las actividades para adultos.....	80
Tabla 32. Ingresos totales de las actividades para niños.....	81
Tabla 33. Ingresos totales de las actividades subcontratadas para adultos.....	81
Tabla 34. Ingresos totales de las actividades subcontratadas para niños.....	81
Tabla 35. Cuadro resumen de los escenarios.....	84
Tabla 36. Cuenta de resultados. Escenario base.....	85
Tabla 37. Balance, cuenta de Activo. Escenario base.....	86
Tabla 38. Balance, cuenta de Pasivo. Escenario base.....	87
Tabla 39. Tesorería. Escenario base.....	88
Tabla 40. Ratios. Escenario base.....	89

1. Introducción

El proyecto consiste en la remodelación del “Molí de Paper” que es un edificio histórico, que se encuentra situado en la localidad de Ibi.

Durante el año pasado el ayuntamiento procedió a la compra del “Molí de Paper”, por lo que ahora el edificio pasa a ser propiedad municipal. Al recibir la noticia se planteó elaborar el siguiente proyecto en el cual se querían ver diferentes posibilidades para su remodelación.

Primeramente se expone un poco de historia y más adelante se realizara un análisis externo e interno para conocer el entorno, con toda la información obtenida se elabora el análisis DAFO en el que se resume el análisis externo del entorno y el interno de la empresa. Dicho análisis da información interna (debilidades y fortalezas) y del entorno, destacando tanto las amenazas y oportunidades del mismo, por lo que proporciona información sobre la estrategia más ventajosa que ayuda a la toma de decisiones estratégicas para poder definir el negocio adecuado; es decir, si convertirlo en un albergue, un centro de interpretación, un hotel, o un lugar disponible para el pueblo, colectivos o para grupos escolares, etc.

Después de haber realizado el análisis del entorno, se evalúan todas las posibilidades más ventajosas.

2. Historia

Ibi es una población de la Comunidad Valenciana, España. Situada en el interior de la provincia de Alicante, es la más grande de la comarca geográfica de la FOIA de Castalla. Cuenta con una población de 23.365 habitantes.

En su parte norte y nordeste limita con un gran arco montañoso formado por las sierras de Biscoy, Teixereta, Cuartel, Cabezo Corbó y la Tallada, su pico más elevado es el Menejador, con 1.356 m de altitud. Dicha montaña se encuentra dentro del parque natural de la Font Roja que pertenece a los términos municipales de Ibi y Alcoy.

La población está enclavada entre dos cerros sobre los cuales se ubican respectivamente las ermitas de Santa Lucía y San Miguel.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

Ibi es un municipio donde las industrias se reciclan continuamente para adaptarse a los nuevos mercados. Desde el siglo pasado, el negocio del helado ha generado muchos puestos de trabajo. También es conocida por su producción de juguetes que en los años 70 y 80 centraban a casi toda la población activa. Actualmente Ibi es una de las localidades más industrializadas de la provincia, pero las empresas de juguetes están siendo reemplazadas por fábricas de metal y de plástico en general, aumentando también el sector de importación y exportación.

Antiguamente los ibenses se dedicaban al comercio de la nieve en el que entran en juego los pozos que habían por el término municipal, también una de las ocupaciones era la agricultura, en su mayor parte pedregosa y de secano, o también por ejemplo la colaboración con la Fábrica de Paños de Alcoy.



Fig. 1. Molí de Paper

En el año 1829, Antonio Verdú y Vicedo, vecino de Ibi, solicita el establecimiento de un batán (máquina movida generalmente por agua y compuesta por mazos de madera cuyos mangos giran sobre un eje para golpear, desengrasar y dar textura a los paños), auxiliar a la industria textil. Éste, debería situarse en la parte superior de la balsa común de los regantes a una distancia de unos 5 metros y medio como mínimo. Aunque el 3 de octubre de aquel año ya estaban empezadas las obras, Antonio Verdú vende con todas las obligaciones a Don José Gaspar Marco, de Biar, el cual sigue las obras, pero con más grandeza, pensando en un molino de papel. En 1830, a raíz de la sequía que se produjo se paraliza la obra. Después de su muerte, el heredero por parte de su mujer, Don Francisco Gisbert y Pérez, tomó parte en la obra,

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

comprando los dos molinos de harina que allí se encontraban, el “chiquet” y el de “les Junes”, derribando el primero para darle más salto de agua al molino de papel y en un lugar de dos molinos tener uno más rentable. El proyecto definitivo es aprobado el 11 de octubre de 1859.

Así pues, y volviendo al señor Francisco Martínez, éste, consiguió autorización para canalizar agua desde la Fuente del Progreso (de la que desconozco su ubicación), hasta el propio del Molino, aunque estas obras, le obligaron a realizar numerosas inversiones económicas. A pesar de ello, contó con la colaboración técnica de Don Emilio Pérez



Fig. 2. Resto de un mosaico que se ve en la fachada que da al lavadero. El santo que forma este mosaico era San Juan Nepomuceno el que estuvo representado en el mismo.

Alegret, incluso con la adquisición de una nueva caldera de vapor continuo para el funcionamiento de toda la maquinaria del Molino. Esta caldera llegó a Ibi el 17 de enero de 1914.

Este Molino llegó a alcanzar un merecido prestigio por la gran calidad del papel de fumar que fabricaba y que vendía y exportaba a un buen número de países europeos e Hispanoamericanos.

La plantilla llegó a ser de 32 trabajadores, los cuales ostentaban las categorías de “ponedores”, que producían la pasta en las tinajas, de “pileros”, etc. y percibían entre

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

2 pesetas diarias los oficiales; 1,50 los ayudantes; y 0,25 los niños o pinches, cuyas jornadas eran de entre 10 y 12 horas diarias.



Fig. 3. El Molí de Paper (diciembre de 2009).

El Molino de Papel, hoy ya en desuso, como todos sabemos, tenía a su lado un lavadero (llavador), llamado “de arriba”, que debidamente techado, fué inaugurado en 1903, el cual se conserva, así como la balsa que almacenaba el agua necesaria para las fabricaciones, puesto que para la fabricación de papel, es necesario una notable cantidad de agua.

En el año 1900, según datos del Archivo Municipal, el Molino de Papel era el mayor contribuyente de la Villa, figurando como propietario Don Francisco Martínez Bañó, con un importe anual de 416 pesetas, y así siguió funcionando a pleno rendimiento hasta poco antes de la guerra civil, en cuya fecha, los problemas económicos, los derivados del suministro de agua, la fuerte competencia de molinos de Alcoy, y sobre todo desavenencias familiares, provocaron su desaparición como centro fabril, llegando a la quiebra, el embargo, y por último la subasta pública instada por el Monte de Piedad y Caja de Ahorros de Alcoy.

A principios del Barranc dels Molins, por donde fluyen las aguas de la Font de Santa Maria, nos encontramos el Molí de Paper dentro de un eje de diversos molinos que históricamente han sido el centro productivo del pueblo.

Su producción se engloba dentro de la revolución industrial del textil y del papel en el siglo XIX a las comarcas de alrededor de Mariola. Aquel movimiento

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

permitió al personal del pueblo desarrollar nuevos oficios y actividades que demandaban mucha mano de obra, y el Molí fue la primera fuente de riqueza.

En la década de 1920, el Molí terminó la producción por dejar paso a las industrias modernas de la lana y el juguete. Se convirtió en residencia particular i en la Guerra Civil fue un refugio-albergue para niños y niñas refugiados. Poco a poco, la falta de uso y mantenimiento ha provocado el estado ruinoso actual.

3. Análisis del entorno

El objetivo de este estudio, es detectar las amenazas y las oportunidades tanto del entorno general como del específico, y analizar las fortalezas y las debilidades del entorno.

En otros términos, se realiza el análisis externo y el análisis interno para posteriormente obtener su DAFO.

DAFO es una herramienta de estudio de la situación de una empresa o un proyecto, analizando sus características internas (Debilidades y Fortalezas) y su situación externa (Amenazas y Oportunidades) en una matriz cuadrada. Es una herramienta para conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, planear una estrategia de futuro.

3.1 Análisis externo

Este análisis se divide en dos apartados principales:

- El análisis del macroentorno, en el que se va a proceder al análisis PEST.
- El análisis del microentorno, en el que se va a realizar el análisis con el método de las 5 fuerzas de Porter.

3.1.1. Macroentorno:

En este punto se procede a analizar puntos positivos y negativos que pueden afectar a la idea propuesta con el fin de determinar las Oportunidades o Amenazas que se podrán encontrar. Por ello se utiliza la herramienta PEST para analizar 4 dimensiones del entorno, ya que las siglas hacen referencia a las 4 dimensiones: Político-legal, Económico, Sociocultural y Tecnológico.

Por tanto mediante esta herramienta PEST se estudian aquellos factores económicos, político-legales, socioculturales y tecnológicos que influyen sobre la organización.

1. Dimensión económica:

En este apartado se analizan los factores de la economía que afectan al mercado en su conjunto (a unos sectores más que otros). De los que se han utilizado: ciclo económico, evolución del PNB, tipos de intereses, oferta monetaria, evolución de los precios, tasa de desempleo, ingreso disponible, disponibilidad y distribución de los recursos, nivel de desarrollo.

Situación económica: España se recupera después de sufrir una crisis muy grave, en la que ha habido mucho desempleo, recortes, subida de precios, del IVA..., por lo que este año se prevé un crecimiento de la economía española, debido a que España descansa de los ajustes que se han producido por parte del sector privado en los últimos años, las reformas aprobadas...

En cuanto a las variables macroeconómicas, se habla de la *política fiscal* en España que ha sido en 2016 claramente expansiva. El *déficit público* caerá del 5,1% del PIB al 4,6%, gracias al efecto favorable del ciclo.

La *tasa de desempleo*, ha bajado de forma sustancial (de un máximo del 27% al entorno del 20%), sigue siendo inaceptablemente alta. Es más, la tasa de desempleo estructural, con arreglo a las estimaciones de distintos organismos internacionales, se sitúa en torno al 15%, debido a la falta de conexión entre las capacidades de una parte de la población activa y las necesidades de las empresas.

Según fuente de información: el economista, abc, datos macro.

En los últimos años, el impuesto del IVA ha subido bastante, por lo que esto provoca el encarecimiento de todos los productos. A continuación podemos observar las variaciones que ha tenido en los últimos años.

Tabla 1. Evolución del IVA. Fuente: nomasiva.

Fecha	Superreducido	Reducido	General	Tipo incrementado
Enero de 1986	-	6%	12%	33%
Enero de 1992	-	6%	13%	33%
Agosto de 1992	-	6%	15%	28%
Enero de 1993	3%	6%	15%	-
Enero de 1995	4%	7%	16%	-
Julio de 2010	4%	8%	18%	-
Septiembre de 2012	4%	10%	21%	-

Se observa que el IVA ha aumentado bastante desde su creación, en 1986 estaba a un 12% y en la actualidad está en 21%, se ha producido una variación muy importante, es decir, una diferencia de 9%. En la actualidad se mantiene el 21% desde el 2012, es decir, no ha habido ningún cambio en estos últimos años. **OPORTUNIDAD.**

A continuación se especifican los tipos de IVA para qué productos se aplican.

IVA general (21%).

Es el porcentaje que se aplica por defecto a todos los productos y servicios. Electrodomésticos, ropa, calzado, tabaco, bricolaje, servicios de fontanería... La mayoría de artículos están sujetos a este tipo y más tras los últimos cambios, que llevaron hasta este tipo los servicios de peluquería, gimnasios y hostelería y otros similares. Se incluyen productos sanitarios, bienes intermedios, equipos médicos e instrumental sanitario.

IVA reducido (10%).

La lista de productos y servicios que tributan a un tipo reducido es muy larga e incluye los alimentos en general (excepto los que soportan un IVA superreducido); transporte de viajeros, los árboles y arbustos frutales, las plantas hortícolas y las plantas aromáticas utilizadas como condimento.

IVA superreducido (4%).

Se aplica a los productos de primerísima necesidad y reciben esta consideración el pan, leche, huevos, frutas, verduras, hortalizas, cereales y quesos. Además, también se benefician de este IVA libros, periódicos y revistas no publicitarios; medicamentos de uso humano; sillas de ruedas para minusválidos y prótesis y Viviendas de Protección Oficial o VPO.

Y de forma algo más gráfica, la siguiente infografía resume qué productos y servicios forman parte de cada grupo.

Si existe una inflación puede provocar una subida de precios. Por tanto la inflación en una economía tiene dos efectos que pueden ser positivos o negativos. Los negativos de la inflación incluyen la disminución del valor real de la moneda, la caída del ahorro y de la inversión debido a la incertidumbre sobre el valor futuro del dinero, y la escasez de bienes. Los efectos positivos incluyen la posibilidad de los bancos centrales de los estados de ajustar las tasas de interés nominal con el propósito de mitigar una recesión y de fomentar la inversión de proyectos de capital no monetarios. En el caso de que fuera negativa la inflación para nosotros sería una **AMENAZA**, pero en cambio, si es positiva sería una **OPORTUNIDAD**.

En cuanto a las subvenciones, como el edificio lo ha adquirido el ayuntamiento, es decir, una administración pública, van a reformarlo y para ello pedirán subvenciones. Lo que quiere decir, que las subvenciones dependen de las administraciones superiores, tanto autonómicas como estatales. Todo esto dependerá de la situación económica del gobierno y de si nos lo conceden o no. En caso de que no nos lo concedan será una **AMENAZA**.

El coste de la remodelación del Molí de Paper, al ser un edificio muy antiguo y al estar muy deteriorado por el abandono de él durante años, la inversión que hay que realizar es muy grande. Por lo que hay que realizar una reforma muy importante, en la que esto puede suponer una elevada suma para su remodelación. En caso de no conseguir lo necesario para la remodelación, supondría una **AMENAZA**.

En cuanto en la Comunidad Valenciana, el Producto Interior Bruto ha crecido un 3,6% en 2015 respecto a 2014. Se trata de una tasa 17 décimas mayor que la de 2014, que fue del 1,9%.

En 2015 la cifra del PIB fue de 101.604 millones de euros, con lo que la comunidad Valenciana es una de las comunidades autónomas más importantes por volumen de PIB.

El PIB Per cápita de la Comunidad Valenciana en 2015 fue de 20.586€, 893€ mayor que el de 2014 que fue de 19.693€. Para ver la evolución del PIB per cápita resulta interesante mirar años atrás y comparar estos datos con los del año 2005 cuando el PIB per cápita en la Comunidad Valenciana era de 19.574.

2. Dimensión político-legal:

Está formado por las leyes, los gobiernos y los grupos de presión que influyen en los individuos y organizaciones de una sociedad determinada. El gobierno afecta prácticamente a todas las empresas y todos los aspectos de la vida. En cuanto a lo referente a los negocios, desempeña dos papeles principales: los fomenta y los limita.

Antes de lanzar un producto o un servicio al mercado, es necesario conocer toda la regulación normativa.

A nivel **nacional**: Durante el año 2016 se celebraron elecciones para escoger al presidente de España. Las primeras elecciones salieron fallidas, es decir, ningún partido consiguió la mayoría absoluta, por lo que el partido que más votos obtuvo tenía que negociar con otros partidos para poder conseguir la mayoría absoluta. Así que los partidos procedieron a su negociación en la que ninguno se puso de acuerdo con nadie, por lo que se decidió celebrar unas segundas elecciones, en las que se obtuvieron los mismos resultados, ningún partido consiguió la mayoría absoluta para poder gobernar. Incluso se llegó a replantear otras elecciones más, es decir, terceras elecciones.

En la actualidad, está gobernando el partido con mayores votos obtenidos, pero sin mayoría absoluta. Por lo que ahora están pactando para poder gobernar.

A nivel **autonómico**: En cuanto a la política de la Comunidad Valenciana, en el año 2015 se celebraron las elecciones en el que el Partido Popular perdió su mayoría

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

absoluta al conseguir 31 escaños, frente los 23 del PSPV-PSOE, los 19 de Compromís, los 13 de Ciudadanos y los 13 de Podemos.

A continuación se exponen las principales leyes, ayudas y subvenciones que se pueden encontrar, ya sea a nivel autonómico como a nivel nacional.

Ayudas y subvenciones de la Comunidad Valenciana:

- ORDEN 3/2017, de 20 de enero, de la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural, por la que se aprueban las bases reguladoras de las ayudas a asociaciones de defensa medioambiental con actividad en la Comunitat Valenciana para la difusión de las buenas prácticas en el uso del agua.
- ORDEN 2/2017, de 13 de enero, de la Conselleria de Agricultura, Medio Ambiente, Cambio Climático y Desarrollo Rural, por la que se aprueban las bases de las ayudas a la gestión sanitaria y de bienestar animal en la acuicultura de la Comunitat Valenciana.

Leyes:

- Ley 43/2003 de Montes, modificada por la ley 21/2015, de 20 de julio.
- Los bienes pertenecientes al Patrimonio Cultural Español, están regulados por una normativa específica fundamentalmente contenida en la Ley 16/1985 de 25 de junio de Patrimonio: En esta normativa se pueden distinguir el régimen general y los regímenes especiales en función de las características del objeto a proteger.
- Decreto 159/2012, de 20 de noviembre, de establecimientos de alojamiento turístico y de viviendas de uso turístico.

A continuación se nombra las diferentes normativas que existen en la comunidad Valenciana.

NORMATIVA DE COMUNIDAD VALENCIANA

- Decreto 188/2005, de 2 de diciembre, Regulador del Alojamiento Turístico Rural en el Interior de la Comunidad Valenciana.
- Decreto 167/2005, de 11 de noviembre, por el que se modifica el Decreto 119/2002, de 30 de julio, Regulador de los Campamentos de Turismo de la Comunidad Valenciana.
- LEY 3/1998, de 21 de mayo, de Turismo de la Comunitat Valenciana.
- LEY 6/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Prevención, Calidad y Control Ambiental de Actividades en la Comunitat Valenciana [2014/7304]
- Ley 2/1989, de 3 de marzo, de la Generalitat Valenciana, de Impacto Ambiental.
- Ley 3/1993, Forestal de la Comunidad Valenciana.
- Ley 11/1994, de 27 de diciembre, de la Generalitat Valenciana, de Espacios Naturales Protegidos de la Comunidad Valenciana.

3. Sociocultural:

Los factores sociales y culturales tienen en cuenta los diversos patrones de comportamiento que tienen las diferentes regiones en las que podamos operar con nuestra marca.

Se compone de actitudes, formas de ser, expectativas, grados de inteligencia y educación, creencias y costumbres de las personas de un grupo o sociedad determinados.

Se analizan factores que pueden afectar o favorecer a esta dimensión, como pueden ser la natalidad, o la atención temprana.

- La especialización de la población a niveles cada vez más altos hace que haya más personal cualificado para trabajar en el sector, por lo que la empresa

tendrá más demandantes de trabajo y podrá elegir a la persona que vea más cualificada.

- A la vez esto puede ser una **amenaza** porque puede aumentar la competencia.

Las costumbres van cambiando, en cuanto al turismo, es un aspecto que ha cambiado bastante en los últimos años, es decir, antes las personas preferían irse de vacaciones a la costa, y actualmente hay más personas que prefieren el turismo rural, de hecho de acuerdo con el portal clubrural, el crecimiento medio en el número de reservas de alojamientos rurales es del 28 por ciento, lo que mantiene la línea de crecimiento y en otros portales de referencia, como Top rural, el número de reservas realizados creció cerca del 20 por ciento en comparación con el año anterior. Lo consideramos como una **oportunidad**.

En la zona donde se sitúa el Molí de Paper ofrece una serie de actividades relacionadas con la naturaleza, por lo que se considera como una **oportunidad**.

En cuanto a costumbres y fiestas populares, al convertir el Molí de Paper en un negocio relacionado con el turismo, se tendrá una **oportunidad**. Es decir, se atraerán clientes para que se alojen en el hotel, hostel, o casa rural...

4. Tecnológico:

Se fijan en cuanto a los nuevos productos y procesos productivos, la obsolescencia de los productos, los cambios en la comunicación derivados de las nuevas tecnologías, etc.

Los cambios en la tecnología afectan a las empresas tanto en su parte industrial, como en su parte comercial y administrativa.

La tecnología es un factor que afecta enormemente a las empresas. Gracias a las innovaciones tecnológicas podemos conseguir grandes mejoras en la gestión empresarial. Son muchas las empresas que tienen su propio departamento de avances tecnológicos y las que invierten grandes sumas de dinero en él.

Diversos estudios señalan que cada vez más son los españoles que cuentan con internet en sus hogares, con mayor índice de acceso a la red. Se abre todo un mundo de posibilidades donde por ejemplo, las compras online cada vez son más altas.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

Las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) han supuesto un importante avance en el sector, posibilitando a los clientes el uso de herramientas on-line para gran cantidad de acciones como pueden ser:

- Comparar precios y ofertas.
- Reservar on-line.
- Compartir y obtener opiniones.

El incremento del uso de redes sociales constituye una potente herramienta para todos los participantes en el sector. Se pueden utilizar para promocionar productos y empresas, generar opinión acerca de distintas experiencias, o fidelizar a los propios clientes.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

A continuación se expone un cuadro resumen del macroentorno:

Tabla 2. Resumen del macroentorno.

	AMENAZAS	OPORTUNIDADES
Económica:	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si existe una inflación puede provocar una subida de precios. En el caso de que fuera negativa. 2. Subvenciones si no nos la conceden. 3. La inversión que hay que hacer, es muy grande. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si existe una inflación puede provocar una subida de precios. En el caso de que fuera positiva. 2. Subvenciones si nos las conceden. 3. El IVA no ha cambiado.
Político-legal:	<ul style="list-style-type: none"> • Leyes que nos afectan 	<ol style="list-style-type: none"> 4. Ayudas y subvenciones.
Sociocultural:	<ol style="list-style-type: none"> 5. Personal cualificado para trabajar en el sector, si aumenta la competencia. 	<ul style="list-style-type: none"> • Personal cualificado para trabajar en el sector. • El crecimiento medio en el número de reservas de alojamientos rurales es del 28 por ciento. • Podemos ofrecer una serie de actividades relacionadas con la naturaleza. • En cuanto a costumbres y fiestas populares, al convertir el Molí de Paper en un negocio relacionado con el turismo.
Tecnológico:		<ul style="list-style-type: none"> • Redes sociales.

3.1.2. Microentorno:

En esta parte se va a centrar en el microentorno, que está compuesto por los elementos del entorno más próximos y más directamente implicadas en la relación de intercambio como son los proveedores, intermediarios, competidores y clientes.

Se utiliza el Modelo de las cinco fuerzas de PORTER para destacar las amenazas y las oportunidades que se derivan de cada una de las fuerzas.

Cinco fuerzas de PORTER:

a) Competidores potenciales.

Nuestros competidores potenciales son aquellos que no están presentes en el sector, pero pueden entrar y convertirse en competidores. Se observan las posibles barreras de entrada, es decir, las barreras de entrada que hay para que puedan entrar los competidores potenciales, y lo que tienen que hacer para poder situarse en el sector.

En este caso nos situamos en una zona rural, por lo que las barreras de entradas no son elevadas porque cualquier casa de campo, masía, chalet...puede convertirse en alojamiento rural, por lo que las barreras de entrada no son muy elevadas.

Estamos en un sector que ha ido evolucionando en los últimos años y cada vez va creciendo más, por lo que nos encontramos con mucha competencia.

En nuestro caso, al ser un edificio histórico, tenemos una ventaja, esto es porque en la actualidad no existen muchos competidores que sean edificios históricos, es decir, que no hay muchos edificios históricos que quieran reconvertirlos en alojamientos rurales.

En la zona donde nos situamos, encontramos algunos competidores potenciales, como son:

En la zona de Alcoy, encontramos el Castell de Barchell, lo poseen unos propietarios y quieren reformarlo. Por otro lado, según fuentes de información, se sabe que quieren reformar unos chalets que hay junto a la Font Roja, por tanto, los

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

competidores que he mencionado anteriormente, los clasificamos como competidores potenciales.

En el caso de que el Molí de Paper pasara a ser un centro de interpretación, nos encontraríamos con un principal competidor de ese sector, es decir, sería el centro de interpretación de la Font Roja. Calificaríamos como una **AMENAZA**.

b) Competidores del sector:

A la hora de hablar de los competidores de la zona en la que nos situamos, para ello hemos establecido un límite de 40 km de Ibi y nos centramos en los competidores de esta zona.

Hablamos de los diferentes competidores más cercanos de la zona donde nos situamos, entre ellos encontramos:

Tabla 3. Resumen de competidores de la zona.

Zona de Alcoy:	Zona de Ibi:
<ul style="list-style-type: none">• Casa Bons Aire.• Masía la Safranera.• Hotel rural Masía la Mota	<ul style="list-style-type: none">• Casa Menchu.• Casa rural Masía Barbera.
Zona de Onil:	Zona de Castalla:
<ul style="list-style-type: none">• Casa rural El xopet.• Casa rural Mas.	<ul style="list-style-type: none">• Casa rural Casole.• Casa rural Torres.• Caseta nova.
Zona de Bañeres	Zona de Agres
<ul style="list-style-type: none">• Casa rural la Alquería del pilar• Albergue Ull de Canals	<ul style="list-style-type: none">• Casa rural Mont cabrer• Casas rurales Mariola y Assut

Observamos bastantes competidores en la zona, por lo que esto nos supondría una amenaza.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

A continuación, haremos una pequeña descripción de nuestros competidores para observar las oportunidades o amenazas que nos puedan afectar.

Zona de Alcoy

Tabla 4. Características de los competidores de la zona de Alcoy.

Casa Bons Aire:	Masía la Safranera.
<p>Esta pequeña casa rural solo para adultos se encuentra en el parque natural de la Font Roja y ofrece.</p> <p>A unos 8 km de la Casa Bons Aires está la ciudad de Alcoy, donde los huéspedes encontrarán tiendas, restaurantes y museos. Alicante está a solo 50 km, mientras que Valencia se encuentra a 100 km.</p> <p>Casa rural: 4 habitaciones</p> <p>Servicios más populares:</p> <ul style="list-style-type: none">• Parking gratis• Conexión WiFi gratuita• Restaurante	<p>La Masía La Safranera se encuentra en unos jardines grandes, en la reserva natural de la Font Roja, a 10 km de Alcoy.</p> <p>El establecimiento cuenta con un bar restaurante, un parque infantil y una mesa de billar. También ofrece servicio de guarda equipaje y servicio de información turística. Alicante se encuentra a 50 km y las playas de Benidorm están a unos 100 km.</p> <p>Casa rural: 14 habitaciones</p> <p>Servicios más populares:</p> <ul style="list-style-type: none">• Parking gratis• Conexión WiFi gratuita• Restaurante
Hotel rural Masía la Mota	
<p>Este hotel rural con encanto se encuentra en una colina del parque natural del Carrascal de la Font Roja, en un entorno natural hermoso y relajante.</p> <p>Alicante está a 50 km y Valencia, a 100 km. En la cercana Alcoy encontrará varios museos y edificios modernistas.</p> <p>Habitaciones del hotel: 12</p> <p>Opciones para comer en el alojamiento:</p> <p>Desayuno: Continental, Sin gluten</p> <p>Restaurantes: A la carta</p> <p>Servicios más populares: parking gratis, conexión WiFi gratuita y restaurante</p>	

Zona de Ibi:

Tabla 5. Características de los competidores de la zona de Ibi.

Casa Menchu.	Casa rural Masía Barbera.
<p>La Casa Menchu alberga una piscina exterior de temporada y está situada en una zona tranquila en Ibi, a 43 km de Benidorm. Alicante queda a 35 km. Hay WiFi gratuita.</p> <p>El establecimiento ofrece un servicio de alquiler de coches y en la zona se puede practicar ciclismo y senderismo.</p> <p>La Casa Menchu también se encuentra a 48 km de Altea y a 40 km del aeropuerto de Alicante.</p> <p>Hay aparcamiento privado gratuito.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Casa rural: 3 habitaciones. 	<p>La Casa Rural Masía Barbera, rodeada por un pinar mediterráneo, está situada junto a la reserva natural Carrascal de la Font Roja. La casa rural está a solo 3 km de Ibi.</p> <p>En los alrededores se puede practicar senderismo y ciclismo.</p> <p>Alcoy está a solo 12 km de la casa rural. Alicante y la costa mediterránea están a 30 minutos en coche.</p> <p>Tu estancia incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zona de comedor, • Chimenea • Terraza Vistas a la montaña <p>Casa o chalet: capacidad para 6</p> <p>Servicios más populares Admite mascotas.</p>

Zona de Onil:

Tabla 6. Características de los competidores de la zona de Onil.

Casa rural El xopet.	Casa rural Mas.
<p>Esta casa independiente se encuentra en Onil, en la Comunidad Valenciana, y ofrece terraza y jardín con piscina al aire libre de temporada y barbacoa. El establecimiento, ubicado a 49 km de Benidorm, tiene vistas a la montaña y proporciona WiFi gratuita en todas las instalaciones.</p> <p>La Casa Rural El Xopet se encuentra a 35 km de Alicante. El aeropuerto de Alicante, el más cercano, está a 39 km de la Casa Rural El Xopet.</p> <p>Tu estancia incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • WiFi gratis • Terraza • Piscina privada • Balcón Zona de comedor <p>Casa rural: 1 habitación</p>	<p>Esta casa independiente está ubicada en Onil, en la Comunidad Valenciana, y tiene terraza y jardín. Se encuentra a 44 km de Benidorm y ofrece aparcamiento privado gratuito.</p> <p>Alicante se encuentra a 34 km de la Casa Rural Mas, y aeropuerto de Alicante está a 39 km.</p> <p>Tu estancia incluirá:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Zona de comedor • Chimenea TV de pantalla plana • Terraza • Piscina privada <p>Casa o chalet: capacidad para 12</p>

Zona de Castalla:

Tabla 7. Características de los competidores de la zona de Castalla

Casa rural Casole	Casa rural Torres
<p>La Casa Rural Casole está situada en la pequeña localidad de Castalla. Ofrece habitaciones amplias y acogedoras con conexión Wi-Fi gratuita. Las playas de la Costa Blanca quedan a 40 km. El establecimiento ofrece aparcamiento gratuito.</p> <p>El aeropuerto de Alicante está a 45 km del establecimiento.</p> <p>Hostal o pensión: 7 habitaciones</p> <p>Servicios más populares:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Parking gratis 	<p>La Casa Rural Torres es una casa de vacaciones independiente ubicada en Castalla. La propiedad ofrece vistas a las montañas ya 48 km de Benidorm.</p> <p>Alicante se encuentra a 34 km de Casa Rural Torres. El aeropuerto más cercano es el aeropuerto de Alicante, a 37 km de la propiedad.</p> <p>Servicios más populares:</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Admite mascotas ● Parking gratis
Caseta nova	
<p>El Hotel Caseta Nova se encuentra en la tranquila campiña, a 10 minutos en coche de Ibi y ofrece habitaciones atractivas y rústicas, jardín con terrazas cubiertas amuebladas y restaurante.</p> <p>El Caseta Nova Hotel tiene aparcamiento privado gratuito y está bien comunicado con la autopista A7, que enlaza con Alicante en 35 minutos.</p> <p>Habitaciones del hotel: 13</p> <p>Opciones para comer en el alojamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> ● Desayuno: Buffet ● Restaurantes: A la carta <p>Servicios más populares: parking gratis</p>	

Zona de Bañeres:

Tabla 8. Características de los competidores de la zona de Banyeres.

Casa rural la Alquería del pilar.	El Albergue Ull de Canals:
<p>Este conjunto de casas rurales encantadoras se encuentra a las afueras de Banyeres de Mariola, en el parque natural de la Sierra de Mariola, y cuenta con jardín bonito con piscina al aire libre y vistas espectaculares a las montañas.</p> <p>La Alquería del Pilar está situada a alrededor de 1 hora en coche de Alicante y su aeropuerto. Se puede llegar a Benidorm y el parque temático Terra Mítica en 1 hora y 15 minutos.</p> <p>El Casa Rural La Alquería del Pilar recibe clientes de Booking.com desde el 7 oct 2011.</p> <p>Casa rural: 3 habitaciones</p> <p>Admite mascotas</p>	<p>Se encuentra junto al parque natural de la Sierra Mariola, a 3 km del centro de Banyeres de Mariola, y dispone de jardín y WiFi gratuita.</p> <p>El alojamiento organiza diversas actividades, como escalada en roca y tirolina. Los huéspedes pueden visitar las cuevas de la zona o apuntarse a excursiones guiadas por las montañas.</p> <p>AMENAZA.</p> <p>Albergue: 7 habitaciones.</p> <p>Desayuno: Continental, Sin gluten</p>

Zona de Agres:

Tabla 9. Características de los competidores de la zona de Agres.

Casa rural Montcabrer	Casas rurales Mariola y Assut
<p>La Casa Rural Montcabrer acepta mascotas y ofrece alojamientos en Agres. También alberga un bar restaurante y una sala de juegos. Benidorm se halla a 110 km. Además, hay conexión WiFi gratuita disponible en todas las instalaciones.</p> <p>La Casa Rural Montcabrer se halla a 80 km de Alicante. El aeropuerto más cercano, el de Alicante, queda a 83 km de la Casa Rural Montcabrer.</p> <p>Casa rural: 6 habitaciones</p> <p>Opciones para comer en el alojamiento</p> <ul style="list-style-type: none"> • Desayuno: Continental • Restaurantes: A la carta 	<p>Las Casas Rurales Mariola y Assut, situadas en Agres, admiten mascotas. Benidorm está a 110 km.</p> <p>Las Casas Rurales Mariola y Assut se encuentran a 80 km de Alicante. El aeropuerto más cercano es el de Alicante, que se halla a 83 km.</p> <p>Casa rural: 2 habitaciones</p> <p>Opciones para comer en el alojamiento</p> <p>Restaurantes: A la carta</p> <p>Servicios más populares</p> <p>Admite mascotas</p>

c) Clientes:

Son con quienes podemos establecer las relaciones que mejor se adaptan a ambas partes y con los que negociaremos todos los términos comerciales para mantener una relación sólida y duradera que nos aporte valor. Los clientes tienen la fuerza, por lo que ellos tienen el poder de negociación. **AMENAZA.**

Tenemos muchos tipos de clientes a los que podemos hacer referencia, es decir, dependiendo de la edad de la persona.

Clasificamos a los turistas como:

- Los más jóvenes con edad entre 18 y 24 años.
- La edad media entre 35 y 45 años.

Podemos situar a los principales clientes como los mismos habitantes del pueblo o alrededores. **OPORTUNIDAD.**

d) Proveedores.

Los proveedores son aquellas empresas que proporcionan recursos a la empresa para producir bienes y servicio. Aquí somos nosotros los que tenemos el poder de negociación, porque podemos elegir al proveedor que más nos convenga. **OPORTUNIDAD.**

En este caso contamos con agencias de viajes, de turismo, páginas webs: trip advisor, alojamiento rural top rural, a lo rústico, escapada rural, tus casas rurales. Tenemos una gran variedad de proveedores online, algunos son para darnos publicidad, y otros son de opinión, por lo que en este caso ellos son los que tienen el poder de negociación, es decir, por ejemplo: tripadvisor, dan opiniones los clientes, entonces si hacen un comentario malo sobre tu establecimiento perderemos clientes, por lo que lo clasificamos como una **AMENAZA.**

e) Productos sustitutivos.

Son aquellos bienes que cumplen una función similar o idéntica, y que por tanto pueden ser sustituidos entre sí obteniendo resultados similares. Ejemplos son la margarina y la mantequilla, o el Gas-oil y el Biodiésel. Los bienes sustitutivos son identificables porque cuando aumenta el precio de un bien aumenta a su vez la demanda de su sustitutivo (sube el precio de la mantequilla, sube el consumo de margarina).

Los productos sustitutivos limitan el potencial de una empresa, ya que la política de productos sustitutivos consiste en buscar otros que puedan realizar la misma función que el que fabrica la empresa líder. Este concepto es el que hace que entre en competencia directa con el producto al que se le presenta como

sustitutivo, ya que cumple la misma función dentro del mercado y satisface la misma necesidad en el consumidor. Los productos sustitutivos que entran en mayor competencia son los que mejoran la relación precio-rentabilidad con respecto al producto de la empresa en cuestión.

Un producto sustitutivo, que nos afecta directamente, es que existe otro tipo de turismo, por ejemplo: la costa o de ciudad. En este caso, estamos situados a unos 50 km aproximadamente, de la playa, es decir, alrededor de la comarca encontramos ciudades que son muy demandadas por el turismo de playa, por lo que esto es una fuerza muy potente, por lo que lo clasificamos como una **AMENAZA**.

Cuadro resumen del microentorno

Tabla 10. Cuadro resumen microentorno

	AMENAZA	OPORTUNIDAD
Competidores potenciales	<ul style="list-style-type: none"> • Castell de Barchell, lo poseen unos propietarios y quieren reformarlo • En el caso de que el Molí de Paper pasara a ser un centro de interpretación, nos encontraríamos con un principal competidor de ese sector, es decir, sería el centro de interpretación de la Font Roja. • Barreras de entradas no son elevadas. 	<ul style="list-style-type: none"> • Actualidad no existen muchos competidores que sean edificios históricos • Sector que ha ido evolucionando en los últimos años y cada vez va creciendo más
Competidores del sector	<ul style="list-style-type: none"> • Observamos bastantes competidores en la zona. 	
Clientes	<ul style="list-style-type: none"> • Los clientes tienen la fuerza, por lo que ellos tienen el poder de negociación. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tenemos muchos tipos de clientes a los que podemos hacer referencia. • Principales clientes como los mismos habitantes del pueblo o alrededores.
Proveedores	<ul style="list-style-type: none"> • Malas opiniones de los clientes. 	<ul style="list-style-type: none"> • Tenemos el poder de negociación.
Productos sustitutivos	<ul style="list-style-type: none"> • Alrededor de la comarca encontramos ciudades que son muy demandas por el turismo de playa. 	

3.2. Análisis interno

En este apartado buscamos evaluar los **recursos** y **capacidades** con el fin de conocer cuáles son los **puntos fuertes**, los cuales se esforzará en explotar en una nueva estrategia, y los **puntos débiles**, los cuales se intentará eliminar o reducir.

Los **recursos** se poseen y controlan, existiendo con relativa independencia del uso que les dé la empresa. Las **capacidades** representan formas de hacer las actividades, utilizando los recursos.

Realizaremos un análisis funcional, para identificar las variables clave, pero en este caso, nos centramos en dos posibles alternativas, que son: convertirlo en un albergue o un centro de interpretación, o también si es posible la combinación de ambas alternativas.

3.2.1. Recursos disponibles:

El Molí de Paper se encuentra situado en la localidad de Ibi, en la comarca del Alcoià. Limita una altura de 816 metros aproximadamente con el nivel del mar.

El edificio es de titularidad municipal, alrededor del Molí de Paper encontramos la carretera comarcal CV-801 de Ibi a Bañeres, con acceso desde el PK 8. También disponemos de una ruta de los molinos, y nos encontramos también con el barranc dels molins.

Nos encontramos con la parcela donde situamos el “Molí de Paper” que tiene una superficie de 5.456 m².

Disponemos de un edificio de 1.410 m², tiene 3 plantas bastantes espaciosas, cada planta está distribuida en habitaciones que más adelante con la remodelación se reformarán en función de las necesidades que propongamos, por ejemplo:

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molín de Paper”

La *planta baja* tiene 638 m², la que se distribuirá de la siguiente manera:

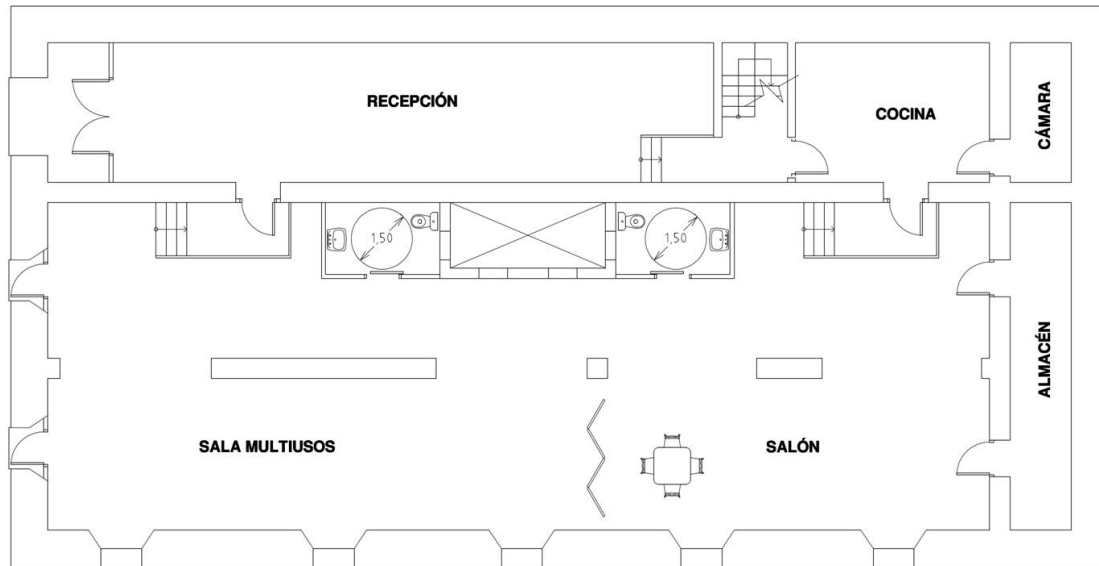


Fig. 4. Redistribución de espacios en de planta baja.

- Tendríamos la recepción, cocina, una cámara para la reserva de alimentos, la sala multiusos, el salón y un almacén.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

La *planta primera* tiene 517 m², la que se distribuirá de la siguiente manera:

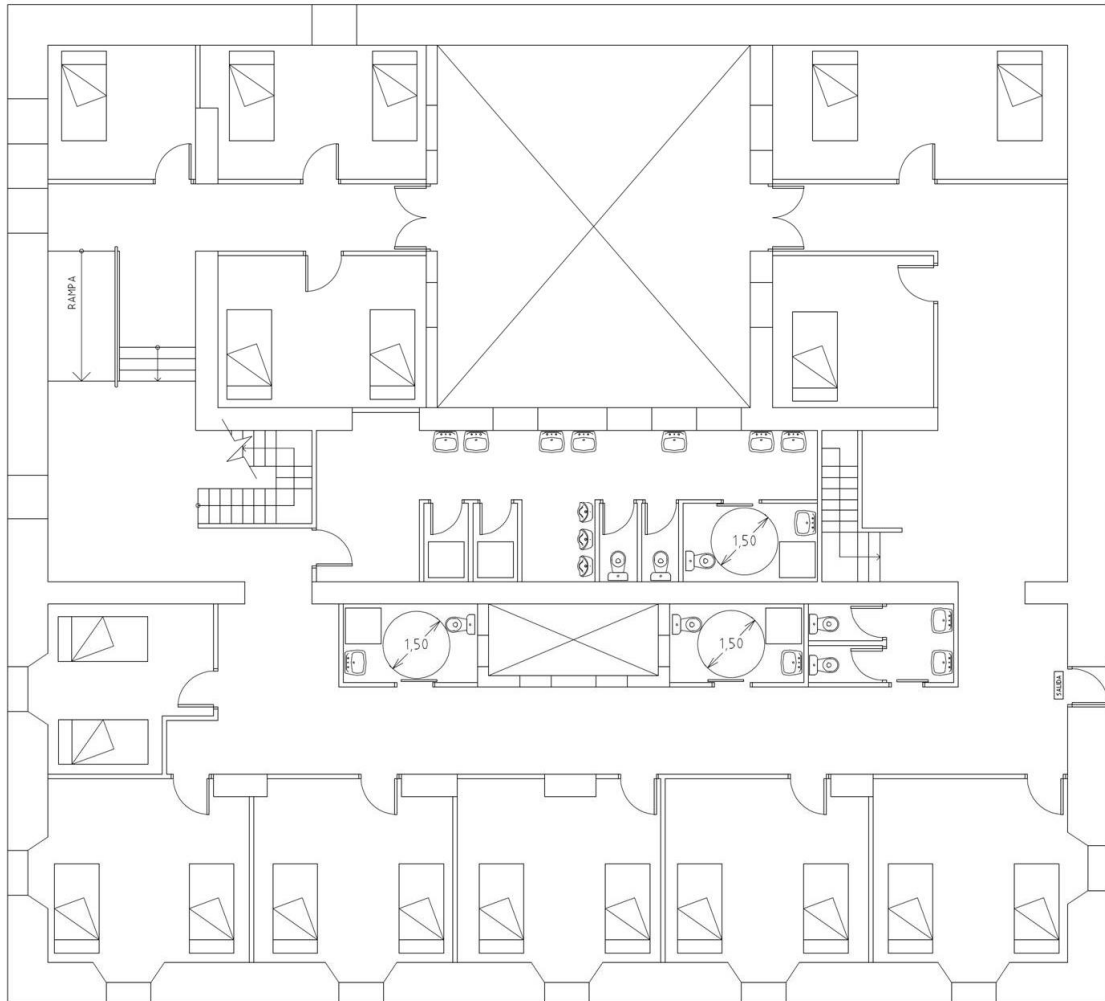


Fig. 5. Redistribución de espacios en de planta primera.

- Dispondría de 11 habitaciones comunitarias, 9 de ellas equipadas con 2 literas y las dos restantes con 1 litera por habitación.
- Habrán aseos con duchas separadas de chicos y chicas.
- Dispone de un patio, en el que pueden tomar el té, café, o desayuno.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

La *segunda planta* tiene 255 m², la que se distribuirá de la siguiente manera:

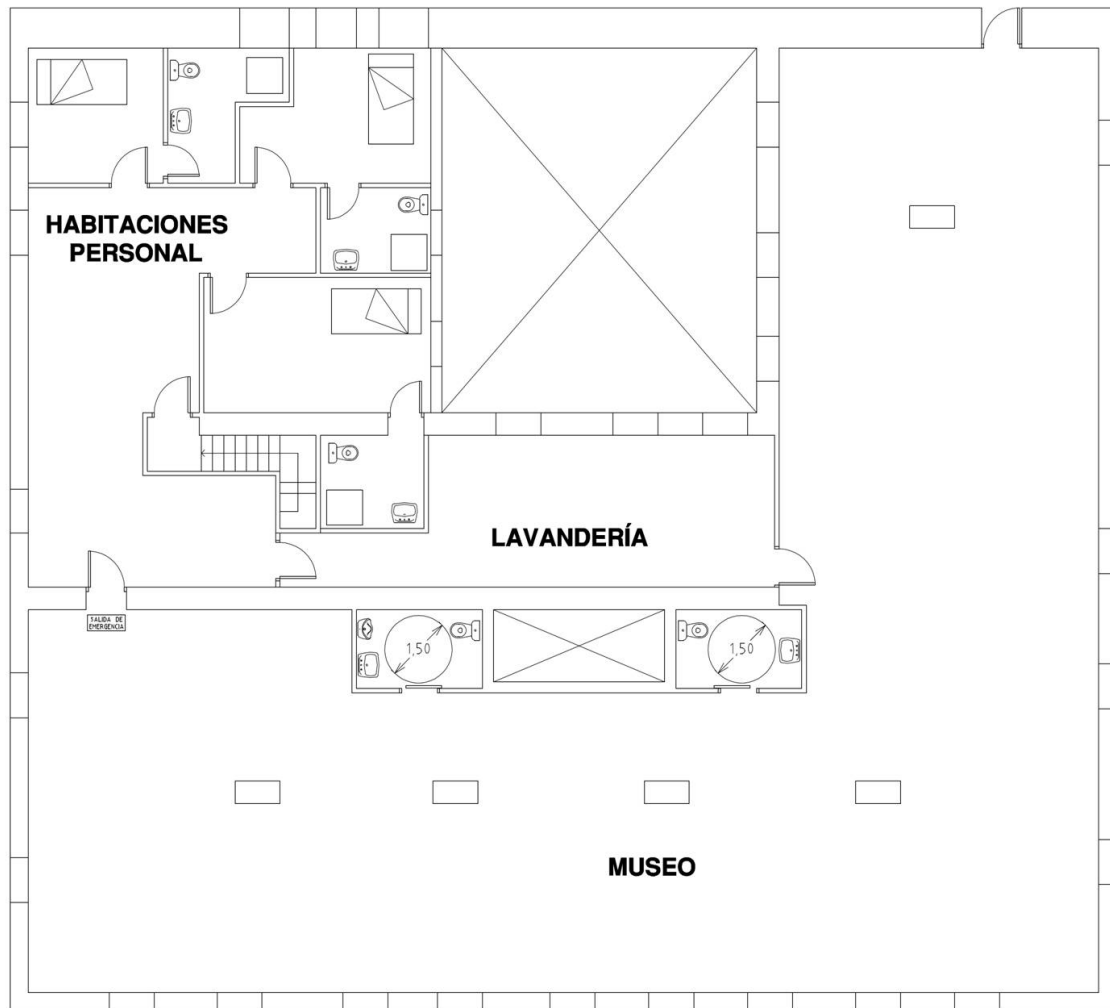


Fig. 6. Redistribución de espacios en planta segunda.

- Esta planta está destinada para el museo de la biodiversidad y para la pernoctación del personal contratado.
- Estas habitaciones disponen de aseos privados.
- También dispone de una zona destinada a lavandería.

En cuanto a la distribución de las habitaciones, necesitaremos los siguientes recursos que nombramos a continuación: literas para las habitaciones comunitarias, lámparas, armarios, mesas, sillas, sillones, varios proyectores...

En cuanto al centro de interpretación: necesitaré 2 salas multiusos dónde hacer proyecciones, reuniones de grupos...etc.

3.2.2. Recursos intangibles:

- **Intangibles no humanos:** En este caso, como el edificio es público, empresa pública, forma parte del ayuntamiento, por lo que disponemos de las páginas webs del ayuntamiento, de consellería, de infoturist.
- **Intangibles humanos:** Contrataremos a personal cualificado, con mucha experiencia en el sector, que también conozcan un poco la zona donde nos situamos, y que esté motivado para la realización de puesto de trabajo.
 - **Servicios externos:** Se contrataran servicios externos, los cuales son servicio de catering y de limpieza.

Se realizarán campañas de turismo para promocionar el lugar y atraer más público.

- **Financiero:** En cuanto a los recursos financieros, dispondremos de las subvenciones, ayudas y el apoyo o soporte del ayuntamiento. Estos recursos los recaudaremos de los beneficios que nos proporcione la actividad del albergue y la actividad del Centro de Interpretación. Recibiremos también, ayudas de la consellería de turismo, al ser una actividad dirigida al turismo.

3.2.3. Capacidades:

Las capacidades representan formas de hacer las actividades, utilizando los recursos. Para ello pueden utilizarse técnicas que permitan clasificar y desagregar sus actividades, como pueden ser:

- Análisis funcional: identifica las capacidades en relación con cada una de las áreas funcionales de la empresa.
- Análisis de la Cadena de Valor: separa las actividades de la empresa en forma de una cadena secuencial.

Por lo que en nuestro caso, utilizaremos el análisis funcional, para ver las capacidades de cada área funcional.

Área del alojamiento:

- Al ser un terreno amplio, tenemos la capacidad de realizar eventos.
- Construir un número determinado de habitaciones, las cuales se reformarían.
- En cuanto a las habitaciones de las que disponemos, crearán un ambiente de confort.
- La zona donde está situado, se puede disfrutar del entorno natural, que está a escasos kilómetros del pueblo.
- Tanto las habitaciones como los baños, serán comunitarios. Para los baños habrán de chicos y chicas, pero las habitaciones Las habitaciones serán comunitarias, para grupos de escolares y grupos de excursionistas.

Área del Centro de Interpretación:

- Al disponer de varias habitaciones dedicadas al Centro, la capacidad sería de atraer a grupos escolares y realizar proyecciones relacionadas con la naturaleza.
- Organización de excursiones de escolares, diversas actividades relacionadas con la naturaleza.
- Al tener el centro de interpretación, existe la posibilidad de trasladar el museo de la biodiversidad.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

Área de Recursos Humanos:

- *Sistema de incentivos:* los trabajadores recibirán una retribución fija cada mes. Por lo que esto motiva al trabajador.
- El clima social, en la empresa será muy agradable, por lo que gracias a esto, los trabajadores aumentan su capacidad productiva.

Área financiera:

- Al ser un edificio de propiedad pública, tendremos la capacidad de pedir subvenciones, y disponemos de la ayuda del ayuntamiento, para poder hacer la reforma.
- Tanto en la parte del alojamiento como en la del centro, de todos aquellos turistas o grupos escolares...que vengan, obtendremos unos beneficios.

Área comercial:

- Posicionamiento de la marca: la marca estará bien posicionada en la percepción del consumidor local y también dentro del sector del turismo. Ya que en la zona donde nos situamos, es muy confortable.
- Características del producto: El producto que se ofrece no es muy innovador, ya que encontramos varios competidores a nuestro alrededor, pero en cambio, para el pueblo si sería un producto innovador.
- Publicidad y promoción: disponemos de las páginas webs del ayuntamiento, consellería, turist-info, de las cuales nos damos a conocer mediante publicidad, fotos, que se declare zona de interés turístico, organizaríamos congresos, con todo esto atraeríamos muchos clientes.

Área de dirección y organización:

- Formación directivos: los directivos de la empresa estarán bien formados, lo que supone una fortaleza ya que estarán capacitados para la toma de decisiones estratégicas más adecuadas.
- Estructura organizativa: debido al reducido tamaño de la organización implica fortaleza debido a que la información es mucho más fluida que en empresas que tiene muchos niveles jerárquicos.

- Sistema de planificación y control: se establece una planificación rigurosa en cuanto a turnos que los trabajadores realizarán, lo que permite conocer con gran precisión los turnos que realiza cada trabajador y tener un sistema de control el que nos ayudará a detectar problemas lo más rápido posible en caso de que los haya.
- Sistema de organización de actividades y excursiones: se establece una planificación de una serie de actividades y excursiones para que los visitantes puedan realizar.

3.2.4. Análisis de la competencia

El análisis de la competencia consiste en el análisis de las capacidades, recursos, estrategias, ventajas competitivas, fortalezas, debilidades y demás características de los actuales y potenciales competidores de una empresa o negocio, con el fin de poder, en base a dicho análisis, tomar decisiones o diseñar estrategias que permitan competir con ellos de la mejor manera posible.

El análisis de la competencia no solo nos permite estar prevenidos ante los nuevos movimientos o acciones realizados por nuestros competidores, sino también aprovechar sus debilidades, bloquear o hacer frente a sus virtudes o fortalezas, y tomar como referencia sus productos o las estrategias que les estén dando buenos resultados.

3.2.5. Competidores potenciales

Para el Centro de Interpretación:

Nuestro principal competidor principal del Centro de Interpretación es el Parc Natural del Carrascal de la Font Roja.

El Centro de Visitantes y la oficina de gestión del Parc Natural del Carrascal de la Font Roja están ubicados junto al Santuario y la propia Font Roja, a unos 8,5 km de Alcoy siguiendo la carretera CV-797. La entrada al Centro es libre y gratuita, hay disponible material diverso sobre los valores ambientales y culturales del Parque: paneles temáticos, un pequeño jardín botánico, audiovisuales, exposiciones fotográficas, maquetas, muestras biológicas, fósiles etc.

El Parque Natural de la Font Roja ofrece un servicio de acogida gratuito para grupos previamente concertados. El servicio consiste en una explicación personalizada de unos 45 minutos sobre los valores naturales y culturales del parque, en el entorno del Centro de Visitantes y el área recreativa. Este servicio guiado transmite al grupo los objetivos enmarcados en el programa de Educación Ambiental y la Interpretación del Patrimonio Natural.

Dispone de las siguientes áreas recreativas:

- Área recreativa de la Font Roja (Alcoy): dispone de fuente (Font Roja), mesas para el pic-nic, aseos públicos, aparcamiento, zona de acampada, ermita y servicio de bar-restaurant
- Área recreativa de Sant Antoni (Alcoy): dispone de mesas para el pic-nic, paellers, aseos públicos, aparcamiento y fuente (agua no potable)
- Área recreativa de Sant Pasqual (Ibi): dispone de mesas para el pic-nic, paellers, aseos públicos, aparcamiento, fuente, ermita y zona de acampada.
- Área del Mas de Tetuan (entre Alcoy e Ibi): zona de descanso con mesas para el pic-nic.

Existe una zona de acampada regulada situada cerca del Centro de Visitantes en el área de uso público del Santuari de la Font Roja. Su gestión depende del Departamento de Medio Ambiente del Ayuntamiento de Alcoy. En esta zona existen

otros servicios como WC públicos (sin duchas), bar-restaurante, aparcamiento, etc. Capacidad 20 tiendas.

Es un competidor bastante fuerte, ya que dispone de muchos recursos de los que puede hacer uso para sus capacidades.

La Font roja, tiene la capacidad de realizar rutas que ya tiene programadas, dispone de zonas recreativas, tiene una gran variedad de vegetación de diferentes tipos, realizan actividades para grupos escolares, también dispone de zona de acampada.

Nos encontramos ante un competidor muy fuerte, ya que dispone de gran variedad de recursos a los que les puede sacar partido. En cambio, en nuestra situación, nuestro centro de interpretación, no dispone de tantas características como el competidor.

Uno de los puntos fuertes que encontramos en nuestro centro en comparación de nuestro competidor, es que al hacer también un albergue, atraeríamos a grupos escolares, los cuales pueden disponer de nuestras instalaciones, pero en cambio, nuestro competidor sólo dispone de zona de acampada con capacidad de 20 personas, nosotros no disponemos de zona de acampada, pero al tener un amplio terreno, se puede realizar una pequeña acampada. Disponemos de servicio como WC en dónde sí que hay duchas. Podemos clasificarlo como una *fortaleza*.

Nuestro competidor, ya tiene las rutas programadas y nosotros al empezar de nuevo, todavía no tenemos las rutas y actividades programadas. Lo clasificaremos como una *debilidad*.

La Font Roja, dispone de más áreas recreativas, en cambio nosotros no disponemos de tantas áreas, sólo disponemos de el área recreativa de “San Pascual”, un paraje con grandes pinos entre montañas que cuenta con barbacoas, mesas con bancos adosados y aseos; y el “Barranc dels Molins” emplazado en una zona de montaña rodeada de pinares y junto a una fuente de agua constante todo el año. A lo largo de todo el barranco existen antiguos molinos en diferentes estados de conservación. Podemos clasificarlo como una *fortaleza* o una *debilidad*. Podemos clasificarlo como una *debilidad* basándonos en las áreas recreativas, es decir, nuestro

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

competidor dispone de más áreas recreativas, en cambio, nosotros, donde nos situamos disponemos solamente de dos áreas.

Nuestro competidor al ser un parque natural, debe conservar correctamente la reserva forestal, de plantas..., es decir, ellos deben cumplir muchas más normas. En cambio nosotros solo debemos cumplir con algunas normas de medioambiente, por lo que somos más fuertes que la competencia. *Fortaleza.*

Para el alojamiento

En la zona donde nos situamos, encontramos a nuestro alrededor bastantes competidores, la mayoría tienen características similares.

De todos los competidores que tenemos, el más principal sería Masía la Safranera. Cuenta con 14 habitaciones, es uno de los que más habitaciones tiene. En nuestro caso, no podemos saber exactamente cuántas habitaciones vamos a tener, pero en cada habitación colocaremos 2 literas, lo que quiere decir, que nuestro albergue atraerá a más clientes. Lo clasificamos como una *fortaleza.*

Comparamos con nuestro competidor, y vemos que no organizan excursiones, en cambio nosotros si programaremos una serie de actividades y excursiones para los visitantes. Lo clasificamos como una *fortaleza.*

Por otra parte, al ser de nueva creación el negocio, durante los primeros meses obtendremos pérdidas, y no recibiremos muchos clientes, porque nos encontraremos en la fase de introducción en el mercado, por tanto aun no seremos muy conocidos, en cambio si nos comparamos con la competencia, ellos ya llevan más tiempo en el mercado laboral, por lo que durante ese tiempo ganarían más clientes. Lo clasificamos como una *debilidad.*

Tenemos competencia muy cercana, en el mismo pueblo, por lo que lo clasificamos como una *debilidad.*

En comparación con nuestro competidor, La Safranera enfoca a sus clientes en un entorno más íntimo, es decir, dispone de habitaciones individuales, en cambio, nosotros enfocamos más clientes tipo escolares, grupos de excursionistas, senderistas...etc. Por lo que puede afectarnos, por una parte si los clientes lo que buscan es un alojamiento más íntimo o más comunitario, es decir, si no les importaría

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

compartir habitación con otras personas lo clasificaríamos como *fortaleza*, pero si lo que buscan es algo mucho más íntimo lo clasificaríamos como *debilidad*.

Nuestro competidor ofrece piscina al aire libre, pero en cambio nosotros no disponemos de ese servicio, pero en un futuro se puede plantear ofrecer ese servicio. Por lo que lo clasificamos como una *debilidad*, pero en el caso de que si se realizara la obra para ofrecer ese servicio, en ese caso podríamos clasificarlo como fortaleza dependiendo de las condiciones en

Nuestro competidor ofrece baño privado con bañera o ducha, pero en cambio nuestro baño es comunitario, es decir, hay baño para chicos y para chicas pero las duchas son comunitarias. Podemos clasificarlo como una *fortaleza* o una *debilidad*, dependiendo de la elección del cliente, si no le importa compartir baño con otras personas o simplemente quiere algo mucho más íntimo y personal.

En comparación con nuestro competidor, nuestro establecimiento va enfocado a grupos de excursionistas, grupos escolares, senderistas, todo tipo de deportistas. En cambio La Safranera, va más enfocado a un tipo de turismo más íntimo y familiar. Por lo que lo clasificaríamos como una *fortaleza* según la elección del cliente.

El edificio del que disponemos, es histórico, es decir, tiene mucha historia. Esto puede atraer a más clientes, por lo que lo clasificamos como una *fortaleza*.

Existe la posibilidad de trasladar el museo de la biodiversidad al Molí de Paper, por lo que así atraeríamos a grupos de escolares, lo clasificamos como una *fortaleza*.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

Tabla 11. Cuadro resumen de fortalezas y debilidades.

Fortalezas	Debilidades
<ul style="list-style-type: none">• Terreno amplio.• Número determinado de habitaciones.• Debemos cumplir solamente con las normas de medioambiente.• Tiene más capacidad de atraer más clientes.• Programaremos una serie de actividades y excursiones.• Ofrecemos habitaciones comunitarias.• Nosotros ofrecemos baños comunitarios.• Nos dirigimo a grupos de excursionistas y escolares.• Disponemos de un edificio histórico.• Posibilidad de trasladar el museo de la biodiversidad.	<ul style="list-style-type: none">• Nuestro competidor ya tiene rutas programadas.• Nuestro competidor dispone de áreas más recreativas, de las que nosotros solo disponemos de dos áreas.• Negocio de nueva creación.• Competencia muy cercana.• Nuestro competidor ofrece habitaciones más intimas.• No disponemos del servicio de piscina.• Nuestro competidor ofrece baño privado.

4. Análisis DAFO

Una vez realizado el análisis del sector, de la competencia y del entorno se tiene la información suficiente para realizar un diagnóstico de la situación inicial para lo que se utilizará un análisis DAFO.

El análisis DAFO supone un resumen de todo el análisis estratégico, tanto externo como interno. Representa los puntos fuertes y débiles de la empresa, así como las oportunidades y amenazas del entorno (macro y micro).

Es un análisis únicamente cualitativo, expresándose en cada cuadrante los aspectos más relevantes de cada factor. Aporta una visión global de la situación de la empresa para diseñar su estrategia. Su uso se ha generalizado por su sencillez y utilidad para la toma de decisiones.

El objetivo del análisis DAFO es determinar las ventajas competitivas de la empresa bajo el análisis y la estrategia genérica a emplear por la misma que más le convenga en función de sus características propias y de las del mercado en que se mueve.

Mediante esta herramienta podemos conocer la situación real en que se encuentra una organización, empresa o proyecto, y plantear una estrategia de futuro.

Las oportunidades y amenazas se identifican dentro del entorno externo de la empresa y ésta deberá encontrar la mejor manera de superarlas o aprovecharlas. Se identifica como oportunidad aquello que pueda suponer una ventaja competitiva para la empresa así como aquello que pueda mejorar la rentabilidad y/o los ingresos de la misma. Por el contrario, se considera una amenaza todo aquello que suponga, o pueda suponer, un riesgo a la hora de poner en marcha la empresa o aquello que pueda mermar la rentabilidad y/o los ingresos de ésta.

Las debilidades y fortalezas se encuentran en el seno interno de la empresa y ayudan a identificar la posición competitiva en la que se encuentra la empresa. Identificamos como debilidades los aspectos internos que limitan o impiden el desarrollo de la empresa; mientras que las fortalezas son todo aquello que permite aprovechar una oportunidad de manera que podamos convertirla en una ventaja competitiva para la empresa.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

A continuación se detallan las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que hemos obtenido después de realizar los correspondientes análisis:

Tabla 12. Cuadro resumen análisis DAFO.

Amenazas	Oportunidades
<ol style="list-style-type: none"> 1. Si existe una inflación puede provocar una subida de precios. En el caso de que fuera negativa. 2. Ayudas y subvenciones si no nos las conceden. 3. La inversión que hay que hacer, es muy grande. 4. Leyes que nos afectan. 5. Personal cualificado para trabajar en el sector, si aumenta la competencia. 6. Castell de Barchell, lo poseen unos propietarios y quieren reformarlo. 7. En el caso de que el Molí de Paper pasara a ser un centro de interpretación, nos encontraríamos con un principal competidor de ese sector, es decir, sería el centro de interpretación de la Font Roja. 8. Observamos bastantes competidores en la zona. 9. Los clientes tienen la fuerza, por lo que ellos tienen el poder de negociación. 10. Malas opiniones de los clientes. 11. Alrededor de la comarca encontramos ciudades que son muy demandadas por el turismo de playa. 12. Barreras de entrada no son elevadas. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Si existe una inflación puede provocar una subida de precios. En el caso de que fuera positiva. 2. Ayudas y subvenciones si nos las conceden. 3. El IVA no ha cambiado. 4. Personal cualificado para trabajar en el sector. 5. El crecimiento medio en el número de reservas de alojamientos rurales es del 28 por ciento. 6. Podemos ofrecer una serie de actividades relacionadas con la naturaleza. 7. En cuanto a costumbres y fiestas populares, al convertir el Molí de Paper en un negocio relacionado con el turismo. 8. Redes sociales. 9. Actualidad no existen muchos competidores que sean edificios históricos. 10. El sector que ha ido evolucionando en los últimos años y cada vez va creciendo más. 11. Tenemos muchos tipos de clientes a los que podemos hacer referencia. 12. Principales clientes como los mismos habitantes del pueblo o alrededores. 13. Tenemos el poder de negociación porque podemos elegir al proveedor que más nos convenga.
Debilidades	Fortalezas
<ol style="list-style-type: none"> 1. Nueva creación el negocio. 2. Competencia muy cercana. 3. En el centro de interpretación, nuestro competidor, ya tiene las rutas programadas. 4. Nuestro competidor dispone de más áreas recreativas. 5. La Safranera, ofrece el servicio de piscina de temporada. 6. La Safranera, dispone de habitaciones individuales o dobles. 7. La Safranera, ofrece baños en las habitaciones. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Los grupos escolares o grupos de senderistas, pueden hacer uso de las instalaciones del alojamiento. 2. Nosotros ofrecemos habitaciones comunitarias. 3. La Font Roja tiene que cumplir con normas específicas al ser un parque natural. 4. Disponemos de más capacidad para atraer a clientes en el alojamiento. 5. Las habitaciones son comunitarias enfocadas a grupos escolares, excursionistas... 6. Los baños son comunitarios si los clientes que se dirigen son grupos de escolares, excursionistas... 7. El edificio del que disponemos es histórico. 8. Trasladar el museo de la biodiversidad.

Después de realizar el análisis DAFO, observamos en la tabla resumen, señalamos una de las amenazas que más nos afectan, es decir, una gran amenaza que tenemos es si nos conceden o no las subvenciones para poder hacer la reforma. En cuanto a las oportunidades, una de las más relevantes es el crecimiento medio en el número de reservas de alojamientos rurales es del 28 por ciento.

5. Análisis CAME

La matriz CAME consiste en definir los parámetros a tener en cuenta con el fin de corregir debilidades, afrontar amenazas, mantener las fortalezas y explotar las oportunidades establecidas en el análisis DAFO.

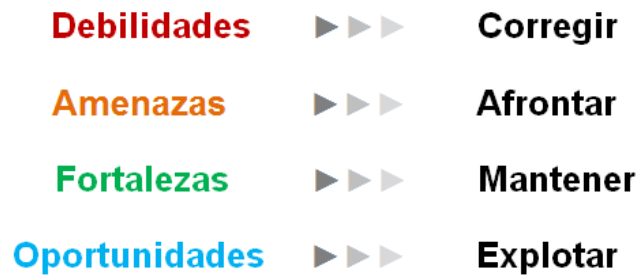


Fig. 7. Matriz CAME.. Fuente: pdcahome.

Corregir debilidades:

- Competencia muy cercana, realizaremos una buena estrategia de marketing para poder competir con la competencia.
- En el centro de interpretación, nuestro competidor, ya tiene las rutas programadas. Por lo que para corregir esta debilidad, nosotros programaremos rutas.
- Nuestro competidor dispone de más áreas recreativas, ante esto no podemos hacer nada para obtener más áreas, pero si podemos realizar excursiones por alrededor del pueblo y hacer visitas a las dos ermitas que hay en la localidad.

Afrontar amenazas:

- Subvenciones si no nos las conceden, buscar otras alternativas posibles de financiación.
- La inversión que hay que hacer, es muy grande.
- Leyes que nos afectan, las afrontaremos de forma respetuosa.

Mantener las fortalezas:

- Los grupos escolares o grupos de senderistas, pueden hacer uso de las instalaciones del alojamiento.
- Disponemos de más capacidad para atraer a clientes en el alojamiento.
- Las habitaciones son comunitarias enfocadas a grupos escolares, excursionistas...
- El edificio del que disponemos es histórico.
- Trasladar el museo de la biodiversidad.

Explorar las oportunidades:

- Si existe una inflación puede provocar una subida de precios. En el caso de que fuera positiva.
- Subvenciones si nos las conceden.
- Ayudas y subvenciones.
- El crecimiento medio en el número de reservas de alojamientos rurales es del 28 por ciento.
- Podemos ofrecer una serie de actividades relacionadas con la naturaleza.
- En cuanto a costumbres y fiestas populares, al convertir el Molí de Paper en un negocio relacionado con el turismo.
- Redes sociales.

6. Estrategias

En este apartado combinaremos las amenazas con: oportunidades, debilidades y fortalezas, y así plantear estrategias.

1. **A1, O3**: Si existe una inflación puede provocar una subida de precios en el caso de que fuera positiva, el IVA no ha cambiado, por lo que tendremos que tener en cuenta la inflación y otras variables económicas a la hora de fijar los precios para repercutir lo menos posible en el cliente.
2. **D1, O5**: Tenemos la debilidad de ser un negocio de nueva creación, por lo que aprovecharemos la oportunidad de contratar personal cualificado y con experiencia para trabajar en el sector.
3. **A3, O2, F7**: la inversión que hay que realizar es muy grande, pero tenemos la fortaleza de ser un edificio histórico y a la vez, la oportunidad de solicitar ayudas y subvenciones, las cuales si nos las conceden podemos hacer la reforma necesaria.
4. **A4, F3**: al estar situados en una zona rural, tenemos la amenaza de que debemos cumplir con una serie de leyes que nos afectan, pero a pesar de esto son menos exigentes que las de nuestro principal competidor al ser parque natural.
5. **D4, O6, F1**: en la zona donde se encuentra situado nuestro competidor a su alrededor dispone de zonas recreativas, en cambio nosotros no tenemos zonas recreativas a nuestro alrededor, lo cual tenemos la oportunidad de ofrecer una serie de actividades relacionadas con la naturaleza para atraer grupos escolares o senderistas, para que puedan hacer uso de nuestras instalaciones.
6. **O1, F1**: si existe una inflación y esta provoca una subida de precios, nosotros mantenemos los precios para que vengan los clientes a los que nos dirigimos, es decir, grupos escolares o senderistas, los cuales pueden hacer uso de las instalaciones del alojamiento.
7. **A7, F8**: Dentro de las actividades de nuestra empresa, la parte correspondiente al centro de interpretación cuenta con un competidor importante que ya está actuando, como es la Font Roja, sin embargo nosotros podríamos aprovechar el traslado del Museo de la biodiversidad para hacer frente a esta amenaza.

8. **D2, F1, O12, F2**: debilidad de la competencia muy cercana, pero nosotros aprovechamos la oportunidad de ofrecer habitaciones comunitarias para grupos escolares o senderistas, y así atraer a este tipo de clientes que sean del mismo pueblo o alrededores.
9. **A8, O9, O8**: existen muchos competidores en la zona, pero no todos son edificios históricos reformados, por lo que nosotros sí que disponemos de esta oportunidad, la cual la utilizaremos para promocionarnos en las redes sociales.
10. **A9, A10, O4**: los clientes son una gran amenaza, por lo que la estrategia a seguir es contratar a gente con experiencia en el sector para que realicen su trabajo correctamente y las opiniones sean buenas.
11. **A6, O2, O11, F1, F2**: en la zona existen otros edificios históricos que pueden competir con nosotros, como el Castell de Barchell, que también lo están reformando. Pero nosotros también tenemos un edificio histórico con él vamos a aprovechar la oportunidad de que nos concedan las ayudas y subvenciones para reformarlo, ya que es un edificio grande y nos dirigimos a los clientes que sean grupos de senderistas o grupos escolares, los cuales podrán hacer uso de las instalaciones y habitaciones comunitarias.
12. **A3, O10, O7**: La inversión que hay que hacer es muy grande, por lo que aprovecharemos la oportunidad de que el sector del turismo rural ha ido evolucionando, para ofrecer a los clientes una serie de actividades relacionadas con la naturaleza.
13. **A11, O13**: Alrededor de la comarca encontramos ciudades que son muy demandadas por el turismo de playa, pero tenemos la oportunidad de tener el poder de negociación con los proveedores para hacer que los clientes se sientan como en casa.
14. **A5, O9**: si aumenta la competencia, la empresa no tendrá tantos demandantes de trabajo para poder elegir, pero tenemos la oportunidad de que el edificio es histórico, por lo que por esta descripción podemos atraer a más demandantes de empleo.
15. **A2, O8, O10**: si no nos conceden las ayudas ni las subvenciones, aprovecharemos las redes sociales y el crecimiento del sector para pedir otro tipo de financiación.

16. **D1, D2, O8**: Somos un negocio de nueva creación, y existe competencia muy cercana, pero en la actualidad podemos hacer uso de todas las redes sociales disponibles para atraer a los clientes.
17. **D3, O7**: nuestro competidor, del centro de interpretación, ya tiene rutas programadas, pero nosotros nos encontramos a escasos kilómetros de distancia del pueblo, por lo que promocionaríamos las fiestas populares, para atraer a más turistas.
18. **D5, 6, 7, F4, 5, 6**: en cuanto a los servicios que ofrecemos somos débiles con nuestro competidor, la Safranera, es decir, la cual ofrece el servicio de piscina de temporada, dispone de habitaciones individuales o dobles, baños en las habitaciones. En cambio nosotros nos enfocamos a grupos escolares, excursionistas...por lo que los servicios que ofrecemos son: habitaciones y baños comunitarios.
19. **O5, O10, D1**: encontramos una oportunidad de crecimiento medio en sector rural, lo que quiere decir que ha ido evolucionando en los últimos años y cada vez va creciendo, con estos datos afrontaremos la debilidad de ser un negocio de nueva creación.
20. **A8, A12, O9, F7**: se observan muchos competidores en la zona y pocas barreras de entrada al sector, pero al disponer de un edificio histórico, es decir, en la actualidad no existen muchos competidores que sean edificios históricos, por lo que disponemos de esta fortaleza para afrontar las dos amenazas que nos afectan.
21. **A2, O6, F1, F7, F8**: En el caso de que no nos concedan las ayudas y subvenciones, disponemos de que el edificio es histórico, el cual lo utilizaremos para trasladar el museo de la biodiversidad, por lo que realizaremos actividades relacionadas con la naturaleza, para atraer a grupos escolares o grupos de senderistas, y que hagan uso de las instalaciones del alojamiento.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

Tabla 13. Resumen de estrategias.

	Estrategias	La estrategia a seguir es....
1	A1, O3	Intentar mantener los precios aunque exista inflación.
2	D1, O5	Contratar personal cualificado y con experiencia para trabajar en el sector.
3	A3, O2, F7	Solicitar las ayudas y subvenciones, las cuales si nos las conceden podremos hacer la reforma necesaria.
4	A4, F3	Revisar todas las leyes, normativas y adaptarnos a todas ellas para poder cumplirlas.
5	D4, O6, F1	Organizar actividades relacionadas con la naturaleza, enfocadas a grupos escolares y senderistas.
6	O1, F1	Mantener los precios.
7	A7, F8	Trasladar el museo de la biodiversidad y realizar actividades para grupos escolares.
8	D2, F1, O12, F2	Ofrecemos habitaciones comunitarias para grupos escolares y senderistas.
9	A8, O9, O8	Utilizar el nombre de “Edificio histórico” para promocionarnos en las redes sociales y así atraer más clientes.
10	A9, A10, O4	Contratar a personas con experiencia en el sector, para que las opiniones de los turistas sean buenas.
11	A6, O2, O11, F1, F2	Si nos conceden las subvenciones y ayudas para poder reformar el edificio y poder ofrecer a los clientes habitaciones comunitarias y demás servicios de los que disponemos.
12	A3, O10, O7	Ofrecer actividades relacionadas con la naturaleza, como por ejemplo: rutas programadas, eventos..., para así atraer más clientes y hacer frente con la inversión.
13	A11, O13	Con la ayuda de nuestros proveedores la es hacer de nuestro establecimiento, un lugar cómodo y confortable, para que nuestros clientes se sientan como en casa y quieran volver más veces.
14	A5, O9	Ofrecer el puesto de trabajo y mejores condiciones laborales que la competencia.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

15	A2, O8 O10	Si no nos conceden las ayudas y subvenciones, la estrategia a seguir es la de pedir otro tipo de financiación y hacer uso de las redes sociales, para así poder poner en marcha nuestro negocio.
16	D1, D2, O8	Organizar eventos múltiples y actividades, y así promocionarlas en las redes sociales para la atracción de clientes nuevos.
17	D3, O7	Aprovecharíamos todas las fiestas populares que se realicen en el pueblo, para atraer turistas y que conozcan las fiestas y costumbres del pueblo.
18	D5, 6, 7, F4, 5, 6	Ofrecer al público que nos dirigimos, habitaciones y baños comunitarios.
19	O5, O10, D1	Reformar el “Molí de Paper”, para convertirlo en alojamiento rural y aprovechar que el sector está creciendo para poner en marcha el negocio.
20	A8, A12, O9, F7	Utilizar un edificio histórico para hacer uso de él, convirtiéndolo en alojamiento rural y aprovechar todos los recursos de los que disponemos.
21	A2, O6, F1, F3, F8	En el caso de que no nos concedan las ayudas y subvenciones, buscaremos otro tipo de financiación, por lo que el proyecto solo se realizaría para el centro de interpretación.

6.1. Ajuste de la estrategia

Una vez que se han planteado ya las estrategias, deberemos proceder a seleccionar las mejores opciones estratégicas para ponerlas en marcha, en primer lugar se realizará el ajuste de la estrategia con valores de 1 a 10. Indicando que la puntuación 1 es la peor y la 10 es la mejor.

En las ilustraciones que se muestran a continuación, se explican las diferentes puntuaciones que se han marcado a cada debilidad, fortaleza, amenaza y oportunidad. Con todas estas puntuaciones se ha obtenido las estrategias que más se ajustan a las propuestas establecidas.

En la ilustración 8, las celdas de color rosa, hacen referencia a cada estrategia con su correspondiente debilidad, amenaza, fortaleza y oportunidad.

En la ilustración 9, el color azul indica las estrategias con mayor puntuación obtenida, y el color verde indica las puntuaciones menores

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

DAFO	PUNTUACIONES		ESTRATEGIAS																						
	Absolutas	Relativas	E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21		
DEBILIDADES	1	10	0,042016807	1	10	5	5	5	2	3	1	6	5	3	1	6	1	10	1	6	10	3	1	1	
	2	9	0,037815126	1	5	2	1	6	1	4	8	1	3	4	3	2	5	1	9	2	6	3	2	2	
	3	10	0,042016807	1	1	1	2	5	2	4	5	2	1	2	2	1	1	2	2	8	4	2	3	4	4
	4	6	0,025210084	2	2	1	1	7	4	2	3	1	2	3	2	2	1	1	2	2	5	1	1	3	3
	5	8	0,033613445	1	3	1	2	4	3	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1
	6	7	0,029411765	3	2	1	2	4	3	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1
	7	7	0,029411765	1	2	1	2	4	3	1	3	1	2	1	1	1	1	1	1	1	8	1	1	1	1
TOTAL	57	0,239495798	10	25	12	15	35	18	16	26	13	17	15	11	9	16	8	26	16	45	19	12	13	13	
AMENAZAS	1	1	0,004201681	8	1	6	4	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
	2	10	0,042016807	2	8	7	5	5	3	1	1	2	1	7	7	4	1	7	3	2	1	1	1	10	
	3	9	0,037815126	3	6	9	1	2	2	1	1	2	1	5	10	3	1	5	5	1	2	1	3	8	
	4	2	0,008403361	2	1	7	9	4	1	2	1	1	4	5	1	3	3	4	4	1	1	1	1	6	
	5	5	0,021008403	2	6	5	3	1	1	1	1	2	2	3	4	8	1	2	2	2	2	2	2	5	
	6	6	0,025210084	4	5	3	2	2	2	3	5	2	1	8	1	3	1	2	3	1	4	1	1	5	
	7	6	0,025210084	1	5	7	6	6	4	6	4	1	1	3	1	4	1	2	4	1	3	3	4	4	
	8	7	0,029411765	2	4	1	3	4	3	1	3	7	2	4	3	2	7	2	5	3	2	5	8	2	
	9	3	0,012605042	1	1	2	1	2	1	1	1	2	5	4	4	4	4	3	4	4	4	1	1	1	
	10	6	0,025210084	2	3	1	1	1	1	1	1	1	8	4	4	4	5	3	4	4	4	1	3	3	
	11	7	0,029411765	1	2	2	2	3	2	2	1	1	4	2	2	7	5	1	2	3	1	1	1	1	
	12	7	0,029411765	1	1	2	1	3	1	3	4	1	1	3	1	2	1	1	4	4	1	2	10	1	
TOTAL	69	0,28915966	29	43	52	38	34	26	23	24	22	28	47	42	36	41	30	39	30	24	20	35	47		
FORTALEZAS	1	6	0,025210084	2	3	1	2	8	8	6	7	2	3	6	6	2	1	1	1	6	2	1	9		
	2	5	0,021008403	1	2	1	1	7	5	3	7	1	1	5	4	1	1	2	2	1	5	1	3		
	3	3	0,012605042	2	1	2	8	5	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	2	4		
	4	5	0,021008403	2	5	1	3	6	6	4	5	2	3	3	4	3	4	2	3	1	7	1	1		
	5	4	0,016806723	1	2	1	2	6	6	3	4	3	1	6	3	1	2	1	4	2	7	1	1		
	6	6	0,025210084	2	5	1	1	6	6	3	4	3	1	6	3	1	2	1	1	2	7	1	1		
	7	6	0,025210084	1	6	10	4	5	4	3	4	8	1	6	5	1	2	1	1	2	2	3	10		
	8	5	0,021008403	1	5	5	1	5	2	10	3	3	2	5	3	2	3	2	2	3	5	2	3		
TOTAL	40	0,168067227	12	29	22	22	48	38	34	35	23	13	38	29	12	16	11	15	15	42	13	22	50		
OPORTUNIDADES	1	5	0,021008403	5	1	5	6	1	7	1	2	1	1	2	1	1	1	3	1	1	1	1	1		
	2	10	0,042016807	3	5	10	7	4	1	2	1	1	8	6	1	1	10	1	1	1	1	1	8		
	3	4	0,016806723	7	1	5	1	1	1	1	2	1	5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
	4	4	0,016806723	3	7	3	4	2	2	3	1	2	6	3	3	4	4	1	2	2	8	2	7		
	5	6	0,025210084	5	8	2	4	1	3	1	2	3	2	2	2	2	4	4	1	3	4	4	2		
	6	7	0,029411765	2	2	2	2	8	1	5	4	1	1	4	7	5	2	2	1	1	4	1	3		
	7	6	0,025210084	2	2	3	4	4	2	4	5	6	2	5	9	4	1	2	2	8	4	3	2		
	8	7	0,029411765	6	4	6	5	6	4	4	2	5	8	6	5	1	3	10	7	6	1	1	4		
	9	2	0,008403361	1	3	4	2	4	1	1	4	10	1	2	2	3	10	4	3	6	1	3	10		
	10	7	0,029411765	4	3	6	6	4	5	2	2	6	1	5	7	2	7	2	1	4	2	1	2		
	11	4	0,016806723	6	5	4	6	2	4	1	2	3	2	7	6	6	4	2	3	5	3	3	4		
	12	5	0,021008403	2	6	3	5	4	4	1	6	4	5	3	5	5	3	3	4	4	5	3	2		
	13	5	0,021008403	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10	1	2	1	3	1	1	1		
TOTAL	72	0,302521008	47	48	54	53	42	36	27	33	44	34	49	59	45	35	51	35	41	36	32	33	48		
TOTAL TOTAL	238	1	98	145	140	128	159	118	100	118	102	92	149	141	102	108	100	115	102	147	84	102	158		

Fig. 8. Puntuaciones de las estrategias.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

Puntuaciones relativas																						PUNTUACIONES
E1	E2	E3	E4	E5	E6	E7	E8	E9	E10	E11	E12	E13	E14	E15	E16	E17	E18	E19	E20	E21		
0,04201681	0,42016807	0,21008403	0,21008403	0,21008403	0,08403361	0,12605042	0,04201681	0,25210084	0,21008403	0,12605042	0,04201681	0,04201681	0,25210084	0,21008403	0,04201681	0,42016807	0,04201681	0,25210084	0,42016807	0,12605042	0,04201681	3,571428571
0,04201681	0,21008403	0,08403361	0,04201681	0,25210084	0,04201681	0,16806723	0,33613445	0,04201681	0,12605042	0,16806723	0,12605042	0,08403361	0,21008403	0,04201681	0,37815126	0,08403361	0,25210084	0,12605042	0,08403361	0,08403361	0,08403361	2,899159664
0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,21008403	0,08403361	0,16806723	0,21008403	0,08403361	0,04201681	0,08403361	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,08403361	0,33613445	0,16806723	0,08403361	0,12605042	0,16806723	0,16806723	2,142857143
0,08403361	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,29411765	0,16806723	0,08403361	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,12605042	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,08403361	0,21008403	0,04201681	0,12605042	1,890756303
0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,16806723	0,12605042	0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,33613445	0,04201681	0,04201681	1,596638655
0,12605042	0,08403361	0,04201681	0,08403361	0,16806723	0,12605042	0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,33613445	0,04201681	1,638655462
0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,08403361	0,16806723	0,12605042	0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,33613445	0,04201681	1,554621849
0,42016807	1,05042017	0,50420168	0,6302521	1,47058824	0,75630252	0,67226891	1,09243697	0,54621849	0,71428571	0,6302521	0,46218487	0,37815126	0,67226891	0,33613445	1,09243697	0,67226891	1,8907563	0,79831933	0,50420168	0,54621849	15,29411765	
0,33613445	0,04201681	0,25210084	0,16806723	0,04201681	0,21008403	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	1,638655462
0,08403361	0,33613445	0,29411765	0,21008403	0,21008403	0,12605042	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,29411765	0,29411765	0,16806723	0,04201681	0,29411765	0,12605042	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,42016807	2,899159664
0,12605042	0,25210084	0,37815126	0,04201681	0,08403361	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,21008403	0,42016807	0,12605042	0,04201681	0,21008403	0,21008403	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,12605042	3,3613445
0,08403361	0,04201681	0,29411765	0,37815126	0,16806723	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,16806723	0,21008403	0,04201681	0,12605042	0,12605042	0,16806723	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,25210084	2,226890756
0,08403361	0,25210084	0,21008403	0,12605042	0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,08403361	0,12605042	0,08403361	0,12605042	0,33613445	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,08403361	0,08403361	0,08403361	0,08403361	0,21008403	2,142857143
0,16806723	0,21008403	0,12605042	0,08403361	0,08403361	0,08403361	0,12605042	0,21008403	0,08403361	0,04201681	0,33613445	0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,12605042	0,04201681	0,16806723	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,21008403	2,268907563
0,04201681	0,21008403	0,29411765	0,25210084	0,16806723	0,25210084	0,16806723	0,25210084	0,16806723	0,25210084	0,16806723	0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,16806723	0,04201681	0,08403361	0,16806723	0,04201681	0,12605042	0,16806723	0,16806723	2,68907563
0,08403361	0,16806723	0,04201681	0,12605042	0,16806723	0,12605042	0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,16806723	0,29411765	0,08403361	0,16806723	0,12605042	0,08403361	0,29411765	0,08403361	0,21008403	0,33613445	0,08403361	0,21008403	0,33613445	2,983193277
0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,21008403	0,16806723	0,16806723	0,16806723	0,16806723	0,12605042	0,16806723	0,16806723	0,16806723	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	2,100840336
0,08403361	0,12605042	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,33613445	0,16806723	0,16806723	0,16806723	0,21008403	0,12605042	0,16806723	0,16806723	0,16806723	0,04201681	0,12605042	0,16806723	0,12605042	2,352941176
0,04201681	0,08403361	0,08403361	0,08403361	0,12605042	0,08403361	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,16806723	0,08403361	0,08403361	0,08403361	0,29411765	0,21008403	0,04201681	0,08403361	0,12605042	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	1,890756303
0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,12605042	0,12605042	0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,16806723	0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,12605042	0,08403361	0,04201681	0,16806723	0,16806723	0,04201681	0,08403361	0,42016807	0,04201681	1,974789916
1,17647059	1,76470588	2,10084034	1,55462185	1,30252101	1,05042017	0,84033613	0,84033613	0,88235294	1,13445378	1,8487395	1,72268908	1,42857143	1,68067227	1,21848739	1,47058824	0,96638655	0,75630252	1,05042017	1,93277311	27,85714286		
0,08403361	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,33613445	0,33613445	0,25210084	0,29411765	0,08403361	0,12605042	0,25210084	0,25210084	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,25210084	0,08403361	0,04201681	0,37815126	2,899159664	
0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,29411765	0,21008403	0,12605042	0,29411765	0,04201681	0,04201681	0,21008403	0,16806723	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,08403361	0,04201681	0,21008403	0,04201681	0,12605042	0,21008403	0,16806723	2,268907563
0,08403361	0,04201681	0,08403361	0,33613445	0,21008403	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,12605042	0,08403361	0,08403361	0,12605042	0,16806723	0,16806723	1,680672269
0,08403361	0,21008403	0,04201681	0,12605042	0,25210084	0,25210084	0,16806723	0,21008403	0,08403361	0,12605042	0,12605042	0,16806723	0,12605042	0,16806723	0,08403361	0,12605042	0,04201681	0,29411765	0,04201681	0,04201681	0,21008403	0,21008403	2,773109244
0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,08403361	0,25210084	0,25210084	0,12605042	0,16806723	0,12605042	0,04201681	0,25210084	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,16806723	0,08403361	0,29411765	0,04201681	0,04201681	0,21008403	0,21008403	2,394957983
0,08403361	0,21008403	0,04201681	0,04201681	0,25210084	0,25210084	0,12605042	0,16806723	0,12605042	0,04201681	0,25210084	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,16806723	0,08403361	0,29411765	0,04201681	0,04201681	0,21008403	0,16806723	2,394957983
0,04201681	0,25210084	0,42016807	0,16806723	0,21008403	0,16806723	0,12605042	0,16806723	0,33613445	0,04201681	0,25210084	0,21008403	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,08403361	0,12605042	0,42016807	0,42016807	0,42016807	3,319327731
0,04201681	0,21008403	0,21008403	0,04201681	0,21008403	0,08403361	0,42016807	0,12605042	0,12605042	0,08403361	0,21008403	0,12605042	0,08403361	0,12605042	0,08403361	0,08403361	0,12605042	0,21008403	0,08403361	0,12605042	0,33613445	0,33613445	2,81512605
0,50420168	1,21848739	0,92436975	0,92436975	2,01680672	1,59663866	1,42857143	1,47058824	0,96638655	0,54621849	1,59663866	1,21848739	0,50420168	0,67226891	0,46218487	0,6302521	0,6302521	1,76470588	0,54621849	0,92436975	2,10084034	20,54621849	
0,21008403	0,04201681	0,21008403	0,25210084	0,04201681	0,29411765	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,12605042	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	1,806722689
0,12605042	0,21008403	0,42016807	0,29411765	0,16806723	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,33613445	0,25210084	0,04201681	0,04201681	0,42016807	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,33613445	0,33613445	2,773109244
0,29411765	0,04201681	0,21008403	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,08403361	0,04201681	0,08403361	0,21008403	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	0,04201681	1,470588235
0,12605042	0,29411765	0,12605042	0,16806723	0,08403361	0,08403361	0,12605042	0,04201681	0,08403361	0,25210084	0,12605042	0,12605042	0,16806723	0,16806723	0,042								

6.2. Aceptabilidad, factibilidad, viabilidad

Las estrategias de mayor puntuación han sido: E2, E3, E4, E5, E11, E12, E18, E21. Pero escogemos las siguientes estrategias: E2, E5, E11, E12, E18 y E21

6.2.1. Aceptabilidad

Son todas aquellas personas o entidades que tienen relación con el negocio o se ven afectadas por nuestro negocio.

Definiremos la aceptabilidad de cada estrategia mediante grupos de interés, como: instituciones, clientes, proveedores y empleados.

Estrategia 2: D1, O5: Tenemos la debilidad de ser un negocio de nueva creación, por lo que aprovecharemos la oportunidad de contratar personal cualificado y con experiencia para trabajar en el sector.

Esta estrategia es aceptada por todos los grupos de interés, es decir, las instituciones, los clientes, los proveedores y los empleados aceptan esta estrategia.

Estrategia 5: D4, O6, F1: en la zona donde se encuentra situado nuestro competidor a su alrededor dispone de zonas recreativas, en cambio nosotros no tenemos zonas recreativas a nuestro alrededor, lo cual tenemos la oportunidad de ofrecer una serie de actividades relacionadas con la naturaleza para atraer grupos escolares o grupos senderistas, para que puedan hacer uso de nuestras instalaciones.

Esta estrategia es aceptada por todos los grupos de interés, es decir, las instituciones, los clientes, los proveedores y los empleados aceptan esta estrategia.

Estrategia 11: A6, O2, O11, F1, F2: en la zona existen otros edificios históricos que pueden competir con nosotros, como el Castell de Barchell, que también lo están reformando. Pero nosotros también tenemos un edificio histórico con él vamos a aprovechar la oportunidad de que nos concedan las ayudas y subvenciones para reformarlo, ya que es un edificio grande y nos dirigimos a los clientes que sean grupos de senderistas o grupos escolares, los cuales podrán hacer uso de las instalaciones y habitaciones comunitarias.

Esta estrategia es aceptada por todos los grupos de interés, pero en el caso de que no nos concedan las ayudas y subvenciones se debería replantearse desde el punto de vista de la financiación.

Estrategia 12: A3, O10, O7: La inversión que hay que hacer es muy grande, por lo que aprovecharemos la oportunidad de que el sector del turismo rural ha ido evolucionando, para ofrecer a los clientes una serie de actividades relacionadas con la naturaleza.

Es aceptada por todos los grupos de interés pero depende en cierta medida de la realización de la estrategia 11.

Estrategia 18: D5, 6, 7, F4, 5, 6: en cuanto a los servicios que ofrecemos somos débiles con nuestro competidor, la Safranera, es decir, la cual ofrece el servicio de piscina de temporada, dispone de habitaciones individuales o dobles, y baños en las habitaciones. En cambio nosotros nos dirigimos a grupos escolares, excursionistas...por lo que los servicios que ofrecemos son: habitaciones y baños comunitarios.

Podemos decir que si es aceptada por todos los grupos de interés, depende en cierta medida de la realización de la estrategia 11.

Estrategia 21: A2, O6, F1, F3, F8: En el caso de que no nos concedan las ayudas y subvenciones, disponemos de que el edificio es histórico, el cual lo utilizaremos para trasladar el museo de la biodiversidad, por lo que realizaremos actividades relacionadas con la naturaleza, para atraer a grupos escolares o grupos de senderistas, y que hagan uso de las instalaciones del alojamiento.

Esta estrategia es aceptada por todos los grupos de interés.

Cuadro resumen:

Tabla 14. Resumen de grupos de interés.

Estrategias	Grupos de interés			
	Instituciones	Clientes	Proveedores	Empleados
2	Aceptada	Aceptada	Aceptada	Aceptada
5	Aceptada	Aceptada	Aceptada	Aceptada
11	Aceptada*	No aceptada	No aceptada	No aceptada
12	Aceptada*	Aceptada*	Aceptada*	Aceptada*
18	Aceptada	Aceptada	Aceptada	Aceptada
21	Aceptada	Aceptada	Aceptada	Aceptada

*Aceptada: en caso de que no sean concedidas las subvenciones, debería revisarse la financiación.

6.2.2. Factibilidad

Observaremos si mediante los recursos de los que disponemos es factible o no las estrategias a seguir. Si llevamos a cabo esa estrategia mediante los recursos de los que disponemos.

Estrategia 2: una vez terminada la remodelación del Molí de Paper, las pautas a seguir es la de contratar a personal cualificado, al haber mucho desempleo se puede llevar a cabo esta estrategia.

Estrategia 5: con los recursos que disponemos sí que se puede llevar a cabo esta estrategia.

Estrategia 11: en esta estrategia dependemos de las ayudas y subvenciones del estado, en el caso de que no nos las concedan buscaremos otras alternativas, es decir, otro tipo de financiación, y llevaríamos a cabo la estrategia 21.

Estrategia 12 y 18: sí que se puede llevar a cabo con los recursos de los que disponemos, si se lleva a cabo la estrategia 11.

Estrategia 21: esta estrategia es una alternativa a las estrategias 11 y 12, es decir, en el caso de que no nos concedan las subvenciones, llevaríamos a cabo la estrategia 21.

6.2.3. Viabilidad

Definiremos si es viable o no y estimaremos el rendimiento que esperamos obtener. Obtendremos un rendimiento positivo para el pueblo, porque podemos atraer a más turistas para que puedan conocer el pueblo y la zona donde estamos situados. Podemos decir que si es viable llevas a cabo este proyecto.

Estrategia 2: es viable esta estrategia, ya que al ofrecer empleo, podemos bajar la tasa de desempleo del pueblo.

Estrategia 5: es viable, ya que no supone ningún gasto para la empresa.

Estrategia 11: si no nos conceden las ayudas y subvenciones se deberían estudiar otras alternativas de financiación y realizar en principio sólo la estrategia 21.

Estrategia 12 y 18: es viable ya que puede ser bueno para el pueblo atraer turistas para que conozcan la zona y hagan uso de las instalaciones que les ofrecemos.

Estrategia 21: es viable si no se llevan a cabo las estrategias 11.

Cuadro resumen:

Tabla 15. Resumen de aceptabilidad, factibilidad y viabilidad

Estrategias	Aceptabilidad	Factibilidad	Viabilidad
2	Aceptada	Factible	Viable
5	Aceptada	Factible	Viable
11	No Aceptada*	No Factible*	No Viable*
12	Aceptada**	Factible**	Viable**
18	Aceptada**	Factible**	Viable**
21	Aceptada	Factible	Viable

*No aceptada: en caso de que no sean concedidas las subvenciones.

**Depende de la realización de la estrategia 11.

PLAN DE VIABILIDAD

Consiste en ver el coste cuánto nos puede costar poner en marcha estas estrategias con mayor puntuación.

En la estrategia 2, el coste que nos supone simplemente sería el salario del personal encargado del departamento de RRHH, para poder hacer las entrevistas.

En la estrategia 5 y 12, el coste sería la puesta en marcha del negocio y los materiales necesarios para poder realizar las actividades. Para las actividades que realizaremos, los materiales necesarios serían: bicicletas de montañas, tiendas de campaña, (se puede proporcionar algo de material de senderismo)

En la estrategia 11, el coste sería la reforma integral del edificio.

En la estrategia 18, los muebles para las habitaciones.

En la estrategia 21, proyectores, sillas, ordenadores, pantallas, mesas, material de exposición.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

Plan de acción

Tabla 16. Cuadro resumen del plan de acción.

Plan de acción				
Estrategias	¿Qué hacemos?	¿Quién es el encargado de hacerlo?	Recursos necesarios	Tiempo estimado
2	Contratar a personal cualificado y con experiencia para trabajar en el sector.	El departamento de Recursos Humanos	Personal de recursos humanos para realizar las entrevistas.	2 meses
5	Ofrecemos una serie de actividades relacionadas con la naturaleza.	La empresa	Las instalaciones, y materiales para poder realizar las actividades, señalización de sendas.	1 mes
11	En el caso de que nos concedan las ayudas y subvenciones, reformaremos el edificio.	El Estado	Los permisos necesarios para poder hacer la reforma	5 meses
12	Ofrecemos actividades relacionadas con la naturaleza.	La empresa	Las instalaciones, y materiales para poder realizar las actividades, señalización de sendas	1 mes
18	Ofrecemos a los grupos escolares y senderistas habitaciones y baños comunitarios.	La empresa	El edificio del Molí de Paper ya remodelado y con todas las comodidades posibles	1mes
21	Trasladar el museo de la biodiversidad, y realizaremos actividades relacionadas con la naturaleza.	El ayuntamiento	Las instalaciones, y materiales para poder realizar las actividades, señalización de sendas.	6 meses

7. Plan de marketing

El objetivo a conseguir, es captar a turistas para que conozcan el pueblo, su historia, las costumbres, las fiestas y la zona, para así darle más vida a la zona donde estamos situados.

7.1. Introducción

A continuación se va a explicar el plan de marketing de la empresa. En el que se desarrollara una segmentación de mercado, su posicionamiento y además hablaremos del marketing mix. Explicando las partes clave: producto, precio, distribución y promoción.

Con esto se desean establecer unos objetivos para poder cumplirlos.

7.2. Segmentación de mercado

La segmentación de mercado es el proceso, como su propio nombre indica, de dividir o segmentar un mercado en grupos uniformes más pequeños que tengan características y necesidades semejantes, la segmentación de muchos sociales mercados se puede dividir de acuerdo a sus características o variables que puedan influir en su comportamiento de compra.

La segmentación es también un esfuerzo por mejorar la precisión del marketing de una empresa. Es un proceso de agregación: agrupar en un segmento de mercado a personas con necesidades semejantes.

El segmento de mercado es un grupo relativamente grande y homogéneo de consumidores que se pueden identificar dentro de un mercado, que tienen deseos, poder de compra, ubicación geográfica, actitudes de compra o hábitos de compra similares y que reaccionarán de modo parecido ante una mezcla de marketing.

Mejorar la competitividad y alcanzar el éxito empresarial son dos de los objetivos que buscan todas las empresas, con independencia de su tamaño o sector.

Para poder alcanzar estas metas, las organizaciones necesitan establecer una serie de estrategias que garanticen la satisfacción de sus clientes. Sin embargo, antes, necesitan establecer quiénes son sus clientes y cuáles son las características del mercado al que se dirigen.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

A través de la segmentación de mercado es posible estructurar el mercado total en grupos más pequeños y homogéneos, con características, necesidades o hábitos similares.

Este tipo de segmentación se realiza en base a una o varias variables o criterios de tipo:

- **Demográfico.** *La división de los segmentos se centra en aspectos como la edad, el sexo, la raza, la religión, el estado civil, la estructura familiar, los ingresos, la ocupación, la educación o la generación a la que pertenecen los consumidores.*

Nos centramos en clientes de mayoría de edad y también niños pequeños de entre 4 o 5 años hasta 9 o 10 años.

Tabla 17. Resumen variables segmentos.

VARIABLES	SEGMENTOS
Edad	Para los grupos escolares, nos centraríamos en una franja de edad de entre 5 a 10 años.
Sexo	Masculino y femenino
Educación	Enfocado a escuelas de primaria.

- **Geográfico.** *En este caso, el criterio que se utiliza está relacionado con la ubicación geográfica donde se encuentran los consumidores, como el barrio, si residen en una zona urbana o rural, la provincia, comunidad autónoma, el país o el continente en el que habitan o factores relacionados con esta ubicación, como el clima o la densidad de población.*

Principalmente sería turistas rurales que eligen la Comunidad Valencia como destino, que provienen de alrededores.

- **Psicográfico.** *En base a esta variable se divide el mercado en función de la clase social, estilo de vida o los rasgos de personalidad más característicos del grupo.*

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

El factor más apropiado a segmentar es el estilo de vida rural o urbana, y las características que cada uno conlleva como la tranquilidad o el estrés, el cuidado por el medio ambiente o la contaminación, el silencio o el ruido. En este caso nos dirigiremos a un cliente urbano.

- **De comportamiento.** *También se suele estructurar a los consumidores según sus hábitos de consumo, sus actitudes o el uso que hacen de los artículos.*

- Personas que sepan valorar el medio ambiente.
- Personas interesadas en conocer la vida en el medio rural.
- Personas interesadas en conocer y mantener la historia, las costumbres y la cultura de una zona determinada.
- Personas que valoren el contacto con la naturaleza, disfrutar del paisaje.
- Personas motivadas por realizar actividades de ocio en la montaña.
- Personas que les gusten practicar deporte al aire libre.

Tipos de estrategias de marketing

Por otro lado, la segmentación del mercado hace posible que las empresas utilicen y diseñen diversos tipos de estrategias enfocadas o no a los diferentes mercados.

La elección entre una u otra estrategia dependerá de las características de la empresa, el producto o servicio que ofrezca y las características de los segmentos de mercado a los que se dirija.

Se pueden diferenciar cuatro **tipos** de estrategia:

- Estrategia de marketing Diferenciada.
- Estrategia de marketing Indiferenciado masivo
- Estrategia de marketing Concentrado.
- Estrategia de micromarketing.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

En nuestro caso la estrategia que más se adecua a nuestra empresa es la de Marketing concentrado.

Este tipo de estrategia es adecuada para nosotros, ya que nuestro segmento está muy especializado, es decir, nos dirigimos a grupos grandes de turistas que realicen turismo rural, y también a grupos escolares. Por lo que la estrategia a seguir es: ofreceremos habitaciones mucho más grandes, enfocadas a grupos grandes de turistas y escolares.

7.3. Posicionamiento

Es la imagen que ocupa nuestra marca, producto, servicio o empresa en la mente del consumidor. Este posicionamiento se construye a partir de la percepción que tiene el consumidor de nuestra marca de forma individual y respecto a la competencia.

La estrategia de posicionamiento es un proceso mediante el cual se desarrolla una estrategia que tiene como objetivo llevar nuestra marca, empresa o producto desde su imagen actual a la imagen que deseamos.

Tabla 18. Estrategia de posicionamiento.

	Superior	Igual	Inferior
Superior	Más por más	Más por igual	Más por menos
Igual	X	X	Igual por menos
Inferior	X	X	Menos por menos

La estrategia que más se adecua a nosotros es: Más por igual.

Ofrecemos las mismas comodidades que nuestra competencia, pero nuestros clientes son grupos de excursionistas y escolares, esto es lo que nos diferencia de la competencia. Por lo que ofreceremos la mejor calidad y comodidad posible.

8. Marketing mix

8.1. Producto o servicio

Ofrecemos un edificio histórico reformado en un albergue, el cual nos dirigimos a grupos escolares y excursionistas. En el que les ofrecemos servicios de alojamiento y comida en cualquier época del año. Además también ofrecemos un valor añadido ofertando una variedad de distintas actividades a contratar adaptando el servicio de forma específica según los gustos y necesidades del cliente.

Los servicios ofertados en el albergue son:

- **Servicio de alojamiento** en el albergue, dentro del cual se incluyen las actividades comunes de un albergue como: servicio de limpieza, servicio de lavandería, ropa de cama, limpieza de habitaciones... así como otros servicios extra como: wifi gratuito, salas de juego,... Destacar que dentro del albergue encontramos, el museo de la biodiversidad y salas multiusos, en las que los grupos escolares puedan interactuar en ellas.
- **Servicio de restauración** en el que se sirven platos típicos de la zona tanto para clientes del complejo como para clientes externos. Se ofertará, a parte de la carta con platos típicos.

Tabla 19. Horario de restaurante.

	Lunes a Viernes	Fines de semana y Festivos
Desayuno	7:30 a 11:00	06:00 a 11:00
Comida	13:30 a 15:00	13:30 a 15:30
Cena	21:30 a 23:00	20:30 a 23:00

- **Actividades de ocio que se ofertan dentro de la empresa**, es decir, las actividades para las cuales la empresa facilitará el material necesario así como el monitor o monitores correspondientes y las instalaciones en caso que fuese necesario:

- **Senderismo:** actividad en la que se realizan recorridos a pie por senderos o veredas en el medio natural, que tiene como fin conocer y disfrutar los valores que este posee como la fauna y flora, el paisaje, la cultura, sus gentes y costumbres...
- **Alquiler de bicicletas:** consiste en desplazarse en bicicleta en el medio natural, a lo largo de caminos bien definidos.
- **Marcha Nocturna y vivaqueo:** la realización de rutas por la noche y pasar toda o parte de ella al raso.
- **Taller de etnobotánica:** conocer la forma en que las plantas son utilizadas por el hombre, así como las técnicas que de ello se derivan hasta integrarlas en su patrimonio cultural.
- **Actividades para los más pequeños:** A cargo de las monitoras, los niños y niñas alojados disfrutarán su estancia en la naturaleza elevando cometas, asistiendo a talleres de pintura y manualidades, conociendo las distintas clases de árboles y animales del bosque, disfrazándose, concursos de carreras de sacos o realizando deportes.

Actividades subcontractadas

- **Paseos a caballo:** Los amantes de este animal tendrán la oportunidad de realizar rutas a caballo controladas por monitores, mientras disfrutarán del bonito paisaje.
- **Escalada:** Consiste en realizar ascensos sobre paredes de gran pendiente utilizando la debida protección de seguridad.
- **Puenting:** Actividad que permite vivir máximas emociones y consiste en lanzarse al vacío desde un puente utilizando como instrumento de sujeción una cuerda elástica atada a los tobillos de la persona.

Es importante destacar que el principal servicio es el alojamiento, siendo los servicios de restauración y las actividades de ocio servicios que añaden valor al alojamiento y que, además, suponen la principal diferenciación con respecto a la competencia. Las demás actividades complementarias son opcionales para los clientes y su precio no está incluido en el precio del alojamiento.

8.2. Precio

En este apartado, como su propio nombre indica, se establecerá el precio de los servicios ofertados por nuestra empresa. En cuanto al alojamiento se definirá el precio por noche, para el servicio de restauración se definirá el precio del menú y también obtendremos el precio de las actividades de ocio.

Se tendrá en cuenta la percepción del cliente, porque la calidad asociada al complejo es un distintivo que caracteriza nuestro servicio y que lo diferencia del resto de alojamientos rurales. Este hecho hace que nuestro servicio esté mejor valorado y que el cliente esté dispuesto a pagar un precio más alto.

También nos vamos a basar en la competencia por la fijación de un precio similar al de la competencia. El precio variará según el número de componentes de los grupos de excursionistas y escolares.

Se implantará una estrategia de precios competitiva, con los precios más ajustados posibles para dar a conocer el “Molí de Paper” y sus servicios.

Una vez establecida la estrategia de precios a seguir, ofreceremos descuentos a los clientes como:

- ✓ **Descuentos por pronto pago:** se valorará que las personas o grupos contraten su estancia con cierta antelación. Dependiendo de la antelación y habiendo hecho un ingreso a cuenta significativo, se estudiará la aplicación de un posible descuento en el importe total de la estancia.
- ✓ **Descuentos por grupos:** Los precios para grupos serán lógicamente diferentes. Se estudiará en función de la demanda.
- ✓ **Descuentos aleatorios:** dependiendo de la época y la ocupación, se puede optar por lanzar ofertas de última hora a buen precio.
- ✓ **Descuentos periódicos:** a lo largo del año y más en el sector turístico, existen periodos mejores, lo que se llama Temporada Alta, y que incluirá los meses típicos de vacaciones y verano, con mejor clima y días más largos como pueden ser junio, julio, agosto y septiembre, y periodos peores como es el resto del año, en los que puede haber buena ocupación en fines de semana, puentes,

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

vacaciones de Navidad o de Semana Santa, pero suele ser escasa en los días entre semana de estos meses, lo que se llama Temporada Baja.

Precio de las actividades de ocio.

En el caso de las actividades realizadas por el personal propio de la empresa y con materiales de la empresa los precios son los que se presentan a continuación:

Tabla 20. Precios de las actividades.

Actividades	Precio Adultos	Precios Niños (hasta 12 años)
Senderismo	8,00 €	5,00 €
Alquiler de bicicletas	10,00 €	6,00 €
Marcha Nocturna y vivaqueo	15,00 €	9,00 €
Taller de etnobotánica	12,00 €	8,00 €
Actividades infantiles		7,00 €

Actividades subcontratadas:

Tabla 21. Precios de las actividades subcontratadas.

Actividades subcontratas	Precio Adultos	Precio Niños (hasta 12 años)
Paseos a caballo	35,00 €	25,00 €
Escalada	30,00 €	20,00 €
Puenting	30,00 €	-

Tarifas de las habitaciones:

Tabla 22. Tarifas de las habitaciones.

	Temporada Baja	Temporada Alta
Grupos 5 personas	25 €/persona	30 €/persona
Individual	30 €/persona	40 €/persona
Grupos escolares	20 €/persona	25 €/persona
Grupos de 10 personas o más	10€/persona	15 €/persona

8.3. Distribución

Llegados a este punto del marketing mix de nuestro servicio, se describirá el conjunto de acciones que realizaremos para hacer llegar el producto a los consumidores. Existen diversas cuestiones a tratar, por una parte está la distribución del servicio y la entrega de éste y por otra la administración de la demanda y la capacidad del complejo.

Una vez explicado en que va a consistir el producto o servicio, lo ponemos a disposición de los consumidores con todos los servicios que lo integran. Como se trata de un servicio, no hablamos de un producto físico, por lo que coincide el momento de la venta con la prestación de servicios.

Existen distintos tipos de canales de distribución como son: directos e indirectos. Con esto hacemos llegar al cliente toda la información disponible.

- ✓ **Distribución directa:** Es aquella que se realiza sin necesidad de intermediarios, es decir, se hace entre el cliente y el prestatario del servicio. Este tipo de distribución se realizará a través de la página web, redes sociales o de forma telefónica.
- ✓ **Distribución indirecta:** Es aquella en la que entran en acción algún tipo de intermediario entre el productor y el cliente. Los intermediarios pueden ser: agencias de viajes, el ayuntamiento, y el mismo establecimiento rural. Estos cumplen con la misión de informar al consumidor de todos los servicios que ofrecemos.

Otros intermediarios que se van a considerar son los centros de información turística de la comarca, principalmente la oficina de turismo de Ibi, así como a través de algunas asociaciones de turismo existentes: ASETUR (Asociación Española de Turismo Rural), FEVALTUR (Federación Valenciana del Turismo Rural), Asociación de casas rurales de la Comunidad Valenciana,...

8.4. Promoción y comunicación

El objetivo inicial de la promoción de la empresa es emplear la comunicación para informar a los potenciales clientes de la existencia de la empresa en el mercado y mostrarles el tipo de servicios y actividades pueden llevarse a cabo en el complejo. En fases posteriores, y si la marcha de la empresa es favorable, los objetivos de la comunicación serán distintos y la empresa se planteará nuevos objetivos a conseguir a través de la comunicación, como persuadir a los clientes para que se decanten por nuestra oferta.

Como el objetivo inicial es el de dar a conocer la existencia de la empresa en el mercado los mensajes a transmitir a través de las acciones que se detallan a continuación son los siguientes:

- ✓ Calidad del servicio prestado: haciendo especial hincapié en el trato personalizado y los servicios extra ofrecidos: sala multiusos, conexión a internet wifi, actividades de ocio,...
- ✓ Respeto al medioambiente y a los recursos de la zona.
- ✓ Importancia de disfrutar de la experiencia como tal: descanso y conocimiento del mundo rural.
- ✓ Facilidad de reserva, a través de internet o mediante una llamada telefónica.
- ✓ Ofertas especiales, tanto para el inicio de la actividad como para evitar la estacionalidad y animar a los clientes a que visiten el complejo en temporada baja.

En cuanto a la publicidad, la mejor forma de publicidad en este sector es a través de internet, medio que ha tenido un crecimiento destacado en los últimos años y el cual es cada vez más importante, siendo actualmente el medio que mayor

efectividad presenta. A continuación se detallan las acciones que se llevarán a cabo en dicho medio:

- ✓ **Página web propia:** la empresa dispondrá de una página web propia donde se podrá ver claramente cuáles son los servicios ofrecidos, imágenes y características de nuestras instalaciones, precios,... tanto en inglés como en español y a través de la cual podrá gestionar directamente su reserva on-line.
- ✓ **Perfil en las principales redes sociales:** se contratarán los servicios de una empresa especializada para la creación y gestión de los perfiles necesarios en las principales redes sociales: facebook, twitter, linkedin,...
- ✓ **Portales especializados:** la empresa se publicitará en los portales específicos de turismo rural más conocidos y visitados por nuestros potenciales clientes como son:
 - www.toprural.com
 - www.guiasrurales.com
 - www.casaturismorural.com
 - www.escapadarural.com
 - www.espaciorural.com
 - www.saludyturismorural.com
 - www.alorustico.com
 - www.zonasrurales.com
 - www.brujulea.net
 - www.rurismo.com
 - www.clubrural.com
 - www.atlasrural.com
 - www.ecoturismorural.com
 - www.encantorural.com
 - www.directoriorural.com

Se toma la decisión final de publicitarse inicialmente en todos aquellos portales que se han mencionado en el listado anterior y son gratuitos (escapada rural, salud y turismo rural, a lo rustico, zonas rurales, brujulea y directorio rural).

- ✓ **Guías de casas rurales:** aparición en las principales guías del sector como.
 - Parajes con encanto
 - Pequeños pueblos con encanto
 - 101- Eco rutas de fin de semana
 - 52 fines de semana rurales, pueblos pintorescos con sabor
 - Guía de alojamiento en casas rurales de España
 - Lo mejor del turismo rural
 - 100 alojamientos escogidos en el campo.
- ✓ **Folletos informativos:** se considera también la importancia de la realización de folletos informativos propios del complejo, así como la folletos en colaboración con el ayuntamiento y otros comercios de la zona en la promoción del desarrollo turístico de la región de modo que esto contribuya a una mayor publicidad a la empresa.
- ✓ **Anuncios en revistas y periódicos** editados en las localidades más próximas dentro de la comarca.

9. Plan Financiero

Después de haber realizado el plan de marketing, pasamos al plan Financiero en el cual definiremos las cuatro estrategias que lo componen, las cuales nos ayudaran a definir correctamente nuestro plan financiero y a saber si el proyecto propuesto es factible o no.

9.1. Estrategia de producto:

En este apartado hablamos de los costes y ventas que se esperan tener a lo largo del año. Para ello, se establecen una serie de productos para seguir un orden a la hora de obtener los ingresos y los costes de cada uno. Los clasificamos de la siguiente manera:

9.1.1. Alojamiento.

Los servicios que ofrecemos son: limpieza, catering y recepción. Estos servicios, los contratamos mediante una empresa externa.

En el alojamiento, proponemos una serie de servicios para poder saber el coste que nos supondrá este producto para nosotros. Estos servicios son contratados por una empresa externa. En este caso para obtener el coste de cada servicio, hacemos una pequeña estimación para tener una referencia de cuantas personas pueden acudir en un mes a nuestro negocio. En las tablas que se muestran a continuación, observamos una pequeña estimación de los costes e ingresos que podemos obtener a la semana. En la estimación nos basamos en un número de personas las cuales creemos que son las que pueden asistir en un mes. En este caso, la estimación de las personas que esperamos tener durante 1 mes, es de 120 personas aproximadamente.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

Las actividades las hemos dividido en dos clases de personas, una son para adultos y otras son para niños.

Tabla 23. Coste de los servicios del alojamiento

SERVICIOS	COSTE
LIMPIEZA	1.200,00 €
CATERING	1.000,00 €
RECEPCION	800,00 €
TOTAL	3.000,00 €

Tabla 24. Ingresos totales de temporada baja.

TEMPORADA BAJA	CANT. PERSONAS	DIAS	PRECIO	TOTAL
GRUPOS DE 5 PERSONAS	20	2	25,00 €	1.000,00 €
INDIVIDUAL	20	3	30,00 €	1.800,00 €
GRUPOS ESCOLARES	40	2	20,00 €	1.600,00 €
GRUPOS 10 PERSONAS O MAS	40	3	10,00 €	1.200,00 €
TOTAL INGRESOS				5.600,00 €

Tabla 25. Ingresos totales de temporada baja.

TEMPORADA ALTA	CANT. PERSONAS	DIAS	PRECIO	TOTAL
GRUPOS DE 5 PERSONAS	20	3	30,00 €	1.800,00 €
INDIVIDUAL	50	4	40,00 €	8.000,00 €
GRUPOS ESCOLARES	50	4	25,00 €	5.000,00 €
GRUPOS 10 PERSONAS O MAS	40	3	15,00 €	1.800,00 €
TOTAL INGRESOS				16.600,00 €

9.1.2. Restaurante.

En el restaurante, proponemos una serie de servicios para poder saber el coste que nos supondrá este producto para nosotros. Estos servicios son contratados por una empresa externa. En los cuadros que se muestran a continuación, observamos una pequeña estimación de los costes e ingresos que podemos obtener a la semana. En la estimación nos basamos en un número de personas las cuales creemos que son las que pueden asistir en un mes. En este caso del restaurante, estimamos unas 120 personas.

Tabla 26. Costes totales de los servicios del restaurante.

SERVICIOS	COSTE
CATERING	1.000,00 €
OTRAS CONSUMICIONES	780,00 €
TOTAL	1.780,00 €

Tabla 27. Ingresos totales del restaurante.

PERSONAS	PRECIO	TOTAL
120	8,00 €	960,00 €
TOTAL INGRESOS		960,00 €

9.1.3. Museo.

En el museo, proponemos una serie de servicios para poder saber el coste que nos supondrá este producto para nosotros. Estos servicios son contratados por una empresa externa. En los cuadros que se muestran a continuación, observamos una pequeña estimación de los costes e ingresos que podemos obtener a la semana. En la estimación nos basamos en un número de personas las cuales creemos que son las que pueden asistir en un mes. En este caso del museo, estimamos unas 120 personas.

Tabla 28. Costes totales de los servicios del museo.

SERVICIOS	COSTE
LIMPIEZA	800,00 €
PERSONAL	1.000,00 €
TOTAL	1.800,00 €

Tabla 29. Ingresos totales del museo.

TIPOS DE ENTRADA	CANT. PERSONAS	DIAS	PRECIO	TOTAL
ENTRADA GENERAL	5	2	7,00 €	70,00 €
ENTRADA REDUCIDA	20	3	4,00 €	240,00 €
VISITA GUIADA GENERAL	10	2	12,00 €	240,00 €
VISITA GUIADA REDUCIDA	30	4	8,00 €	960,00 €
GRUPOS DE 5 PERSONAS	15	3	3,00 €	135,00 €
GRUPOS DE 10 PERONAS O MAS	40	4	2,00 €	320,00 €
TOTAL INGRESOS				1.965,00 €

9.1.4. Excursiones.

En las excursiones, proponemos una serie de servicios para poder saber el coste que nos supondrá este producto para nosotros. En este caso para obtener el coste de cada servicio, hemos hecho el 40% de los ingresos de cada actividad propuesta y subcontratada. En los cuadros que se muestran a continuación, observamos una pequeña estimación de los costes e ingresos que podemos obtener a la semana. En la estimación nos basamos en un número de personas las cuales creemos que son las que pueden asistir en un mes. En este caso, la estimación de las excursiones de las personas que esperamos tener durante 1 mes, es de 180 personas.

Las actividades las hemos dividido en dos clases de personas, unas son para adultos y otras son para niños.

Tabla 30. Costes totales de los servicios de las excursiones.

SERVICIOS	COSTE
ACTIVIDADES NORMALES	956,00 €
ACTIVIDADES SUBCONTRATADAS	4.125,00 €
TOTAL	5.081,00 €

Actividades propuestas

Tabla 31. Ingresos totales de las actividades para adultos.

ACTIVIDADES	ADULTOS			
	CANT. PERSONAS	DIAS	PRECIO	TOTAL
SENDERISMO	15	3	8,00 €	360,00 €
ALQUILER BICICLETAS	5	2	10,00 €	100,00 €
MARCHA NOCTURNA	15	4	15,00 €	900,00 €
TALLERES	5	2	12,00 €	120,00 €
		TOTAL INGRESOS		1.480,00 €

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

Tabla 32. Ingresos totales de las actividades para niños.

ACTIVIDADES	NIÑOS			
	CANT. PERSONAS	DIAS	PRECIO	TOTAL
SENDERISMO	5	2	5,00 €	50,00 €
ALQUILER BICICLETAS	5	2	6,00 €	60,00 €
MARCHA NOCTURNA	15	3	9,00 €	405,00 €
TALLERES	5	2	8,00 €	80,00 €
ACTIVIDADES INFANTILES	15	3	7,00 €	315,00 €
TOTAL INGRESOS				910,00 €

Actividades subcontratadas

Tabla 33. Ingresos totales de las actividades subcontratadas para adultos.

ACTIVIDADES SUBCONT.	ADULTOS			
	CANT. PERSONAS	DIAS	PRECIO	TOTAL
PASEOS A CABALLO	15	4	35,00 €	2.100,00 €
ESCALADA	15	3	30,00 €	1.350,00 €
PUENTING	15	4	30,00 €	1.800,00 €
TOTAL INGRESOS				5.250,00 €

Tabla 34. Ingresos totales de las actividades subcontratadas para niños.

ACTIVIDADES SUBCONT.	NIÑOS			
	CANT. PERSONAS	DIAS	PRECIO	TOTAL
PASEOS A CABALLO	22,5	5	25	2.812,50 €
ESCALADA	22,5	5	20	2.250,00 €
TOTAL INGRESOS				5.062,50 €

9.2. Estrategia de capital:

En esta estrategia incluimos las inversiones que vamos a realizar y cómo vamos a financiarnos.

- a) Una de las inversiones más importantes que tenemos que realizar es la de la remodelación del Molí de Paper.
- b) El tipo de financiación será mediante subvenciones y ayudas.
 - i) Apoyo a la prestación de servicios turísticos, nos conceden una ayuda hasta un máximo de 40.000€ para la contratación de guías turísticos.
 - ii) Convocatoria de concesión de ayudas de la Fundación Biodiversidad, en régimen de concurrencia competitiva, para la realización de actividades en el ámbito de la biodiversidad terrestre, biodiversidad marina y litoral 2017.
LÍNEAS DE ACTUACIÓN DOTACIÓN MÁXIMA Biodiversidad terrestre.
800.000,00€.
 - iii) TECE - Programa de ayudas a la rehabilitación edificatoria. Convocatoria 2017, nos conceden una ayuda de un máximo de 12.100 € por ser un edificio declarado bien de interés cultural.

9.3. Estrategia financiera:

En este apartado, explicamos cómo amortizar el inmovilizado material o intangible, y tomamos la decisión de cómo vamos a repartir los beneficios. En este caso los beneficios se repartirán en forma de dividendos.

- c) El edificio y las construcciones se amortizarán durante 68 años con un coeficiente lineal del 3%.
- d) Instalaciones, mobiliario, enseres y resto del inmovilizado material se amortizará durante 20 años con un coeficiente del 10%.
- e) Equipos informáticos se amortizarán a 10 años con un coeficiente del 26%

9.4. Estrategia a corto plazo:

En esta estrategia, decidimos las condiciones de pago con los clientes y los proveedores.

- f) El cobro de los clientes se realizará al contado o mediante tarjeta de crédito.
- g) El pago a proveedores se realizará a 30, 60 o 90 días dependiendo de las condiciones que nos ofrezcan.

9.5. Plan financiero

En los apartados anteriores, se han establecido unas estrategias para poder poner en marcha el inicio del plan financiero. En este apartado se explica con más detalle mediante tablas y gráficos los resultados que hemos obtenido introduciendo los datos propuestos de las estrategias.

A la hora de realizar el plan financiero, se han planteado tres posibles escenarios:

- Escenario base.
- Escenario pesimista.
- Escenario optimista.

En el cual se han establecido unas variables para tener en cuenta tanto el peor escenario como uno mejor.

9.5.1. Escenarios

Un escenario Pesimista quiere decir, contempla un deterioro de la situación actual pero sin llegar a una situación caótica. Es el escenario que se encuentra en medio del escenario tendencial y el escenario catastrófico o aquella situación que empeora dramática y aceleradamente un sistema a causa de factores desestabilizantes, inesperados y descontrolados.

Un escenario Optimista: se ubica entre el escenario tendencial y el escenario ideal o más deseable. Este escenario contempla cambios razonables y positivos que no rayan en una ambición desmesurada, basada más en los deseos que en los fundamentos que conllevan los hechos y los datos. Plantea acciones viables que distinguen aquello que puede lograrse en el corto, mediano y largo plazo.

Con esta tabla que se muestra a continuación, vemos las condiciones que hemos establecido para los tres escenarios planteados.

Tabla 35. Cuadro resumen de los escenarios.

		Pesimista	Base	Optimista
Inversión	100,0%	110,0%	100,0%	100,0%
Volumen de Actividad	100,0%	95,0%	100,0%	105,0%
Precio	100,0%	110,0%	100,0%	110,0%
Costes Variables	100,0%	105,0%	100,0%	95,0%
Costes Fijos	100,0%	105,0%	100,0%	95,0%
Costes Financieros	100,0%	102,0%	100,0%	98,0%
Crecimiento	100,0%	95,0%	100,0%	105,0%

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

A continuación se mostraran las tablas donde se reflejan los datos obtenidos después de haber realizado el plan financiero.

9.5.2. Cuenta de resultados

Tabla 36. Cuenta de resultados. Escenario base.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Ingresos de Explotación	180.055	190.066	201.419	214.662	230.414	242.503	256.583
Costes Variables	69.253	73.104	77.106	82.176	87.956	93.060	98.692
Margen Bruto	110.802	116.963	124.313	132.486	142.458	149.442	157.891
Costes Fijos	68.381	69.001	70.036	71.086	72.153	73.235	74.333
Amortización	28.882	31.149	31.149	30.973	30.005	30.005	30.005
BAIT	13.539	16.813	23.128	30.427	40.300	46.202	53.552
Imputación de Subvención	8.149	8.149	0	0	0	0	0
Gastos Financieros	9.665	7.971	6.057	3.763	1.885	1.644	1.500
Ingresos Financieros	0	0	0	0	176	731	1.341
BAT	12.023	16.991	17.071	26.664	38.592	45.290	53.393
Base Imponible	12.023	16.991	17.071	26.664	38.592	45.290	53.393
Impuestos	3.607	5.097	5.121	7.999	11.578	13.587	16.018
BDT	8.416	11.894	11.950	18.665	27.014	31.703	37.375
Dividendos		842	1.189	1.195	1.866	2.701	3.170
Beneficio Retenido	8.416	11.052	10.760	17.470	25.148	29.002	34.205
Tasa Impositiva Efectiva	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%	30,00%

Observando los resultados obtenidos, vemos que todos los años es positivo, es decir, no tenemos problemas. Los dos primeros años es cuando disponemos de la subvención que nos concedan, este es el motivo de que esos años sean más elevados. En los siguientes años al no disponer de la subvención seguimos con los mismos resultados positivos.

9.5.3. Balance:

Tabla 37. Balance, cuenta de Activo. Escenario base.

	dic-17	dic-18	dic-19	dic-20	dic-21	dic-22	dic-23	dic-24
Inmovilizado Material	32.450	472.450	472.450	472.450	472.450	472.450	472.450	472.450
(Amortización Acumulada I.M)	0	28.882	60.031	91.180	122.153	152.158	182.163	212.168
Inmovilizado Intangible	0	0	0	0	0	0	0	0
(Amortización Acumulada I.IN)	0	0	0	0	0	0	0	0
Activo No Corriente	32.450	443.568	412.419	381.270	350.297	320.292	290.287	260.282
Existencias de Materia Prima	0	0	0	0	0	0	0	0
Existencias de Producto Terminado	0	0	0	0	0	0	0	0
Cuentas a Cobrar	0	18.006	19.007	20.142	21.466	23.041	24.250	25.658
Hacienda Deudora por IVA	6.815	0	0	0	0	0	0	0
Tesorería Operativa	1.080	1.781	1.838	1.895	1.966	2.044	2.115	2.449
Activo Corriente	7.894	19.786	20.845	22.037	23.432	25.085	26.366	28.108
Excedente de Tesorería	400	0	0	0	0	41.919	99.803	163.048
TOTAL ACTIVO	40.744	463.354	433.263	403.307	373.729	387.296	416.455	451.437

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

Tabla 38. Balance, cuenta de Pasivo. Escenario base.

Capital	20.373	251.090	251.090	251.090	251.090	251.090	251.090	251.090
Reservas	0	8.416	19.468	30.229	47.698	72.846	101.848	136.053
Recursos Propios	20.373	259.506	270.558	281.319	298.788	323.936	352.938	387.143
Subvención	16.298	8.149	0	0	0	0	0	0
Patrimonio Neto	36.671	267.655	270.558	281.319	298.788	323.936	352.938	387.143
Deuda a Largo	4.074	2.770	1.412	0	0	0	0	0
Otra Deuda	0	176.114	142.180	101.955	50.957	34.538	31.665	28.839
Pasivo No Corriente	4.074	178.883	143.592	101.955	50.957	34.538	31.665	28.839
Hacienda Acreedora por IVA	0	3.355	3.613	3.926	4.276	4.709	5.004	5.366
Cuentas a Pagar	0	7.810	8.244	8.734	9.308	9.973	10.546	11.206
Hacienda Acreedora	0	3.607	5.097	5.121	7.999	11.578	13.587	16.018
Otras Cuentas a Pagar	0	2.044	2.158	2.252	2.400	2.562	2.715	2.865
Pasivo Corriente	0	16.816	19.112	20.033	23.984	28.822	31.852	35.455
TOTAL PATRIMONIO NETO Y PASIVO	40.744	463.354	433.263	403.307	373.729	387.296	416.455	451.437

Observando el balance previsional, vemos que tanto el Activo como el Pasivo de las cuentas están cuadradas y no se observa ningún problema.

9.5.4. Tesorería:

Tabla 39. Tesorería. Escenario base.

	dic 2017	dic 2018	dic 2019	dic 2020	dic 2021	dic 2022	dic 2023	dic 2024
Cobros Operativos	0	162.050	189.065	200.284	213.338	228.838	241.294	255.175
Cobros de Ventas		162.050	189.065	200.284	213.338	228.838	241.294	255.175
Pagos Operativos	1.080	128.482	145.220	151.713	157.732	167.358	177.219	186.136
Materiales	0	41.000	51.090	54.097	57.601	61.667	65.342	69.378
Otros de Explotación y Comercialización		18.399	21.466	22.426	23.852	25.461	26.993	28.504
Costes Fijos		68.381	69.001	70.036	71.086	72.153	73.235	74.333
Variaciones en Caja Operativa	1.080	701	57	57	71	78	72	334
Impuestos			3.607	5.097	5.121	7.999	11.578	13.587
CASH FLOW OPERATIVO	-1.080	33.568	43.845	48.571	55.606	61.480	64.075	69.039

No se observa ningún problema de déficit de tesorería. Vemos que todos los años es positiva, por lo que esto deberíamos tenerlo en cuenta para reinvertir en los próximos años.

9.5.5. Ratios

Para analizar las cuentas, también hemos realizado una serie de ratios en los cuales analizamos la liquidez, el circulante...Estos ratios se muestran a continuación y podemos ver que no tenemos ningún problema de circulante, liquidez, solvencia...y a la vez vemos que tanto la rentabilidad económica y financiera son positivas. Lo cual decimos que se puede llevar a cabo este proyecto, es decir, la inversión es viable.

Tabla 40. Ratios. Escenario base.

	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024
Rotación activos fijos	0,757	0,444	0,508	0,587	0,687	0,794	0,932
Rotación activo circulante	13,01	9,36	9,39	9,44	9,50	9,43	9,42
Ratio de circulante	1,65	1,13	1,10	1,03	0,92	0,85	0,81
Prueba del ácido	1,65	1,13	1,10	1,03	0,92	0,85	0,81
Punto de equilibrio	87,78%	85,63%	81,40%	77,03%	71,71%	69,08%	66,08%
Apalancamiento operativo	8,18	6,96	5,38	4,35	3,53	3,23	2,95
Ratio de apalancamiento	36,3%	36,0%	29,4%	19,7%	11,2%	8,2%	7,0%
Ratio de cobertura de intereses	1,40	2,11	3,82	8,09	21,38	28,11	35,71
Margen Operativo Bruto	7,5%	8,8%	11,5%	14,2%	17,5%	19,1%	20,9%
Rentabilidad Económica	5,4%	3,8%	5,5%	7,8%	10,6%	11,5%	12,3%
Rentabilidad Financiera	5,5%	4,4%	4,3%	6,4%	8,7%	9,4%	10,1%
Margen Neto	4,7%	6,3%	5,9%	8,7%	11,7%	13,1%	14,6%
Rotación de Activos	0,71	0,42	0,48	0,55	0,61	0,60	0,59
Multiplicador de Patrimonio Neto	1,66	1,67	1,52	1,34	1,22	1,19	1,17

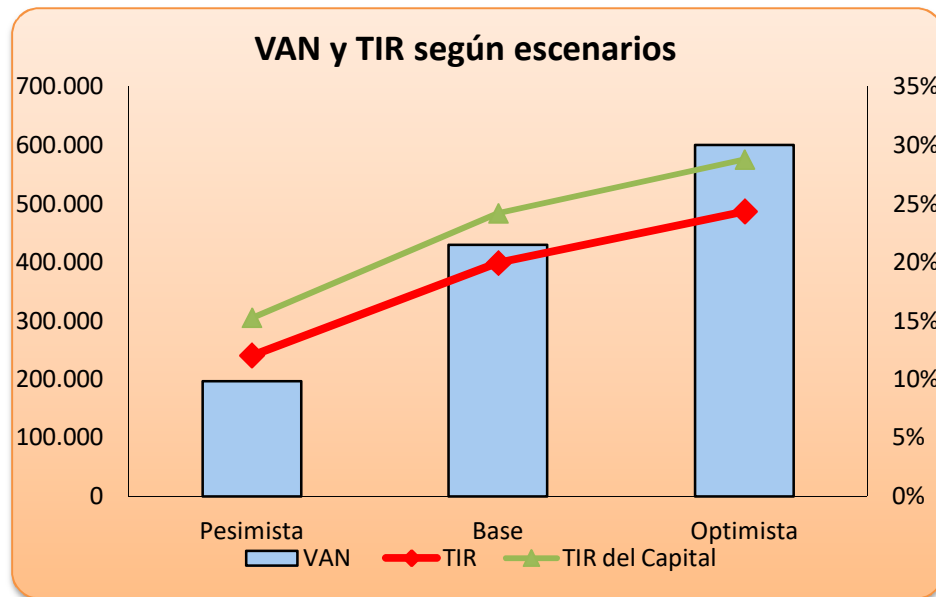


Fig. 10. Escenarios VAN y TIR.

El **VAN** se define como el valor actual neto de la suma de todos los flujos netos de caja generados durante los años que tiene lugar la inversión, actualizados al momento inicial, mediante una tasa de actualización k . Si el VAN es positivo, determinará que el proyecto permitirá recuperar el capital invertido y obtener beneficios.

La **TIR** se define como la tasa de actualización que hace cero el VAN. Proporciona una medida de la rentabilidad relativa bruta anual por unidad monetaria invertida en el proyecto. Por tanto, permite determinar si una inversión es viable. Será viable la inversión que tenga una TIR mayor que el coste de financiación de los capitales invertidos en el proyecto.

Observando la gráfica, podemos ver que el proyecto es viable. Es decir, los tres escenarios propuestos nos dan resultados positivos. Por lo tanto vemos que la TIR es superior al coste que tiene y por tanto serían viables los tres escenarios.

10. Conclusiones

Este proyecto consiste en la remodelación del Molí de Paper situado en la localidad de IBI. Se han establecido unas propuestas de negocio para sacarle partido al edificio, ya que está declarado bien de interés cultural y su situación es caótica. Las propuestas consisten en :

1. Realización de un albergue para excursionistas y escolares.
2. Traslado del museo de la biodiversidad.
3. Actividades y servicios complementarios a las dos anteriores.

Estas propuestas consisten en ofrecer una serie de servicios y actividades enfocadas a la naturaleza. De estas tres propuestas se realizará un estudio el cual determinará la viabilidad de las mismas.

Para ello, se ha realizado un estudio del análisis externo e interno. En el análisis externo, analizamos el macroentorno y microentorno de la empresa. Dicho análisis se ha realizado con la ayuda de herramientas como: análisis PEST, las 5 fuerzas de Porter, análisis DAFO, análisis CAME. Dichos análisis se explican la situación en la que se encuentra el sector al que se hace referencia en este proyecto. Con la ayuda de estos análisis, se han establecido una serie de estrategias para poder definir mejor como enfocar este proyecto al público.

El plan financiero va a establecer la viabilidad o no del plan estratégico, desde el punto de vista financiero. En cuanto al análisis financiero, se ha propuesto una serie de estrategias para poder estudiar mejor la viabilidad del proyecto. Todo esto se llevará cabo mediante unos escenarios propuestos, los cuales nos indicarán la viabilidad positiva o negativa del proyecto mediante la información de la que disponemos. En este caso, los resultados obtenidos han sido positivos y podemos decir que el proyecto es viable y se puede llevar a cabo.

Como se ha mencionado al principio de este apartado, las propuestas establecidas, al obtener resultados positivos, podemos decir, que son viables las tres propuestas. Realizando la combinación del albergue junto con el museo de la biodiversidad. Pero teniendo en cuenta la supeditación de su realización a la concesión de las ayudas y subvenciones que se han comentado y siendo conscientes de que la no concesión implicaría una revisión del proyecto para estudiar alternativas de financiación.

11. Bibliografía

A continuación se detalla la bibliografía utilizada para la realización de este trabajo, tanto libros, documentos en línea y otras consultas realizadas en internet.

Libro:

Capo i Vicedo, Josep (2014). Estrategia y diseño de la organización. (Apuntes)

Consulta de internet:

<http://www.radioibi.com/noticia.asp?idnoticia=106067>. Consulta el día 02/02/2017.

<http://www.diarioinformacion.com/alcoy/2016/09/12/ibi-ultima-compra-antiguo-moli/1804600.html>. Consulta el día 02/02/2017.

<http://elblogdeibi.blogspot.com.es/2010/01/nostalgia-ibense-3-el-moli-de-paper-el.html>. Consulta el día 02/02/2017.

<https://saginoso.wordpress.com/category/moli-de-paper-barranc-dels-molins/>.

Consulta el día 02/02/2017.

<http://www.ibi.es/noticia.asp?idnoticia=182727>. Consulta el día 04/02/2017.

<http://intercomarcal.com/noticias/Ibi/proc%C3%A9s-participatiu-sobre-el-mol%C3%AD-de-paper-d-ibi/76107.html>. Consulta el día 03/03/2017.

http://www.gva.es/es/inicio/procedimientos?id_proc=17964. Consulta el día 09/03/2017.

<http://www.mapama.gob.es/es/ministerio/servicios/ayudas-subvenciones/detalle.asp?ayuda=8118>.

Consulta el día 08/03/2017.

<http://www.nomasiva.com/nomasiva/la-evolucion-del-iva-en-espana/>. Consulta el día 09/03/2017.

<http://www.mecd.gob.es/cultura-mecd/areas-cultura/patrimonio/bienes-culturales-protegidos/niveles-de-proteccion/introduccion.html>. Consulta el día 04/04/2017.

<http://www.planrural.com/blog/legislacion-rural/>. Consulta el día 04/05/2017.

http://noticias.juridicas.com/base_datos/CCAA/ca-d159-2012.html. Consulta el día 05/05/2017.

http://www.turisme.gva.es/opencms/opencms/turisme/es/contents/conselleria/ley_turismo/ley_turismo.html. Consulta el día 05/05/2017.

Estudio de alternativas para la remodelación del “Molí de Paper”

http://www.dogv.gva.es/portal/ficha_disposicion.jsp?id=26&sig=006923/2014&L=1&url_lista. Consulta el día 06/04/2017.

<http://fundacion-biodiversidad.es/es/convocatorias/convocatorias-de-ayudas/convocatoria-de-ayudas-2017>. Consulta el día 10/04/2017.

http://fundacion-biodiversidad.es/sites/default/files/multimedia/archivos/convocatoria_general_2017_0.pdf. Consulta el día 11/05/2017.

http://www.gva.es/es/web/portal/inicio/procedimientos?id_proc=18062. Consulta el día 05/05/2017.

https://www.hosteltur.com/114475_turismo-rural-cierra-2015-su-segundo-ano-crecimiento-doble-digito.html. Consulta el día 06/04/2017.

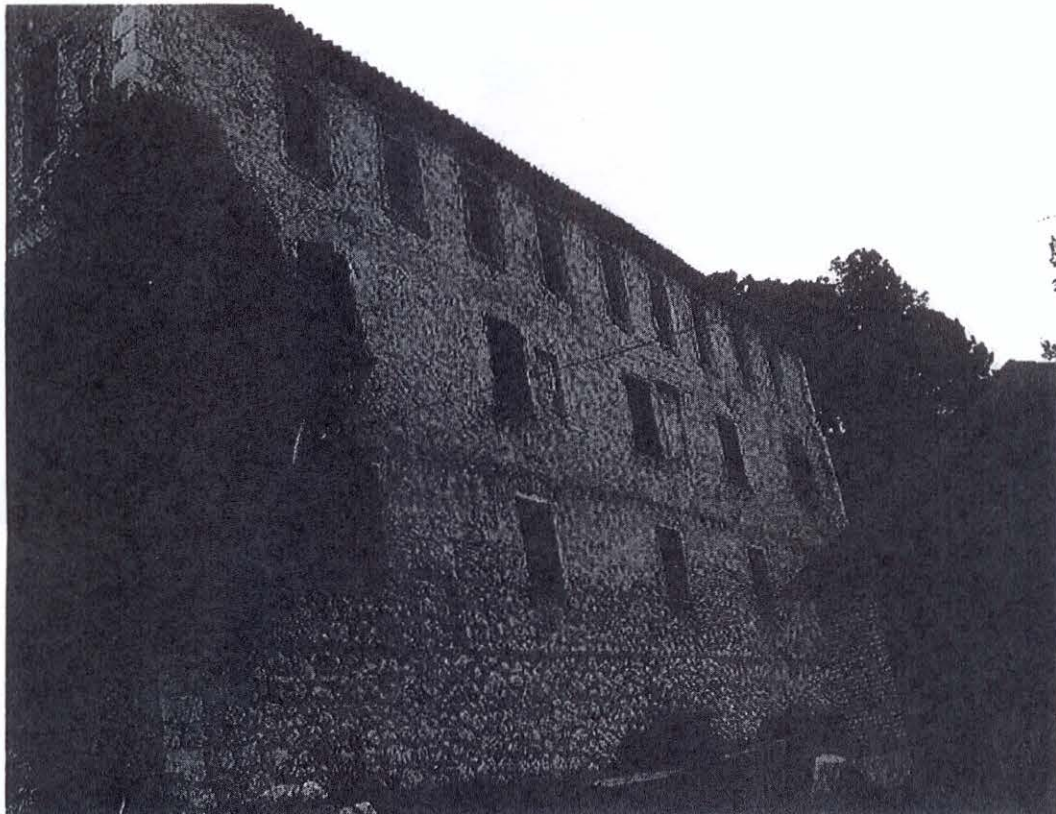
<http://www.alejandrogomezblog.com/el-turismo-rural-ha-recuperado-alegria-de-hace-5-anos/>. Consulta el día 20/05/2017.

<http://blog.toprural.com/estudio-internacional-de-turismo-rural-en-espana/>. Consulta el día 23/05/2017.

12. Anexo

VALORACIÓN DE "MOLINO DE PAPEL"

*POLÍGONO 2 – PARCELA 27 (R.C. 03079A002000270000KS y
0006009YH1705N0001BR)*



FERNANDO CERVANTES GARCÍA
ARQUITECTO

ÍNDICE

- 1 ANTECEDENTES
 - 1.1 Redactor del informe
 - 1.2 Autor del encargo
- 2 OBJETO DEL TRABAJO
- 3 IDENTIFICACIÓN Y LOCALIZACIÓN DE LA PARCELA
 - 3.1 Localidad y entorno
 - 3.2 Descripción de la parcela y el inmueble
 - 3.3 Condiciones de la edificación según el PGOU
- 4 DOCUMENTACIÓN CONSULTADA
- 5 PROCEDIMIENTO PARA LA ADQUISICIÓN DEL BIEN
- 6 CUESTIONES PREVIAS A LA VALORACIÓN
- 7 MÉTODO DE VALORACIÓN. CRITERIOS Y REQUISITOS
 - 7.1 Clasificación del suelo
 - 7.2 Método de valoración
- 8 APLICACIÓN DEL MÉTODO COSTE DE REPOSICIÓN
 - 8.1 Características de la edificación
 - 8.2 Parámetros de cálculo
 - 8.3 Valoración del inmueble
 - 8.4 Valoración del suelo
 - 8.5 Valor total de la tasación
 - 8.6 Necesidad o conveniencia de la adquisición
- 9 CONCLUSIONES
- 10 ANEXOS

1 ANTECEDENTES

1.1 Redactor del informe

El presente informe es redactado por D. FERNANDO CERVANTES GARCÍA, ARQUITECTO colegiado nº 7.340 en el Colegio Oficial de Arquitectos de la Comunidad Valenciana, demarcación de Alicante; con N.I.F. número 23.003.440-J y domicilio en C/ José Ramón Pomares, 10 – Esc. 1 – 5ºB de Alicante (C.P. 03008).

1.2 Autor del encargo

Se redacta el presente trabajo por encargo del Excelentísimo Ayuntamiento de Ibi, con C.I.F. número P-0307900-A y domicilio en calle Les Eres, 63 de Ibi (C.P. 03440).

2 OBJETO DEL TRABAJO

El objeto del presente informe es valorar el precio de mercado del inmueble denominado "Molino de Papel" que se sitúa en la parcela 27 del polígono 2 de Ibi, comprobar la no concurrencia de estado ruinoso y además justificar la necesidad o conveniencia de la adquisición, de manera que dicho documento sirva como base para la adquisición del inmueble a título oneroso.

3 IDENTIFICACIÓN Y LOCALIZACIÓN DE LA PARCELA

3.1 Localidad y entorno

Ibi es un municipio de la Comunidad Valenciana, situado en la comarca de Alcoià, a los pies del monte Teixereta entre los cerros de Santa Lucía y San Miguel, coronado por sendas ermitas. Enclavado en la comarca natural de la Hoya de Castalla (Foia de Castalla) limita: al Norte por la Sierra de Onil y Biscoy; al Sur por la Sierra del Maigmó; al Este por la Sierra del Cuartel y Peñarroya y al Oeste por la Sierra de la Algueña y del Reconco. La población tiene una extensión de 61,36 Km² y cuenta con 23.321 habitantes (INE 2015). Coordenadas Latitud 38°38'0", Longitud 0°34'0" y UTM 711814 4278969.2 Huso30.

El término municipal de Ibi limita al norte con Alcoy, al sur con Jijona, al oeste con Alcoy y Jijona y al este con Onil y Castalla. Su acceso más directo es a través de la autovía A-7.

La altura con respecto al nivel del mar es de aproximadamente 816 metros, siendo uno de los pueblos más altos de la provincia.

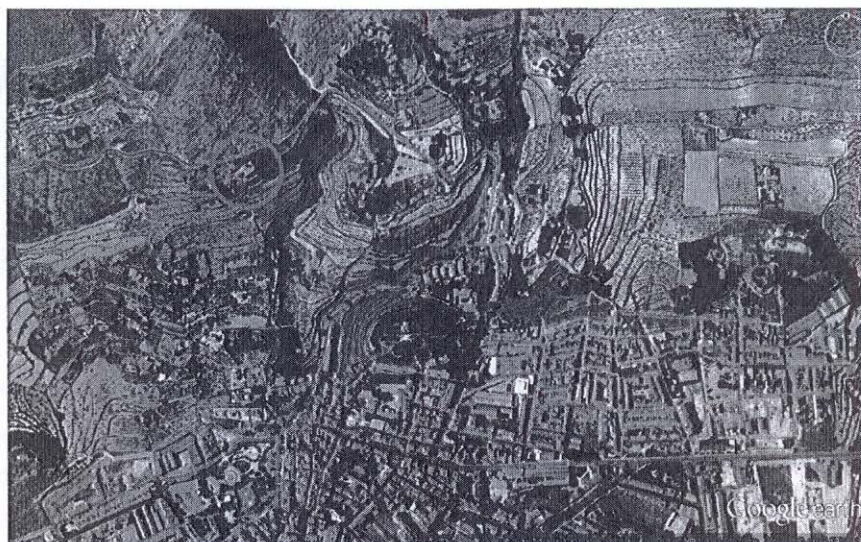
Es conocido como la Cuna del Helado y el Valle del Juguete, por su tradición heladera y juguetera. Aunque en Ibi es imprescindible destacar el papel que los Procesos Industriales tales como matricería, inyección de plásticos, tratamiento y recubrimiento de metales, elaboración de productos metálicos, artes gráficas, etc. tienen en la estructura productiva, puesto que es la que da trabajo a la mayor parte de la población y atrae a otros trabajadores del entorno.



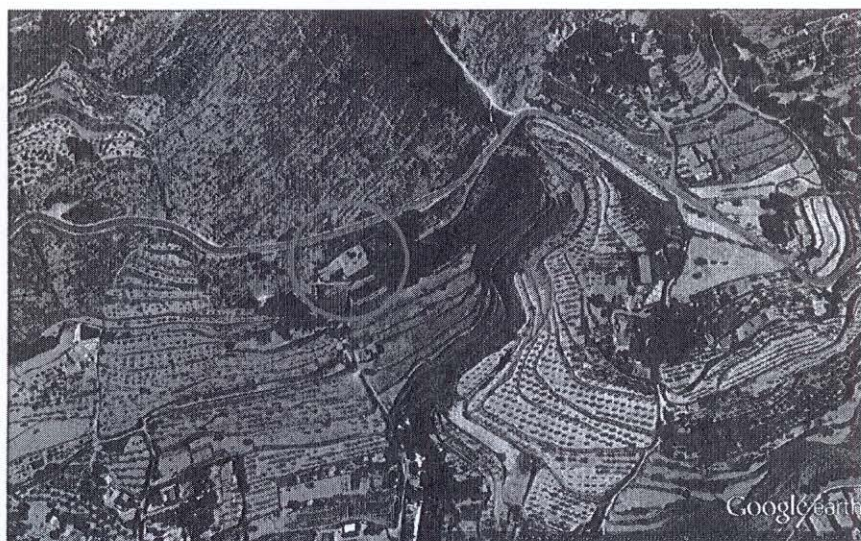
Fotografía aérea del casco urbano de Ibi

3.2 Descripción de la parcela y el inmueble

La parcela de terreno se encuentra situada al norte del casco urbano, ya en suelo no urbanizable, situado en lo alto del cerro desde él se tiene una impresionante vista del valle. Estando catalogada la edificación principal y los pequeños pinares junto a la misma, con un Nivel de Protección Parcial (Ficha N° 38 del Catálogo de Bienes y Espacios Arquitectónicos Protegidos).



Situación de la parcela y el inmueble



Situación de la parcela y el inmueble

La parcela se encuentra incluida en Suelo No Urbanizable Común Grupo 2 (S.N.U.C.-G.2). En el Grupo 2, se encuadran las zonas en las que la parcela media supera los 10.000 m² y se encuentra más alejada de la población y los cultivos son más extensivos.



Situación según el PGOU de Ibi

La parcela sobre la que se sitúa el inmueble "Molino de papel" tiene una superficie de 5.456 m².

Situado al principio del Barranco de los Molinos, en la partida de Secanet, el Molino de Papel de Ibi data de 1829, primero como batán textil y 1860 como molino para la elaboración de papel de fumar.

Su importancia no radica únicamente en la antigüedad centenaria de este edificio y por ser la única muestra de la industria papelera en Ibi, sino también por ser un referente paisajístico de la localidad, del que destaca su enclave y entorno natural.

Usado, más tarde, como albergue refugio para niños durante la Guerra Civil, e incluso, en ocasiones, como residencia de verano, su posterior abandono por parte de los propietarios ha provocado un constante y grave deterioro.

El Molino de Papel está catalogado con protección parcial en el PGOU de Ibi, lo que supone según normativa de aplicación:

"En las construcciones sujetas a protección parcial, se permitirán las obras congruentes con los valores catalogados siempre que se mantengan los elementos de la estructura arquitectónica o espacial tales como los espacios libres, alturas de forjados, jerarquización de

volúmenes interiores, escalera principal, fachada y demás elementos propios.

No obstante, podrá autorizarse mediante licencia de intervención sobre edificio protegido, la demolición de alguno o algunos de los elementos señalados, excepto la fachada, cuando su preservación comporte graves problemas de cualquier índole para la mejor conservación del edificio protegido.

Si por cualquier motivo se arruinasen o demoliesen las construcciones incluidas en este nivel de protección, el aprovechamiento urbanístico de la parcela subyacente consistirá en la facultad de reconstruir el inmueble con las partes de la edificación relacionadas en el presente artículo."


3.3 Condiciones de la edificación según el PGOU

Según el PGOU de Ibi obtenemos los parámetros urbanísticos siguientes:

Art. 5.1 (S.N.U.C.-G.2)

Usos	Art. 4.8 de las Normas Urbanísticas (Edificaciones vinculadas a usos agropecuarios o actividades extractivas, instalaciones de ocio, deportivas, recreativas o turísticas, edificaciones vinculadas a obras públicas, vivienda unifamiliar)
Parcela mínima	15.000,00 m ²
Ocupación máxima	2 %
Edificabilidad máxima	0,04 m ² /m ²
Número de plantas	2 plantas (PB+1)
Altura de cornisa	≤ 7,00 m

CATÁLOGO DE BIENES Y ESPACIOS ARQUITECTÓNICOS PROTEGIDOS N° 38

<p>DESCRIPCIÓN</p> <p>MOLINO DE PAPEL Con pequeños pinares junto a la edificación</p>	<p>NIVEL DE PROTECCIÓN</p> <p>Nivel de Protección Parcial</p>
<p>SITUACIÓN</p> 	<p>ESTADO DE CONSERVACIÓN</p> <p>Buena</p> <p>DESCRIPCIÓN Gran casa de campo compuesta por planta baja, primjer piso y planta superior.</p> <p>USO ACTUAL</p> <p>Vivienda agropecuaria</p> <p>USO PROPUESTO</p> <p>Equipamiento Asistencial y Socio-Cultural</p>



4 DOCUMENTOS UTILIZADOS

- Plan General de Ordenación Urbana de Ibi. Texto refundido tras la aprobación de la Modificación Puntual número 1 del PGOU el 18 de diciembre de 2002.
- Orden ECO/805/2003, de 27 de marzo, sobre normas de valoración de bienes inmuebles y de determinados derechos para ciertas finalidades financieras.
- Real Decreto 1492/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de valoraciones de la Ley de Suelo
- Ley 5/2014, de 25 de julio, de la Generalitat, de Ordenación del Territorio, Urbanismo y Paisaje, de la Comunitat Valenciana (DOCV nº 7329, de 31 de julio de 2014). Modificada por la Ley 10/2015, DOCV nº 7689, 31 de diciembre de 2015.
- Ponencia Parcial de Valores de Bienes Inmuebles de naturaleza urbana del municipio de Ibi, publicada el 21 de junio de 2004.
- Real Decreto Legislativo 7/2015, Texto Refundido de la Ley del Suelo y Rehabilitación Urbana.
- Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas.

5 PROCEDIMIENTO PARA LA ADQUISICIÓN DEL BIEN

Teniendo en cuenta que el art. 4.1.p) del Real Decreto Legislativo 3/2011, de 14 de noviembre, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Contratos del Sector Público, excluye de su ámbito de aplicación los contratos de adquisición, permuta o arrendamiento de bienes inmuebles, entendemos que se debe aplicar la Ley 33/2003, de 3 de noviembre, del Patrimonio de las Administraciones Públicas (LPAP), que en su art. 19 señala que "las adquisiciones de bienes y derechos a título oneroso y de carácter voluntario se registrarán por las disposiciones de esta ley y supletoriamente por las normas del derecho privado, civil o mercantil", de modo que, mientras no se dicte normativa concreta, habrá de aplicarse supletoriamente el art. 116 LPAP.

6 CUESTIONES PREVIAS A LA VALORACIÓN

La Sentencia del Tribunal Constitucional nº 61/1997 determinó específicamente como competencia Estatal el Régimen de Valoraciones en cuanto a la distribución de competencias entre el Estado y las Comunidades Autónomas, y el TRLS es congruente con la doctrina del Tribunal Constitucional que atribuye al Estado la competencia para legislar sobre valoraciones. Es precisamente por ello por lo que con posterioridad a la Ley del Suelo y el Texto Refundido de 1992, y ante las incertidumbres creadas por la misma, se aprobara la Ley 6/1998, de 13 de abril, sobre Régimen del Suelo y Valoraciones, la Ley 8/2007, de 28 de mayo, y el Real Decreto Legislativo 2/2008, de 20 de junio, relativo al Texto Refundido de la Ley del Suelo, y actualmente vigente, el Real Decreto 1492/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de valoraciones de la Ley de Suelo y el Real Decreto Legislativo 7/2015, Texto Refundido de la Ley del Suelo y Rehabilitación Urbana.

El RDL 7/2015 dedica íntegramente el Título V a las Valoraciones, abordando los criterios de valoraciones del suelo, las instalaciones, construcciones y edificaciones, y los derechos constituidos sobre o en relación con ellos. Vemos que en primer lugar se define el ámbito del *régimen de las valoraciones, y el artículo 34.1.c) establece: La fijación del precio a pagar al propietario en la venta o sustitución forzosas*

Más adelante, en el artículo 34.2.c) se indica que las valoraciones se entienden referidas: *Cuando se trate de la venta o sustitución forzosas, al momento de la iniciación del procedimiento de declaración del incumplimiento del deber que la motive Cuando se trate de la venta o sustitución forzosas, al momento de la iniciación del procedimiento de declaración del incumplimiento del deber que la motive.*

Entendemos que no se ha iniciado expediente alguno, de manera que si se tomara inmediatamente la decisión de obtener el bien, se trataría de una actuación a iniciar con el RDL 7/2015.

El artículo 35.3 del RDL 7/2015, establece que las edificaciones, construcciones e instalaciones, los sembrados y las plantaciones en el suelo rural, se tasarán con independencia de los terrenos.

El artículo 36 del RDL 7/2015 para la valoración en suelo rural, establece:

1. Cuando el suelo sea rural a los efectos de esta ley y de conformidad con lo dispuesto en la Disposición adicional séptima:

a) Los terrenos se tasarán mediante la capitalización de la renta anual real o potencial, la que sea superior, de la explotación según su estado en el momento al que deba entenderse referida la valoración.

La renta potencial se calculará atendiendo al rendimiento del uso, disfrute o explotación de que sean susceptibles los terrenos conforme a la legislación que les sea aplicable, utilizando los medios técnicos normales para su producción. Incluirá, en su caso, como ingresos las subvenciones que, con carácter estable, se otorguen a los cultivos y aprovechamientos considerados para su cálculo y se descontarán los costes necesarios para la explotación considerada.

El valor del suelo rural así obtenido podrá ser corregido al alza en función de factores objetivos de localización, como la accesibilidad a núcleos de población o a centros de actividad económica o la ubicación en entornos de singular valor ambiental o paisajístico, cuya aplicación y ponderación habrá de ser justificada en el correspondiente expediente de valoración, todo ello en los términos que reglamentariamente se establezcan.

b) Las edificaciones, construcciones e instalaciones, cuando deban valorarse con independencia del suelo, se tasarán por el método de coste de reposición según su estado y antigüedad en el momento al que deba entenderse referida la valoración.

c) Las plantaciones y los sembrados preexistentes, así como las indemnizaciones por razón de arrendamientos rústicos u otros derechos, se tasarán con arreglo a los criterios de las Leyes de Expropiación Forzosa y de Arrendamientos Rústicos.

2. En ninguno de los casos previstos en el apartado anterior podrán considerarse expectativas derivadas de la asignación de edificabilidades y usos por la ordenación territorial o urbanística que no hayan sido aún plenamente realizados.

Mientras no se desarrolle reglamentariamente lo dispuesto en el RDL sobre criterios y método de cálculo de la valoración y en lo que sea compatible con ella, estaremos a lo dispuesto en el apartado 3 del

artículo 137 del Reglamento de Gestión Urbanística aprobado por Real Decreto 3288/1978, de 25 de agosto, al Real Decreto 1492/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueba el Reglamento de valoraciones de la Ley de Suelo y a las normas de valoración de bienes inmuebles y de determinados derechos contenidas en la Orden ECO/805/2003, de 27 de marzo, o disposición que la sustituya.

7 MÉTODO DE VALORACIÓN. CRITERIOS Y REQUISITOS

7.1 Clasificación del suelo

En la nueva Ley del Suelo se da una especial importancia a la clasificación del suelo (rural o urbanizado) para establecer un criterio u otro de valoración, por ello, es completamente imposible entender el régimen de valoraciones que consagra el TRLS sin haber aclarado antes los conceptos de clases de suelo.

El suelo rural se entiende como todo aquél que no reúna las condiciones para ser considerado como suelo urbano. Por otra parte, el suelo urbanizado es el integrado de forma legal y efectiva en la red de dotaciones y servicios propios de los núcleos de población, entendiéndose que así ocurre cuando los solares, estén o no edificados, cuenten con las dotaciones y los servicios requeridos por la legislación urbana o pueden llegar a contar con ellos sin otras obras que las de conexión de las parcelas a las instalaciones ya en funcionamiento.

Debemos entender que la parcela e inmueble a obtener de forma onerosa se encuentran en una situación básica de "*rural*" por estar claramente incorporados en Suelo No Urbanizable Común.

7.2 Método de valoración

Como indicamos anteriormente, el valor de la edificación se tasaré por el método de coste de reposición según su estado y antigüedad en el momento al que deba entenderse referida la valoración.

De acuerdo con la Disposición Transitoria Tercera del TRLS, se valorará conforme a las reglas establecidas en la Ley 6/1998, de 13 de abril, sobre Régimen de Suelo y Valoraciones, tal y como quedaron redactadas por la Ley 10/2003, de 20 de mayo.

El Art. 31.2 de la referida Ley 6/1998, del mismo modo que el art. 36.1.b) del RDL 7/2015, establece que *"El valor de las edificaciones, que así mismo se calculará con independencia del suelo, se determinará de acuerdo con la normativa catastral en función de su coste de reposición, corregido en función de la antigüedad y estado de conservación de las mismas."*

La normativa catastral quedó regulada por la Orden Ministerial de 28 de Diciembre de 1989 (BOE de 30/12/89), por la que se aprueban las Normas Técnicas de Valoración y el Cuadro Marco de Valores del Suelo y de las Construcciones para determinar el Valor Catastral de los bienes inmuebles de naturaleza urbana. Esta orden ha sido modificada por el R.D. 1020/93, de 25 de Junio (BOE 22/7/93), en algunos puntos, con el fin de recoger los trabajos de revisión catastral realizados en 1990.

Los métodos especificados en el citado R.D. 1020/93, de 25 de Junio son el Método Residual para obtener el valor de repercusión del suelo y el Método de Reposición para obtener el valor de las construcciones.

En la norma 12 se indica cómo valorar las construcciones por el Método de Reposición:

"... calculando su coste actual, teniendo en cuenta uso, calidad, y carácter histórico – artístico, depreciándose, cuando proceda, en función de la antigüedad, estado de conservación y demás circunstancias contempladas en la Norma 13, para su adecuación al mercado."

En la norma 13 se describen los coeficientes correctores a aplicar para el valor de las construcciones (Vc):

- Coeficiente H: Por la antigüedad de la construcción teniendo en cuenta el uso y la calidad constructiva del edificio.
- Coeficiente I: Estado de conservación.

Quedando la siguiente fórmula:

$$Cr = Vc \times H \times I$$

Ante la ausencia de una Ponencia de Valores Catastrales actualizada para el municipio de Ibi¹, para obtener el valor de la construcción en la fecha del presente informe, acudiremos al módulo fijado como base por la Ordenanza Fiscal Reguladora del Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras que afectado por distintos coeficientes correctores y por superficie construida nos dará el valor inicial de la construcción (V_{Ci}).

Este valor se debe incrementar con el Beneficio Industrial del constructor, los Gastos de Promoción, de Notaría, Registro de la Propiedad, Honorarios técnicos, Licencias y tasas, Impuestos, Seguros, etc. que para no complicar la tasación que nos ocupa con el cálculo de estos costes y atendiendo a la Norma 16 "Modulación de Valores" del Anexo del R.D. 1020/93, de 25 de junio, por ser el método utilizado normalmente por la valoración catastral, en su variante simplificada, podemos estimar estos costes en un porcentaje medio del 40%, coincidente con la Norma 16 del R.D. 1020/93, resultando la fórmula siguiente:

$$Vc = V_{Ci} \times 1,4$$

8 APLICACIÓN DEL MÉTODO DE REPOSICIÓN

8.1 Características de la edificación

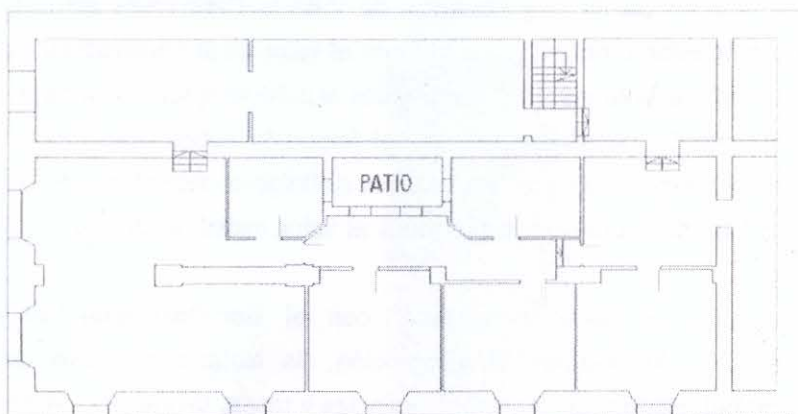
En la actualidad, se trata de un edificio aislado de planta rectangular con patio interior, organizado en tres plantas o niveles; con acceso desde el PK 8 de la carretera comarcal CV-801 de Ibi a Banyeres a través de un camino asfaltado, hoy en día está en desuso y sus propietarios nada

¹ La Ponencia de Valores Catastrales de Ibi fue publicada el 21 de junio de 2004, con efecto a partir de 2005.

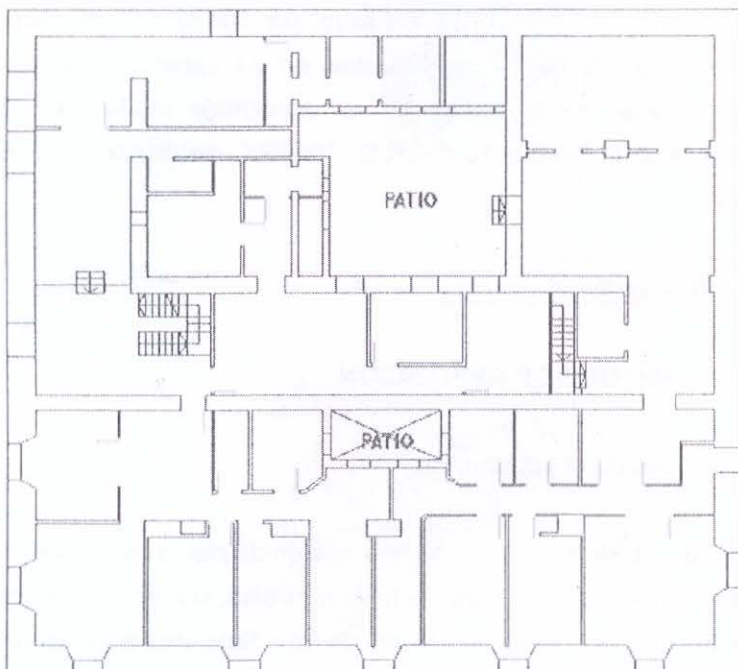
han hecho por mantener o restaurar la edificación para rescatar una construcción importante del pasado ibense.

La superficie construida se reparte del siguiente modo:

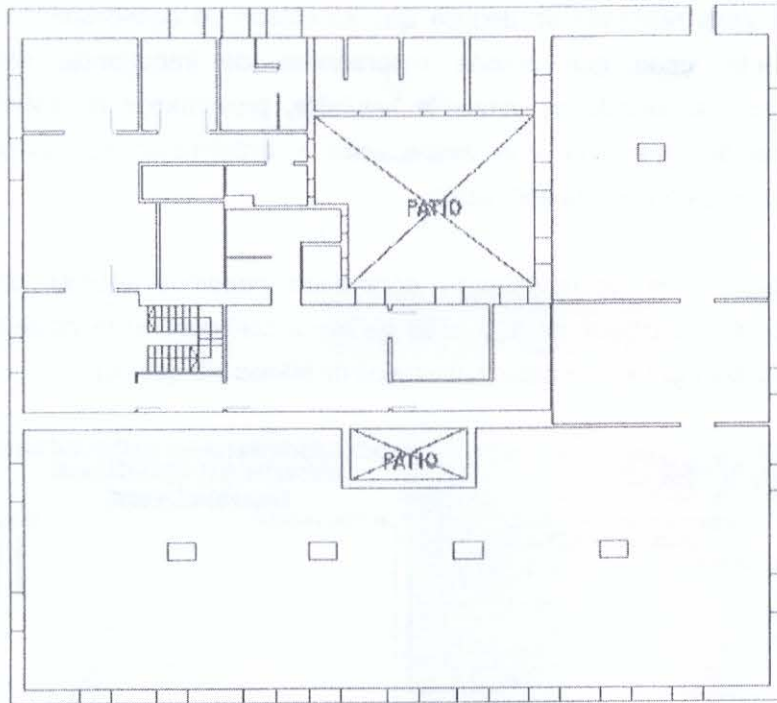
PLANTA BAJA	638,00 m ²
PLANTA PRIMERA	517,00 m ²
PLANTA SEGUNDA	255,00 m ²
SUPERFICIE CONSTRUIDA TOTAL	1.410,00 m²



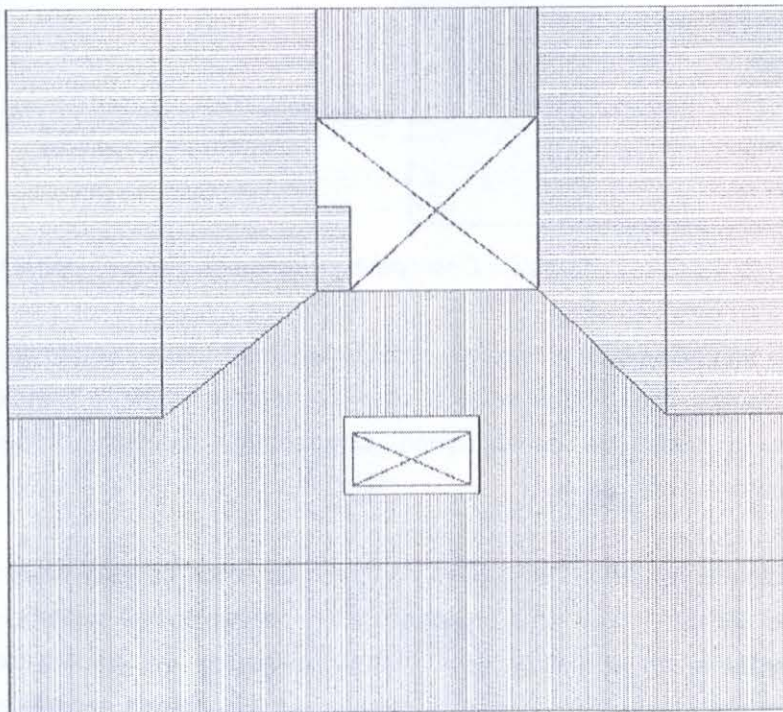
PLANTA BAJA



PLANTA PRIMERA



PLANTA SEGUNDA



PLANTA CUBIERTA

De la visita realizada se deduce que su estado de conservación es deficiente, dado que precisa reparaciones de importancia para recuperar su estado de inmueble habitable, presentando un estado general de abandono, con desperfectos y deficiencias de manera generalizada en toda la edificación.

En base a la documentación consultada podemos estimar una antigüedad al menos de 116 años (véase a continuación la consulta descriptiva y gráfica de datos catastrales de bienes inmuebles)

GOBIERNO DE ESPAÑA
MINISTERIO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
SECRETARÍA DE ESTADO DE ECONOMÍA Y FINANZAS
DIRECCIÓN GENERAL DEL REGISTRO Y DE INSCRIPCIÓN DE BIENES INMUEBLES

CONSULTA DESCRIPTIVA Y GRÁFICA DE DATOS CATASTRALES BIENES INMUEBLES DE NATURALEZA URBANA
Municipio de IBI Provincia de ALICANTE

REFERENCIA CATASTRAL DEL INMUEBLE
0006009YH1705N0001BR

DATOS DEL INMUEBLE

PROVINCIA: PD FERNOVA 44
CÓDIGO IBI (ALICANTE): 03440 IBI (ALICANTE)

NOMBRE FINCA: Almacén Estac. ANO DE CONSTRUCCIÓN: 1900

USO: 00.000000 SUPERFICIE CONSTRUIDA: 1.410

DATOS DE LA FINCA A LA QUE PERTENECE EL INMUEBLE

PROVINCIA: PD FERNOVA 44
CÓDIGO IBI (ALICANTE): IBI (ALICANTE)

USO: 1.410 SUPERFICIE CONSTRUIDA: 630 CARÁCTER: Parcela construida sin división horizontal

ELEMENTOS DE CONSTRUCCIÓN

Uso	Edificio	Plano	Superficie
ALMACEN	00	030	630
ALMACEN	01	015	015
ALMACEN	02	015	015

INFORMACIÓN GRÁFICA E. 1:2000

Este documento es una certificación catastral, pero sus datos pueden ser verificados a través del Acceso a Datos referencial no protegido de la SED.

© 2010. Documento IBI. No. Documento 0006009YH1705N0001BR
 Estado: Límite de Municipio
 Límite de Provincia
 Límite de Catastración
 Muestra a color
 Límite de Parcela
 Municipio

Viernes, 29 de Enero de 2010

Consulta Descriptiva y Gráfica de Datos Catastrales

La cimentación según la tipología constructiva de la época y según otros documentos consultados sería a base de zapatas corridas bajo los muros portantes de la edificación, seguramente mediante mortero bastardo y mampostería.

La solución estructural es a base de muros de carga de gran espesor (entre 50 cm y 100 cm) como estructura portante con superficies abovedadas en el primer nivel y forjados planos de madera con entrevigado de ladrillo y yeso al revoltón en los niveles superiores. Rematado el conjunto con cubierta inclinada a dos o tres aguas formada por cuchillos de madera, cañizo, enlucido de yeso o cal y teja cerámica curva colocada con el sistema de canal y cobija.



Imagen actual de las cubiertas del edificio



Imagen actual de las cubiertas del edificio

8.2 Parámetros de cálculo

De acuerdo con el citado R.D. 1020/93 y la Ordenanza Fiscal Reguladora del Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras en referencia al bien valorado, los coeficientes a aplicar serían los siguientes:

8.2.1 Módulo de aplicación

El Art. 4º de la Ordenanza Fiscal Reguladora del Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras establece un módulo de precio mínimo para el cálculo del presupuesto de ejecución material que para el uso que nos ocupa establecemos en 384,82 €/m².

8.2.2 Valor inicial de la construcción (V_{c_i})

Valor de la construcción (V _{c_i})		
Vivienda	1.410,00 m ² x384,82 €/m ²	542.596,20 €
Total V_{c_i}		542.596,20 €

8.2.3 Coeficientes correctores

Norma 13 del R.D. 1020/93			
Coeficiente H			0,32
Uso 1º	Categoría 5-6	Antigüedad >90	
Coeficiente I			0,50
Deficiente (construcciones que precisan reparaciones de relativa importancia, comprometiendo las normales condiciones de habitabilidad y estabilidad)			

8.3 Valoración del inmueble

Conforme al apartado 8.2.2 el valor inicial de la construcción o de reconstrucción de una vivienda de similares características (V_{c_i}) es de 542.596,20 €, que incrementado un 40% por los factores que intervienen en el resultado del valor final del producto, conforme a la Norma 16 del R.D. 1020/93, resulta un valor de construcción de:

$$V_c = V_{c_i} \times 1,4$$

$$V_c = 542.596,20 \text{ €} \times 1,4 = 759.634,68 \text{ €}$$

El valor de la edificación existente, tras la aplicación de los coeficientes correctores del apartado 8.2.3 resulta:

$$C_r = V_c \times H \times I$$

$$C_r = 759.634,68 \times 0,32 \times 0,50 = 121.541,55 \text{ €}$$

8.4 Valoración del suelo

La parcela con R.C. 03079A002000270000KS, sobre la que se sitúa el Molino de Papel, de superficie CINCO MIL CUATROCIENTOS CINCUENTA Y SEIS METROS CUADRADOS (5.456 m²), se destina a jardines y ensanches de la edificación principal siendo relativamente pequeña lo que hace imposible considerar su explotación desde un punto de vista agrario.

No consideramos adecuado el empleo de la valoración por "capitalización de la renta anual o potencial" ya que su pequeña superficie y su disposición entorno a la edificación lo hacen más propio de un jardín de chalet aislado que de una finca agrícola a explotar. Tampoco podemos aplicar el "*método residual estático*" puesto que con su carácter de suelo rústico no podemos diseñar un producto inmobiliario hipotético que se adecue a las condiciones edificatorias que presenta la parcela.

Por lo expuesto, consideramos más lógico emplear como criterio su posible **valor real en el mercado local**.

Emplazamiento	Superficie en m ²	€/m ²	Coef.	Valor Homog.
Zona Cuclos de Ibi a Onil	26.200	3,05	0,85	2,59
Las Pinosas cerca de Ctra. CV-806 a Castalla	12.765	5,00	0,85	4,25
Foies Blanques en Ibi	15.000	3,33	0,85	2,83
Partida Els Plans	41.700	4,58	0,85	3,89
Las Pinosas cerca de Ctra. CV-806 a Castalla	12.000	7,08	0,85	6,02
El Clot en Castalla	7.000	3,00	0,85	2,55

Hemos aplicado un coeficiente corrector de 0,85 por la forma irregular que impide o dificulta la explotación de la finca, sobre los precios unitarios de fincas en explotación o con cultivos.

De la ponderación de valores de fincas similares en el entorno más inmediato podemos deducir que el precio unitario de mercado podría estar alrededor de **3,69 €/m²**.

De manera que el Valor del suelo es:

$$V_s = V_{s_u} \times S_s$$

$$V_s = 3,69 \text{ €} \times 5.456,00 = \mathbf{20.132,64 \text{ €}}$$

8.5 Valor total de la tasación

Valor del inmueble (Cr) = 121.541,55 €

Valor del solar (Vs) = 20.132,64 €

VALOR TOTAL = 141.674,19 €

Con todo lo expuesto deducimos que, el valor de mercado del inmueble denominado MOLINO DE PAPEL situado en Partida Fernova nº 44 (Polígono 2 – parcela 27) en la localidad de IBI asciende a **CIENTO CUARENTA Y ÚN MIL SEISCIENTOS SETENTA Y CUATRO EUROS CON DIECINUEVE CÉNTIMOS**, de manera que este valor es el que debe servir como referencia para la adquisición a título oneroso.

8.6 Necesidad o conveniencia de la adquisición

La necesidad de la adquisición de este inmueble por parte del Ayuntamiento de Ibi es conveniente y necesaria para posibilitar la rehabilitación de un bien que presenta un grave estado de abandono y deterioro y que, sin embargo, está incluido en el Catálogo de Bienes y Espacios Arquitectónicos Protegidos, siendo uno de los referentes constructivos de la industria fabril ibense de hace más de un siglo, llegando a ser la mayor fuente de ingreso de la localidad desde el año 1900 hasta la Guerra Civil.

9 CONCLUSIONES

Atendiendo a lo expuesto, consideramos que **es necesario y conveniente la adquisición a título oneroso del MOLINO DE PAPEL** situado en IBI para evitar el lamentable estado de abandono y deterioro que sufre la edificación, pudiendo así el Ayuntamiento afrontar una rehabilitación necesaria para, en primer lugar, consolidar la edificación evitando su deterioro progresivo y posteriormente afrontar las obras necesarias para destinarla al uso que estime más conveniente.

En los Anexos adjuntos se justifican y valoran las medidas de carácter urgente a adoptar para mantener y consolidar la edificación evitando así su degradación con la consiguiente pérdida y destrucción de un elemento catalogado.

El técnico que suscribe manifiesta, bajo promesa, que al emitir el presente informe actúa con la mayor objetividad posible, considerando las circunstancias que pudieran favorecer o perjudicar al solicitante, y para que así conste y justifique donde proceda firmo el presente en Ibi a once de marzo de dos mil dieciséis.

EL ARQUITECTO



Fdo: **FERNANDO CERVANTES GARCÍA**
Nº Col. 7.340

1. Introducción
2. Objetivos
3. Metodología
4. Resultados
5. Conclusiones

6. Bibliografía
7. Anexos
8. Índice

9. Glosario
10. Resumen

ANEXO 1 Valoración de las obras de conservación y rehabilitación para consolidar la edificación y evitar su progresivo deterioro

El deterioro de las obras de conservación y rehabilitación se produce por causas diversas, entre las que se encuentran:

- Falta de mantenimiento adecuado.
- Uso indebido de los materiales.
- Incapacidad de los contratistas para ejecutar las obras correctamente.
- Incapacidad de los técnicos para supervisar las obras.

Por lo tanto, es necesario establecer un sistema de control y supervisión de las obras de conservación y rehabilitación, que permita garantizar la calidad de las mismas y evitar su progresivo deterioro.

Este sistema de control y supervisión debe estar basado en los siguientes principios:

- Transparencia.
- Objetividad.
- Imparcialidad.
- Confianza.

Para ello, es necesario contar con un personal técnico capacitado y con los recursos necesarios para llevar a cabo las labores de control y supervisión de las obras.



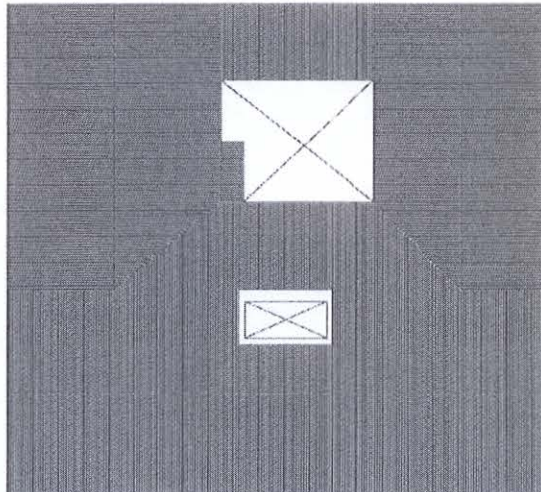
A.1.1 INTERVENCIÓN PROPUESTA

Como indicamos anteriormente, el estado de conservación es deficiente, dado que precisa reparaciones de importancia para recuperar su estado de inmueble habitable, presentando un estado general de abandono, con desperfectos y deficiencias de manera generalizada en toda la edificación.

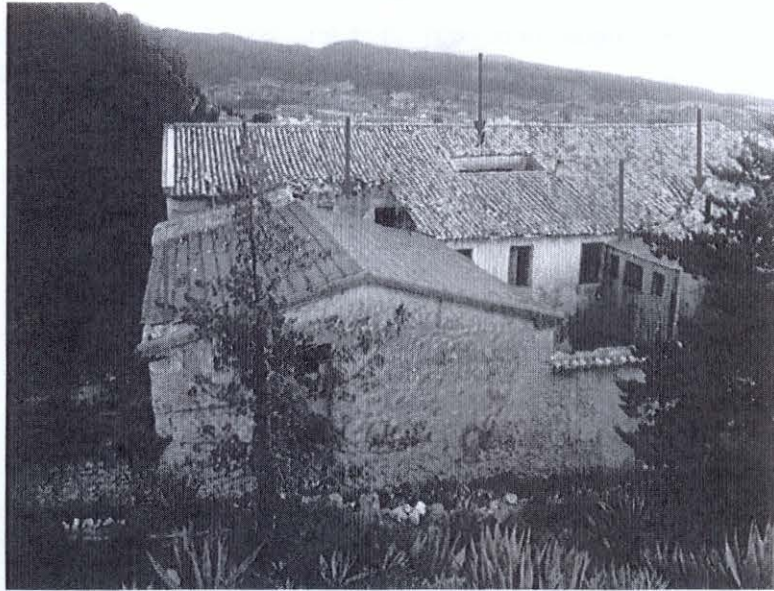
Dado que se trata de un edificio catalogado y, el Ayuntamiento no ha declarado situación de ruina sobre el mismo, entendemos que el propietario debe adoptar las siguientes medidas de carácter urgente para mantener la edificación en condiciones de seguridad, consolidando la edificación y evitando su deterioro progresivo.

A continuación enumeramos las deficiencias y las medidas de carácter urgente a adoptar en esta primera fase de intervención:

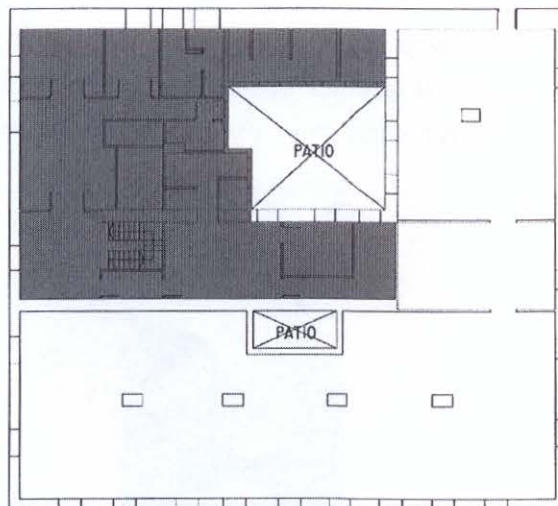
- a. La cubierta inclinada a dos aguas, formada por cuchillos de madera, cañizo, enlucido de yeso o cal y teja cerámica curva colocada con el sistema de canal y cobija, se ha desplomado en algunas zonas y comienza a presentar filtraciones en muchos puntos; y dado que la reforma puntual sería más gravosa se propone la sustitución completa de la cubierta de la edificación, con la misma disposición y materiales existentes en la actualidad.



PLANTA CUBIERTA

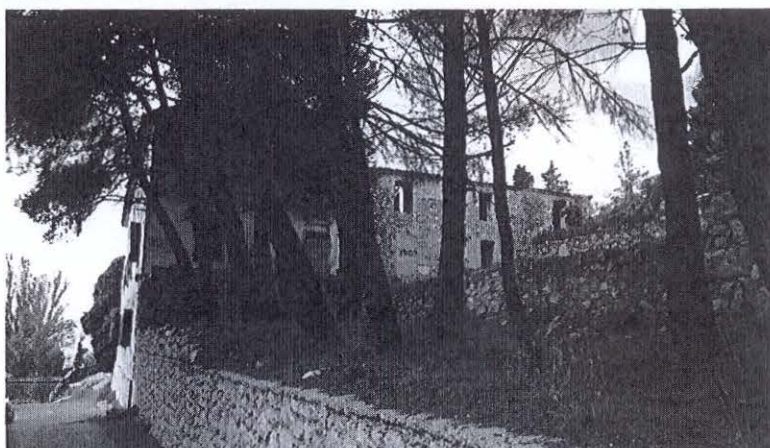
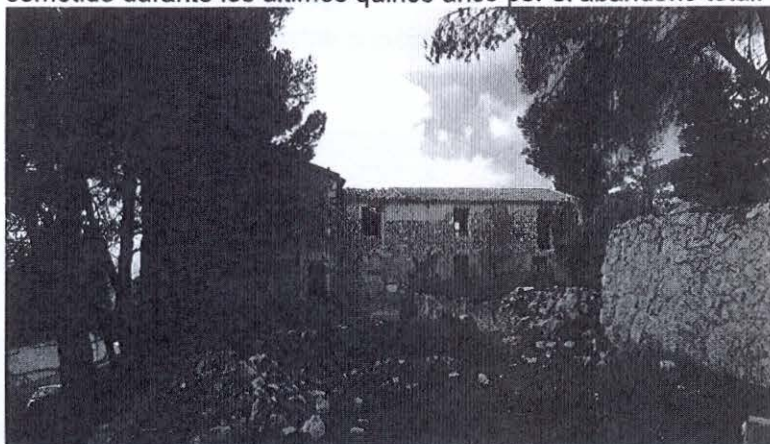


- b. El forjado segundo o suelo de planta segunda se encuentra en muy mal estado de conservación habiendo colapsado en diversos puntos dispersos por toda la superficie de la planta, principalmente en la zona de escalera de conexión entre las plantas primera y segunda y en zona colindantes al patio central del edificio. A su vez presenta multitud de patologías estructurales que nos conducen a proponer la demolición y reconstrucción de estas zonas mas deterioradas con el mismo sistema constructivo. En el plano que se muestra a continuación se sombrea de color rojo la zona mas afectada que debería ser demolida y sustituida.

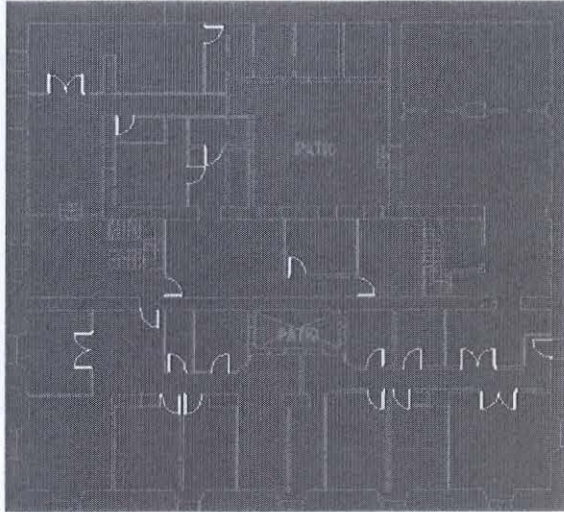


PLANTA SEGUNDA

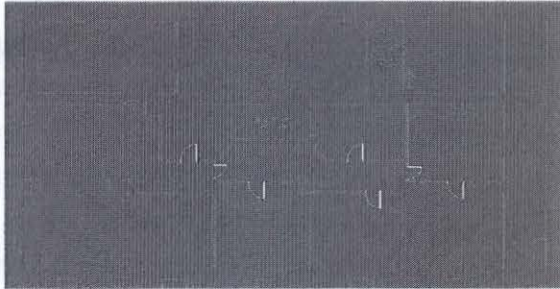
- e. También planteamos el montaje de un vallado ciego que impida el acceso al edificio y a las fachadas del mismo, evitando así los actos vandálicos, saqueos y ocupaciones irregulares a las que ha estado sometido durante los últimos quince años por el abandono total.



- c. Se hace necesario también, por su estado de deterioro, la demolición, limpieza y retirada de todas las tabiquerías y carpinterías interiores en las distintas plantas.



PLANTA PRIMERA



PLANTA BAJA

- d. Del mismo modo planteamos la retirada generalizada de la carpintería exterior que está muy deteriorada y el tapado de los distintos huecos para evitar la entrada de aves y otros animales.



Con esta primera intervención se conseguiría consolidar la envolvente edilicia existente, es decir, la estructura y cubierta del "Molino de Papel" que básicamente son los elementos catalogados por el PGOU de Ibi, para mas tarde, en una segunda intervención actuar sobre la compartimentación y acabados dotando a la edificación del uso al que se pretenda destinar.

A.1.2 VALORACIÓN ESTIMADA

A continuación valoramos las obras a desarrollar en esta primera fase, sirviendo de base los Cuadros de Precios publicados por el Instituto Valenciano de la Edificación, los indicados en la valoración aportada en el recurso interpuesto por Dña. Beatriz Pérez-Sierra Bosch-Labrús y los precios de mercado, lo que nos arroja la cantidad de **DOSCIENTOS CINCO MIL DOSCIENTOS VEINTINUEVE EUROS CON SETENTA CÉNTIMOS** más el IVA correspondiente.

ANEXO 2 Valor de una construcción de similares características y justificación de la situación o no de estado ruinoso.

A.2.1 VALOR CONSIDERADO PARA UNA CONSTRUCCIÓN DE SIMILARES CARACTERÍSTICAS

Conforme al apartado 8.2.2 el valor inicial de la construcción o de reconstrucción de una vivienda de similares características (V_{ci}) es de 542.596,20 €, que incrementado un 40% por los factores que intervienen en el resultado del valor final del producto, conforme a la Norma 16 del R.D. 1020/93, resulta un valor de construcción de **SETECIENTOS CINCUENTA Y NUEVE MIL SEISCIENTOS TREINTA Y CUATRO EUROS CON SESENTA Y OCHO CÉNTIMOS**, según se desprende:

$$V_c = V_{ci} \times 1,4$$

$V_c = 542.596,20 \text{ €} \times 1,4 = 759.634,68 \text{ €}$
--

Conviene matizar que para el valor de reconstrucción de una edificación de similares características hemos partido de un módulo de precio mínimo por metro cuadrado construido que es el aprobado en la Ordenanza Fiscal Reguladora del Impuesto sobre Construcciones, Instalaciones y Obras para las autoliquidaciones del impuesto y que, a nuestro juicio, es más bajo que el módulo que se aplicaría a una construcción de similares características.

A.2.2 VALOR ESTIMADO PARA LA INTERVENCIÓN PROPUESTA

Como se ha detallado en el presupuesto adjunto al Anexo 1, el coste de las medidas de carácter urgente a adoptar para mantener la edificación en condiciones de seguridad, consolidando la edificación y evitando su deterioro progresivo, ascienden a la cantidad de **DOSCIENTOS CINCO MIL DOSCIENTOS VEINTINUEVE EUROS CON SETENTA CÉNTIMOS (205.229,70 €)**.

A.2.3 JUSTIFICACIÓN DE ESTADO NO RUINOSO

El hecho de que el "Molino de Papel" esté catalogado en el PGOU de Ibi y la posibilidad de recuperación de la edificación hacen inviable declararlo en situación de ruina y lo que procede es adoptar unas

medidas de carácter urgente para mantener y consolidar la edificación evitando así su degradación con la consiguiente pérdida y destrucción.

$$V_{\text{actuación}} = 205.229,70 \text{ €} \ll 50\% \text{ de } V_c = 379.817,34 \text{ €}$$

Conforme al artículo 181.3 de la Ley 5/2014:

"3. Se entiende que las obras mencionadas en el párrafo anterior exceden del límite del deber normal de conservación cuando su coste supere la mitad del valor de una construcción de nueva planta, con similares características e igual superficie útil que la preexistente, realizada con las condiciones imprescindibles para autorizar su ocupación. Si no se trata de un edificio, sino de otra clase de construcción, dicho límite se cifrará, en todo caso, en la mitad del coste de erigir o implantar una nueva construcción de iguales dimensiones, en condiciones de uso efectivo para el destino que le sea propio."

Entendemos que **con esta primera intervención no se está superando el límite del deber de conservación y rehabilitación** y el Ayuntamiento podría dictar la orden de ejecución frente a los propietarios actuales, sin embargo, la segunda intervención, dependiendo del uso y calidades con las que se le quiera dotar al edificio, podría exceder del deber normal de conservación y dicha administración debería asumir el coste parcial de las obras en cuanto al exceso del deber normal de conservación, tal y como precisa el artículo 181.2 de la precitada Ley:

"2. Cuando una administración ordene al propietario de un inmueble la ejecución de obras de conservación o rehabilitación que excedan dicho límite, el obligado podrá optar por la demolición del inmueble, salvo que esté catalogado, o por exigir a aquella que sufrague, en lo que respecta al exceso, el coste parcial de la obras, constitutivo del mismo."

A la vista del recurso interpuesto por Dña. Beatriz Pérez-Sierra Bosch-Labrús y ante la posibilidad de que el Ayuntamiento declarase la situación de ruina sobre el bien que nos ocupa, el Ayuntamiento podría

exigir a los propietarios del inmueble las medidas propuestas en base al artículo 188.6 de la Ley 5/2014 para, posteriormente, y una vez consolidado el bien catalogado, concertar con los propietarios la correspondiente rehabilitación:

"6. Si la situación legal de ruina se declara respecto a un edificio catalogado, u objeto del procedimiento de catalogación, el propietario deberá adoptar las medidas urgentes e imprescindibles para mantenerlo en condiciones de seguridad. La administración podrá concertar con el propietario su rehabilitación. En defecto de acuerdo, puede ordenarle que la efectúe, otorgándole la correspondiente ayuda."

Presupuesto parcial n° 1 ACTUACIONES PREVIAS Y DEMOLICIONES

N°	Ud	Descripción	Medición			Precio	Importe	
1.1	M²	Demolición de partición interior de fábrica revestida, formada por ladrillo hueco sencillo de 4/5 cm de espesor, con medios manuales, sin afectar a la estabilidad de los elementos constructivos contiguos. Incluso p/p de demolición de sus revestimientos (yeso, mortero, alicatados, etc), instalaciones empotradas y carpinterías, previo desmontaje de los marcos y de las hojas; limpieza, acopio, retirada y carga manual de escombros sobre camión o contenedor.						
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
		Planta baja	88,95				88,950	
		Planta primera	385,23				385,230	
		Planta segunda	294,32				294,320	
							768,500	768,500
		Total M²					7,32	5.625,42
1.2	M²	Demolición de forjado de viguetas de madera y entrevigado al revoltón con ladrillo cerámico enlucido de cal o yeso, con medios manuales y motosierra. Incluso p/p de limpieza, eliminación de fijaciones, retirada y carga manual de escombros sobre camión o contenedor.						
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
		Suelo Planta 2ª	1	18,35	13,00		238,550	
		A descontar	-1	7,70	3,03		-23,331	
			-1	6,54	2,92		-19,097	
							196,122	196,122
		Total M²					72,12	14.144,32
1.3	Ud	Levantado de carpintería acristalada de cualquier tipo situada en fachada, de menos de 3 m2 de superficie, con medios manuales, sin deteriorar los elementos constructivos a los que está sujeta. Sin desmontar el marco. Incluso p/p de desmontaje de hojas acristaladas y accesorios; limpieza, retirada y carga manual de escombros sobre camión o contenedor.						
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
		Planta baja	7				7,000	
		Planta primera	21				21,000	
		Planta segunda	31				31,000	
							59,000	59,000
		Total Ud					15,03	886,77
1.4	M²	Desmontaje de cubierta de teja curva, a mano. Incluso p/p de andamios, limpieza, acopio, retirada con recuperación y acopiado de las piezas.						
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
		Toda la cubierta	587,52				587,520	
							587,520	587,520
		Total M²					20,87	12.261,54
1.5	M²	Demolición de estructura de madera de cubierta inclinada a dos aguas, formada por entramado de cerchas y correas, con equipo de sierra, sin afectar a la estabilidad de los elementos constructivos sobre los que se apoya. Incluso p/p de andamios, limpieza, acopio, retirada y carga manual de escombros sobre camión o contenedor.						
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
		Toda la cubierta	587,52				587,520	
							587,520	587,520
		Total M²					47,66	28.001,20
Total presupuesto parcial n° 1 ACTUACIONES PREVIAS Y DEMOLICIONES :							60.919,25	

Presupuesto parcial nº 3 CUBIERTA

Nº	Ud	Descripción	Medición	Precio	Importe		
3.1	Ud	<p>Suministro y colocación de cercha tradicional construida con piezas de gran escuadría (del orden de 8x10 hasta 8x22 cm) y uniones mediante elementos metálicos tal y como se define en la documentación gráfica; de madera aserrada de pino laricio (Pinus Nigra Arnold) España, acabado cepillado, para una luz de 8-10 m y pendiente 30 %; separación entre cerchas hasta 5 m; calidad estructural ME-1 según UNE 56544, clase resistente C-30 según UNE-EN 338 y UNE-EN 1912, protección media frente a agentes bióticos que se corresponde con la clase de penetración P3 a P7 según UNE-EN 351-1. Incluso elementos metálicos de unión y apoyo, para estructuras de madera, de acero galvanizado en caliente con protección Z275 frente a la corrosión, cortes, entalladuras para su correcto acoplamiento, nivelación y colocación de los elementos de atado y refuerzo. Trabajada en taller y colocada en obra.</p> <p>Incluye: Replanteo y marcado de ejes de apoyo en cabeza de muro o pilar. Preparación de la superficie de apoyo. Transporte y presentación de la cercha. Colocación y nivelación. Conexión de la cercha y su base de apoyo.</p> <p>Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada incluyendo en su conjunto todos los elementos que la forman (pendolón, pares, tirantes, material de montaje, etc.), según documentación gráfica de Proyecto.</p>					
		Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
		16				16,000	
						16,000	16,000
		Total Ud		16,000		1.171,40	18.742,40
3.2	M	<p>Suministro y colocación de correa de madera aserrada de pino laricio (Pinus Nigra Arnold) España, acabado cepillado, de 9x18 cm de sección y hasta 5 m de longitud, para aplicaciones estructurales; calidad estructural ME-1 según UNE 56544, clase resistente C-30 según UNE-EN 338 y UNE-EN 1912, protección media frente a agentes bióticos que se corresponde con la clase de penetración P3 a P7 según UNE-EN 351-1. Incluso cortes, entalladuras para su correcto acoplamiento, nivelación y colocación de los elementos de atado y refuerzo. Trabajada en taller y colocada en obra.</p> <p>Incluye: Replanteo de las correas sobre las cerchas. Presentación de las correas sobre las cerchas. Colocación y nivelación. Fijación a las cerchas.</p> <p>Criterio de medición de proyecto: Longitud medida a ejes en proyección horizontal, según documentación gráfica de Proyecto, incluyendo las entregas.</p>					
		Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
	Correas	8	27,18			217,440	
		8	14,00			112,000	
		7	14,00			98,000	
	Par-hilera	1	27,18			27,180	
		2	14,00			28,000	
						482,620	482,620
		Total m		482,620		13,68	6.602,24
3.3	M	<p>Suministro y colocación de cabio de madera aserrada de pino laricio (Pinus Nigra Arnold) España, acabado cepillado, de 5x10 cm de sección y hasta 5 m de longitud, para aplicaciones estructurales; calidad estructural ME-1 según UNE 56544, clase resistente C-30 según UNE-EN 338 y UNE-EN 1912, protección media frente a agentes bióticos que se corresponde con la clase de penetración P3 a P7 según UNE-EN 351-1. Incluso p/p de clavos de acero galvanizado, cortes, entalladuras para su correcto acoplamiento, nivelación y colocación de los elementos de atado y refuerzo. Trabajado en taller y colocado en obra.</p> <p>Incluye: Replanteo de los cabios sobre las correas. Presentación de los cabios sobre las correas. Colocación y nivelación. Fijación a las correas.</p> <p>Criterio de medición de proyecto: Longitud medida a ejes en proyección horizontal, según documentación gráfica de Proyecto, incluyendo las entregas.</p>					
		Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
	Cabios	34	10,00			340,000	
		18	10,70			192,600	
		18	8,80			158,400	
						691,000	691,000
		Total m		691,000		7,67	5.299,97

Presupuesto parcial nº 3 CUBIERTA

Nº	Ud	Descripción	Medición	Precio	Importe				
3.4	M²	<p>Formación de cubierta inclinada con una pendiente media del 30%, sobre base resistente, compuesta de los siguientes elementos: FORMACIÓN DE PENDIENTES: panel sándwich para cubiertas, modelo TOH/11-60-19 "THERMOCHIP" o equivalente, compuesto de: cara exterior de aglomerado hidrófugo de 19 mm de espesor, núcleo aislante de poliestireno extruido Styrofoam IBF o equivalente de 60 mm de espesor, cara interior de tablero de partículas orientadas OSB de 11 mm de espesor o panel a elegir por la D.F., con lengüeta de tablero de fibra de densidad media para ensamblado entre paneles, sobre entramado estructural (no incluido en este precio); IMPERMEABILIZACIÓN: placa bajo teja fijada con tornillos al soporte; COBERTURA: teja cerámica curva recuperada previamente, fijada con tornillos rosca-chapa sobre rastreles de madera de pino gallego tratado o pino rojo; consideramos un 30% de tejas nuevas por deterioro de las retiradas inicialmente. Incluso p/p de andamios, tejas de caballete, remate lateral, ventilación y piezas especiales para formación de cumbreras, limatesas, emboquillado de aleros y bordes libres. Totalmente probada.</p> <p>Incluye: Formación del faldón mediante entarimado de madera. Colocación de la placa bajo teja. Fijación del enrastrelado a intervalos regulares. Fijación de las tejas sobre los rastreles con tornillos. Ejecución de cumbreras, limatesas, aleros y bordes libres. Realización de pruebas de servicio.</p> <p>Criterio de medición de proyecto: Superficie del faldón medida en verdadera magnitud, según documentación gráfica de Proyecto, sin tener en cuenta el solape correspondiente de la teja. Incluyendo formación de cumbreras, limatesas, aleros y bordes libres. No se incluyen formación de limahoyas, aleros decorativos ni encuentros de faldones con paramentos verticales, chimeneas, ventanas o conductos de ventilación.</p>							
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal	
		Toda la cubierta	587,52				587,520		
							587,520	587,520	
						Total m²:	587,520	95,77	56.266,79
								Total presupuesto parcial nº 3 CUBIERTA :	86.911,40

Presupuesto parcial nº 4 CARPINTERIA EXTERIOR

Nº	Ud	Descripción	Medición	Precio	Importe
4.1	Ud	Tapado de huecos de fachada de superficie menor de 3 m ² con tablero de fibras de madera y resinas sintéticas de densidad media (MDF), hidrófugo, sin recubrimiento, de 19 mm de espesor, atornillado sobre marco existente para evitar el acceso al edificio.			
			Total Ud:	59,000	30,00
					1.770,00
			Total presupuesto parcial nº 4 CARPINTERIA EXTERIOR :		1.770,00

Presupuesto parcial nº 6 SEGURIDAD Y SALUD

Nº	Ud	Descripción	Medición	Precio	Importe
6.1.- PROTECCIONES INDIVIDUALES					
6.1.1	Ud	Suministro de casco de seguridad para la construcción, con arnés de sujeción, según R.D. 773/97. Homologado y marcado con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.			
			Total Ud	4,000	16,80
6.1.2	Ud	Suministro de cinturón de seguridad de suspensión con un punto de amarre (amortizable en 4 usos), según R.D. 773/97. Homologado y marcado con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.			
			Total Ud	2,000	33,66
6.1.3	Ud	Suministro de equipo de arnés simple de seguridad anticaídas con un elemento de amarre incorporado consistente en una cinta tubular elástica de 1,5 m con amortiguador de impacto en el extremo, en bolsa de transporte (amortizable en 4 usos), según R.D. 773/97. Homologado y marcado con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.			
			Total Ud	2,000	39,96
6.1.4	Ud	Suministro de dispositivo anticaídas para sujeción a cuerda de poliamida de 16 mm (amortizable en 4 usos), según R.D. 773/97. Incluso mosquetón. Homologado y marcado con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.			
			Total Ud	2,000	115,56
6.1.5	M	Suministro, montaje y desmontaje de cuerda guía anticaídas de poliamida de alta tenacidad de 16 mm de diámetro, con guardacabos en los extremos, según R.D. 773/97. Homologada y marcada con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Longitud medida según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.			
			Total m	20,000	93,40
6.1.6	Ud	Suministro de gafas de protección contra impactos (amortizables en 3 usos), según R.D. 773/97. Homologadas y marcadas con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.			
			Total Ud	2,000	8,70
6.1.7	Ud	Suministro de par de guantes de uso general de lona y serraje, según R.D. 773/97. Homologados y marcados con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.			
			Total Ud	4,000	13,08
6.1.8	Ud	Suministro de protector auditivo con arnés a cabeza anatómico y ajuste con almohadillado central (amortizable en 3 usos), según R.D. 773/97. Homologado y marcado con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.			
			Total Ud	2,000	25,90
6.1.9	Ud	Suministro de juego de tapones antirruído de silicona, según R.D. 773/97. Homologado y marcado con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.			
			Total Ud	12,000	19,80
6.1.10	Ud	Suministro de par de botas de seguridad con puntera metálica y plantillas de acero flexibles, según R.D. 773/97. Homologadas y marcadas con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.			
			Total Ud	4,000	205,96

Presupuesto parcial nº 6 SEGURIDAD Y SALUD

Nº	Ud	Descripción	Medición	Precio	Importe			
6.1.11	Ud	Suministro de par de botas de agua sin cremallera, según R.D. 773/97. Homologadas y marcadas con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Total Ud	4,000	33,14			
					132,56			
6.1.12	Ud	Suministro de mono de trabajo de una pieza de poliéster-algodón, según R.D. 773/97. Homologado y marcado con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Total Ud	4,000	19,81			
					79,24			
6.1.13	Ud	Suministro de traje impermeable de trabajo, de PVC, según R.D. 773/97. Homologado y marcado con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Total Ud	4,000	11,89			
					47,56			
6.1.14	Ud	Suministro de cinturón con bolsa de varios compartimentos para herramientas, según R.D. 773/97. Homologado y marcado con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Total Ud	2,000	26,40			
					52,80			
6.1.15	Ud	Suministro de peto reflectante de color butano o amarillo, según R.D. 773/97. Homologado y marcado con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Total Ud	4,000	23,61			
					94,44			
6.1.16	Ud	Suministro de mascarilla autofiltrante desechable, contra partículas de polvo, FFP1, según R.D. 773/97. Homologada y marcada con certificado CE. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Total Ud	12,000	1,51			
					18,12			
			Total subcapítulo 6.1.- PROTECCIONES INDIVIDUALES:		997,54			
6.2.- PROTECCIONES COLECTIVAS								
6.2.1	Ud	Suministro, colocación y desmontaje de cartel indicativo de riesgos normalizado, normalizado, de 700x1000 mm, con soporte de acero galvanizado de 80x40x2 mm y 2 m de altura (amortizable en 5 usos). Según R.D. 485/97. Incluso p/p de hormigonado del pozo con hormigón en masa HM-20/B/20/I. Incluye: Replanteo de los apoyos. Excavación y apertura manual de los pozos. Colocación, alineado y aplomado de los soportes. Hormigonado del pozo. Montaje. Desmontaje posterior. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Total Ud	4,000	14,00			
					56,00			
6.2.2	M	Suministro, montaje y desmontaje de barandilla de protección de perímetro de forjados, compuesta por guardacuerpos de seguridad telescópicos colocados cada 2,5 m (amortizables en 8 usos), fijados por apriete al forjado, pasamanos y travesaño intermedio formado por barandilla de tubo de acero de 25 mm de diámetro y 2,5 m de longitud (amortizable en 10 usos) y rodapié metálico de 3 m de longitud (amortizable en 10 usos). Según R.D. 486/97. Incluye: Colocación, instalación y comprobación. Desmontaje posterior. Criterio de medición de proyecto: Longitud medida según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
			2	18,95			37,900	
			2	14,50			29,000	
							66,900	66,900
			Total m		66,900	7,57		506,43

Presupuesto parcial nº 6 SEGURIDAD Y SALUD

Nº	Ud	Descripción	Medición	Precio	Importe	
6.2.3	M	Suministro, montaje y desmontaje de bajante metálica de escombros de 40 cm de diámetro (amortizable en 5 usos). Incluso embocadura de vertido, puntales de acodamiento, elementos de sujeción y accesorios. Incluye: Montaje, instalación y comprobación. Desmontaje posterior. Criterio de medición de proyecto: Longitud medida según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.				
			Total m	8,000	22,86	182,88
6.2.4	Ud	Suministro y colocación de extintor de polvo químico ABC, polivalente antibrasa, de eficacia 34A/233B, de 6 kg de agente extintor, con soporte, manómetro comprobable y boquilla con difusor. Incluye: Marcado de la situación de los extintores en los paramentos. Colocación y fijación de soportes. Cuelgue de los extintores. Señalización. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.				
			Total Ud	2,000	52,83	105,66
Total subcapítulo 6.2.- PROTECCIONES COLECTIVAS:					850,97	

6.3.- INSTALACIONES DE HIGIENE Y BIENESTAR

6.3.1	Ud	Mes de alquiler de caseta prefabricada para aseos en obra, de dimensiones 3,45x2,05x2,30 m (7,00 m²), compuesta por: estructura metálica, cerramiento de chapa con terminación de pintura prelacada, cubierta de chapa, aislamiento interior, instalaciones de fontanería, saneamiento y electricidad, tubos fluorescentes y punto de luz exterior, termo eléctrico, ventanas de aluminio con luna y rejas, puerta de entrada de chapa, suelo contrachapado hidrófugo con capa antideslizante, revestimiento de tablero en paredes, placa turca, dos platos de ducha y lavabo de tres grifos, puerta de madera en placa turca y cortina en ducha. Según R.D. 486/97. Incluye: Montaje, instalación y comprobación. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
		Duración obra: 4 meses	4				4,000	
							4,000	4,000
			Total Ud	4,000			126,07	504,28

6.3.2	Ud	Horas de limpieza y desinfección de la caseta o local provisional en obra, realizadas por peón ordinario de construcción. Incluso p/p de material y elementos de limpieza. Según R.D. 486/97. Incluye: Trabajos de limpieza. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
		1limpieza/semana	16				16,000	
							16,000	16,000
			Total Ud	16,000			23,04	368,64
Total subcapítulo 6.3.- INSTALACIONES DE HIGIENE Y BIENESTAR:					872,92			

6.4.- FORMACION DE TRABAJADORES Y REUNIONES

6.4.1	Ud	Reunión del Comité de Seguridad y Salud en el Trabajo, considerando una reunión de dos horas. El Comité estará compuesto por un técnico cualificado en materia de Seguridad y Salud con categoría de encargado de obra, dos trabajadores con categoría de oficial de 2ª, un ayudante y un vigilante de Seguridad y Salud con categoría de oficial de 1ª. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
		Considerando una reunión al mes de 2 horas de duración (Periodo de ejecución estimado = 4 meses)	2	4,00			8,000	
							8,000	8,000
			Total Ud	8,000			37,82	302,56

Presupuesto parcial nº 6 SEGURIDAD Y SALUD

Nº	Ud	Descripción	Medición	Precio	Importe			
6.4.2	Ud	Hora de charla para formación de Seguridad y Salud en el Trabajo, realizada por Técnico cualificado perteneciente a una empresa asesora en Seguridad y Prevención de Riesgos. Incluso p/p de pérdida de horas de trabajo por parte de los trabajadores asistentes a la charla, considerando una media de seis personas. Criterio de medición de proyecto: Unidad proyectada, según Estudio o Estudio Básico de Seguridad y Salud.						
			Uds.	Largo	Ancho	Alto	Parcial	Subtotal
		Se consideran 4 horas al mes (Se estima una duración de 4 meses)	4	4,00			16,000	
							16,000	16,000
			Total Ud:		16,000	25,21		403,36
		Total subcapítulo 6.4.- FORMACION DE TRABAJADORES Y REUNIONES:						705,92
		Total presupuesto parcial nº 6 SEGURIDAD Y SALUD :						3.427,35

Presupuesto de ejecución material

1 ACTUACIONES PREVIAS Y DEMOLICIONES	60.919,25
2 ESTRUCTURA	16.793,93
3 CUBIERTA	86.911,40
4 CARPINTERIA EXTERIOR	1.770,00
5 VARIOS	2.640,00
6 SEGURIDAD Y SALUD	3.427,35
6.1.- PROTECCIONES INDIVIDUALES	997,54
6.2.- PROTECCIONES COLECTIVAS	850,97
6.3.- INSTALACIONES DE HIGIENE Y BIENESTAR	872,92
6.4.- FORMACION DE TRABAJADORES Y REUNIONES	705,92
Total	172.461,93

Asciende el presupuesto de ejecución material a la expresada cantidad de CIENTO SETENTA Y DOS MIL CUATROCIENTOS SESENTA Y UN EUROS CON NOVENTA Y TRES CÉNTIMOS.

IBI a 11 de marzo de 2016
Arquitecto:

Fernando Cervantes García (Col. N° 7.340 en COACV-CTAA)

Proyecto: INTERVENCION EN MOLINO DE PAPEL - Fase 1. Valoración de las obras de conservación y reh...

Capítulo	Importe
1 ACTUACIONES PREVIAS Y DEMOLICIONES	60.919,25
2 ESTRUCTURA	16.793,93
3 CUBIERTA	86.911,40
4 CARPINTERIA EXTERIOR	1.770,00
5 VARIOS	2.640,00
6 SEGURIDAD Y SALUD	
6.1 PROTECCIONES INDIVIDUALES	997,54
6.2 PROTECCIONES COLECTIVAS	850,97
6.3 INSTALACIONES DE HIGIENE Y BIENESTAR	872,92
6.4 FORMACION DE TRABAJADORES Y REUNIONES	705,92
Total 6 SEGURIDAD Y SALUD	3.427,35
Presupuesto de ejecución material	172.461,93
13% de gastos generales	22.420,05
6% de beneficio industrial	10.347,72
Suma	205.229,70
21% IVA	43.098,24
Presupuesto base de licitación	248.327,94

Asciende el presupuesto base de licitación a la expresada cantidad de DOSCIENTOS CUARENTA Y OCHO MIL TRESCIENTOS VEINTISIETE EUROS CON NOVENTA Y CUATRO CÉNTIMOS.

IBI a 11 de marzo de 2016

Arquitecto:

Fernando Cervantes García (Col. N° 7.340 en
COACV-CTAA)

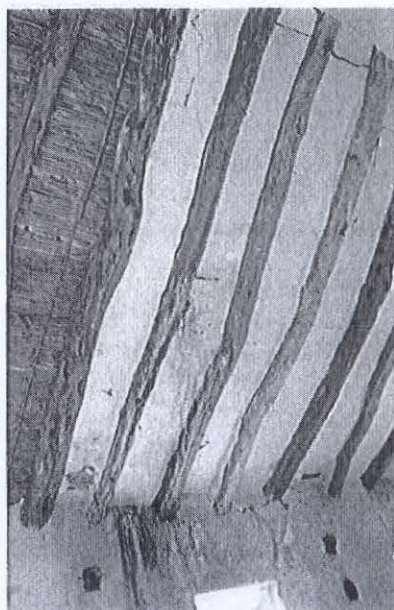
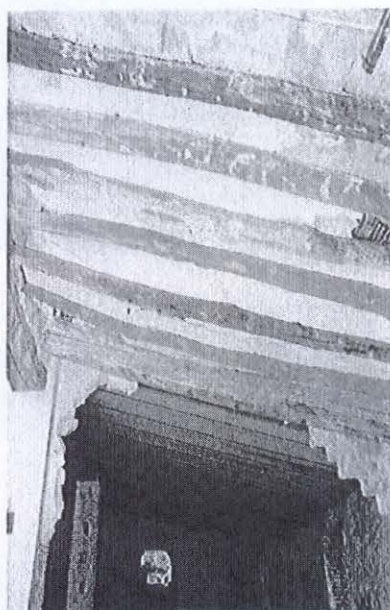
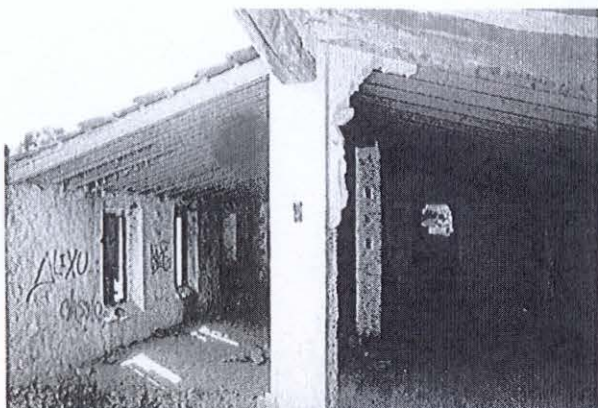
DOCUMENTACION FOTOGRAFICA APORTADA POR EL EXCMO.
AYUNTAMIENTO DE IBI

ANEXO 1 Documentación fotográfica

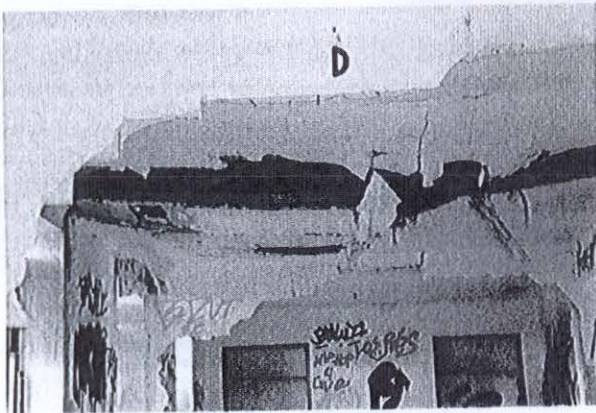
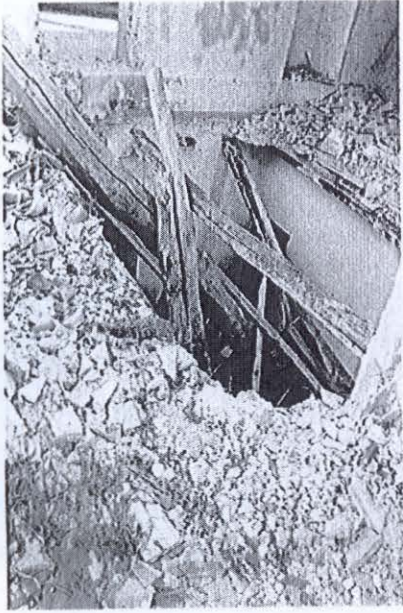
Vistas generales



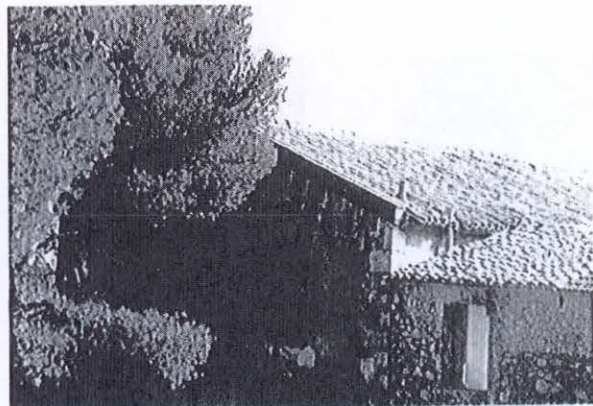
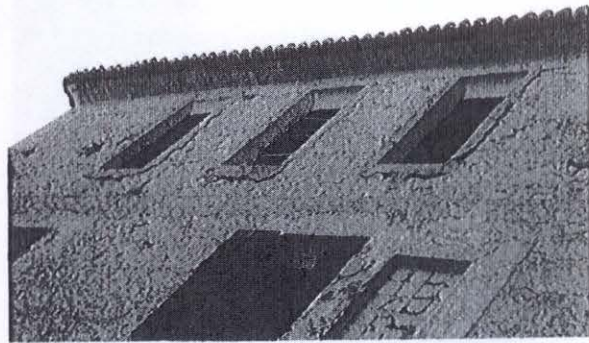
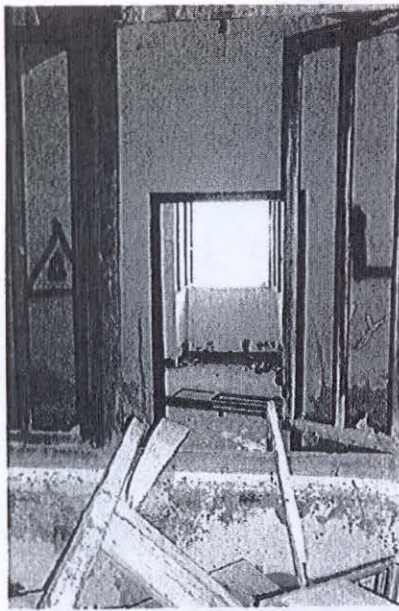
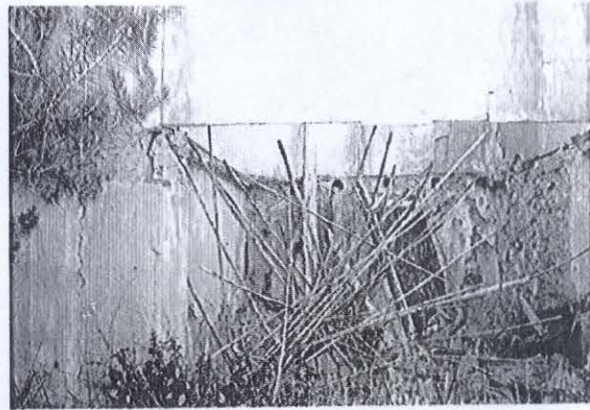
Forjados de cubiertas



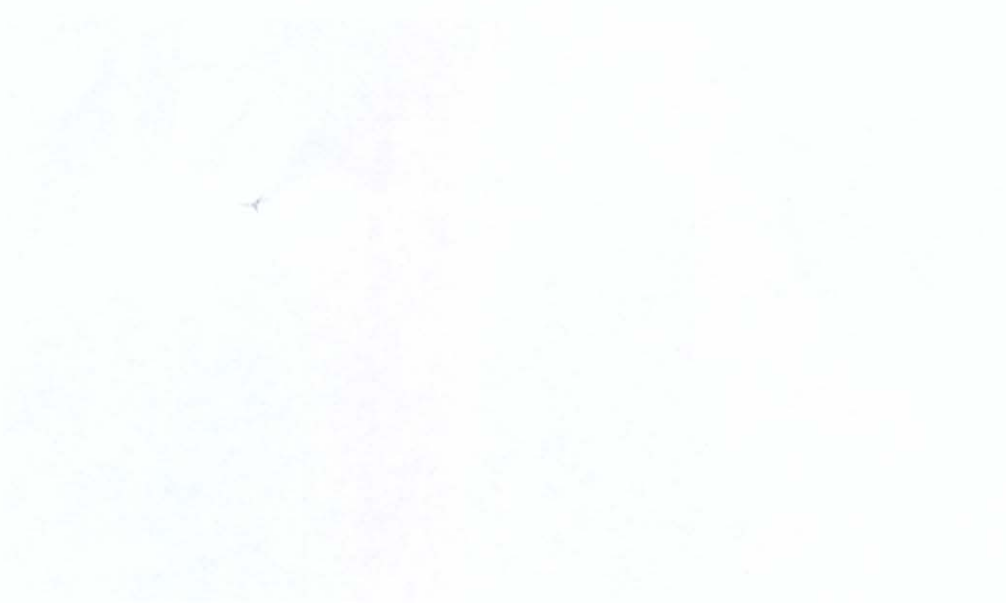
Forjados entre plantas

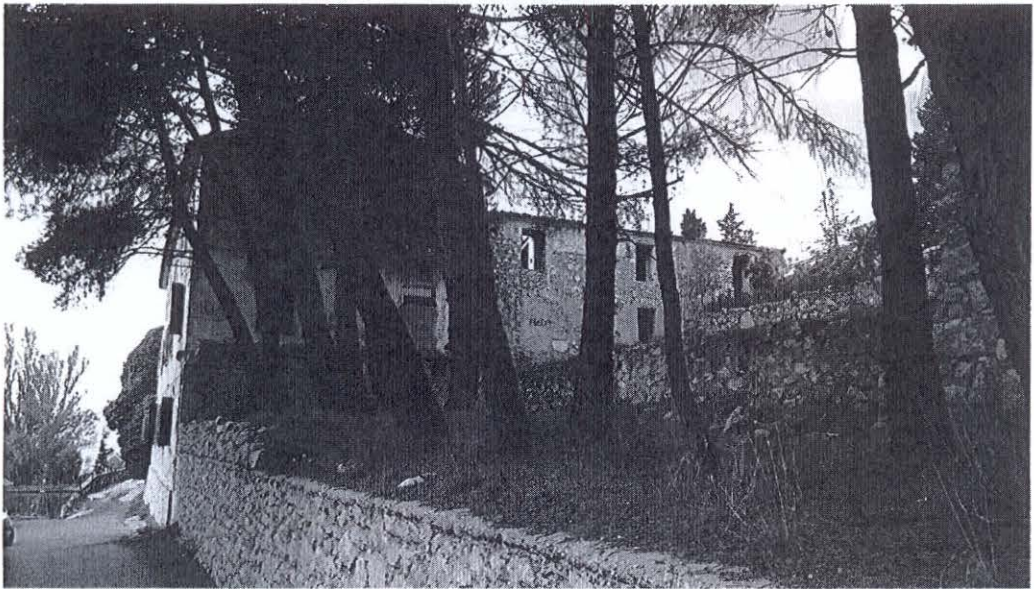


Fachadas y huecos



DOCUMENTACION FOTOGRAFICA DE LAS VISITAS DE OBRA





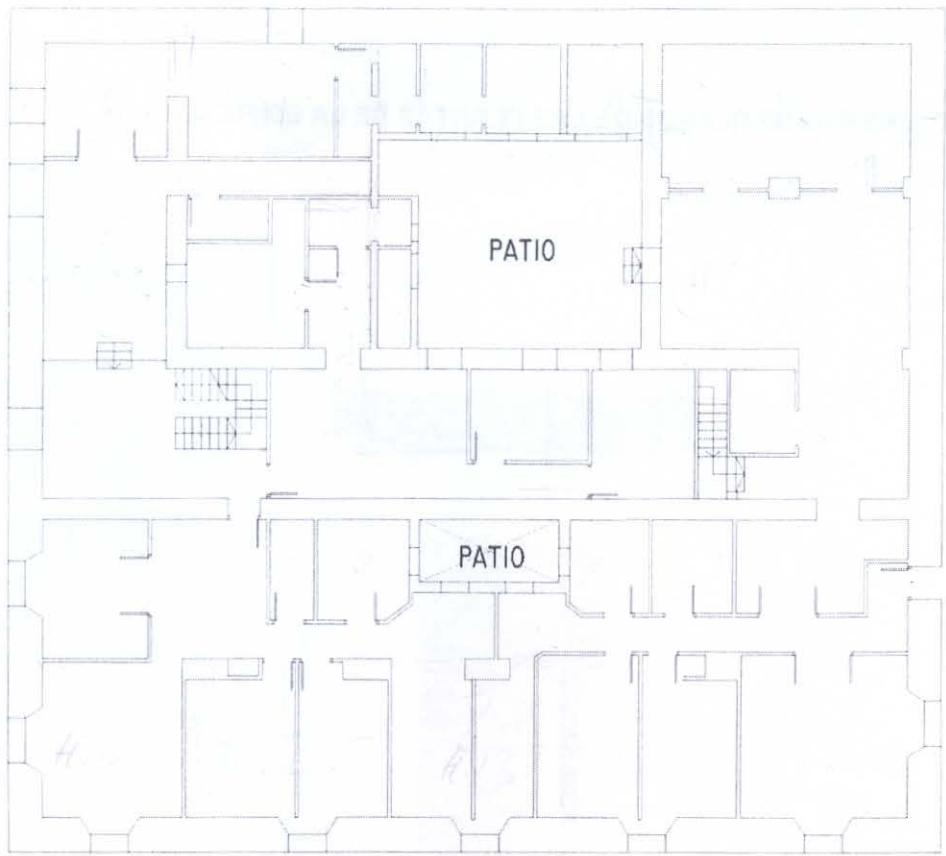




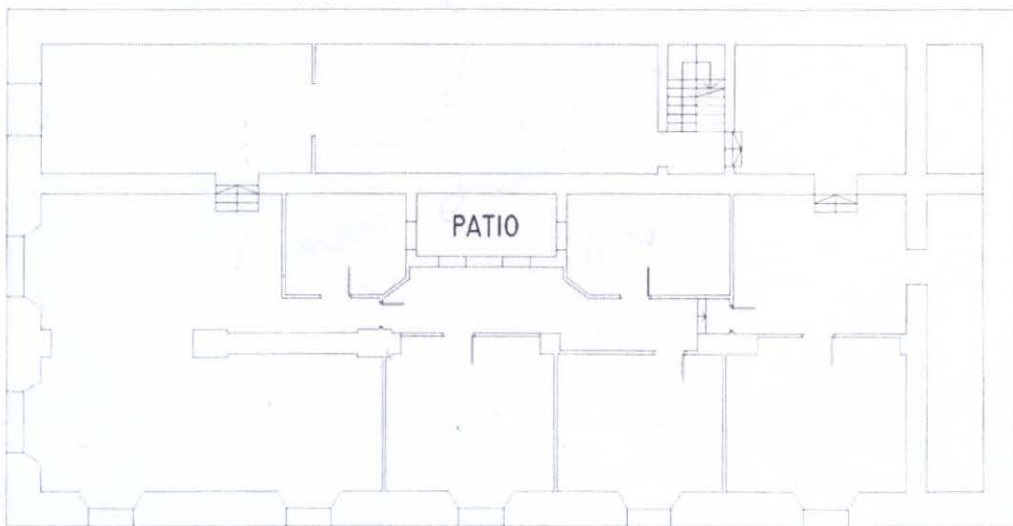




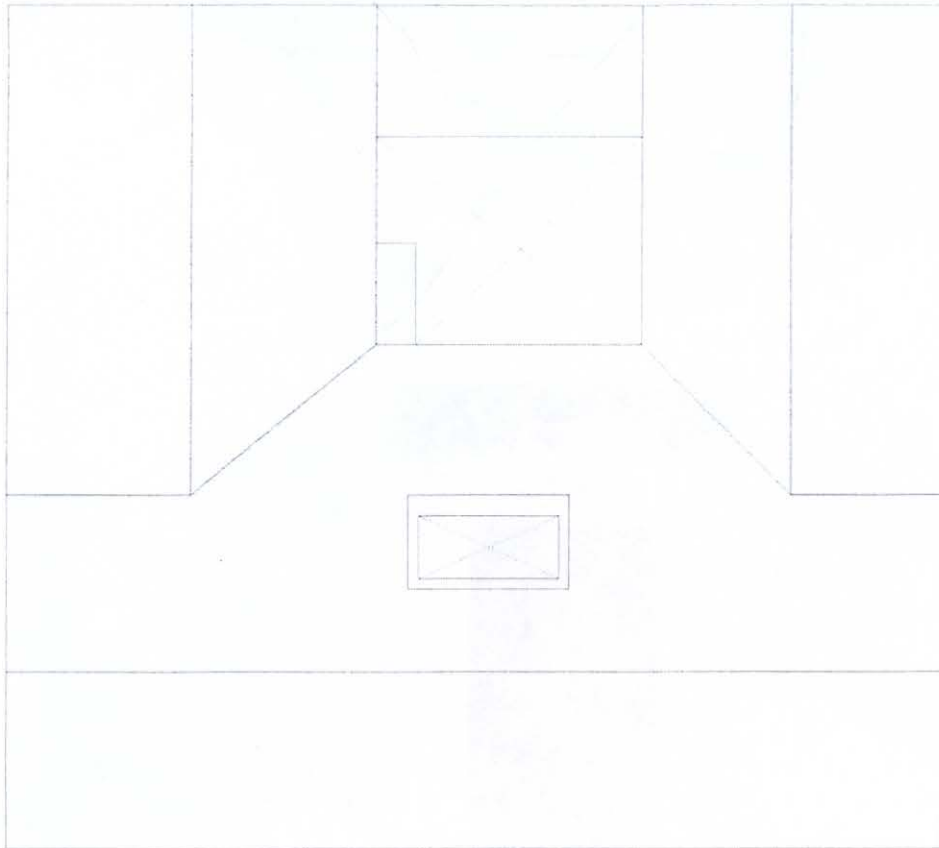
LEVANTAMIENTO DE PLANOS DE LAS PLANTAS DE LA EDIFICACION



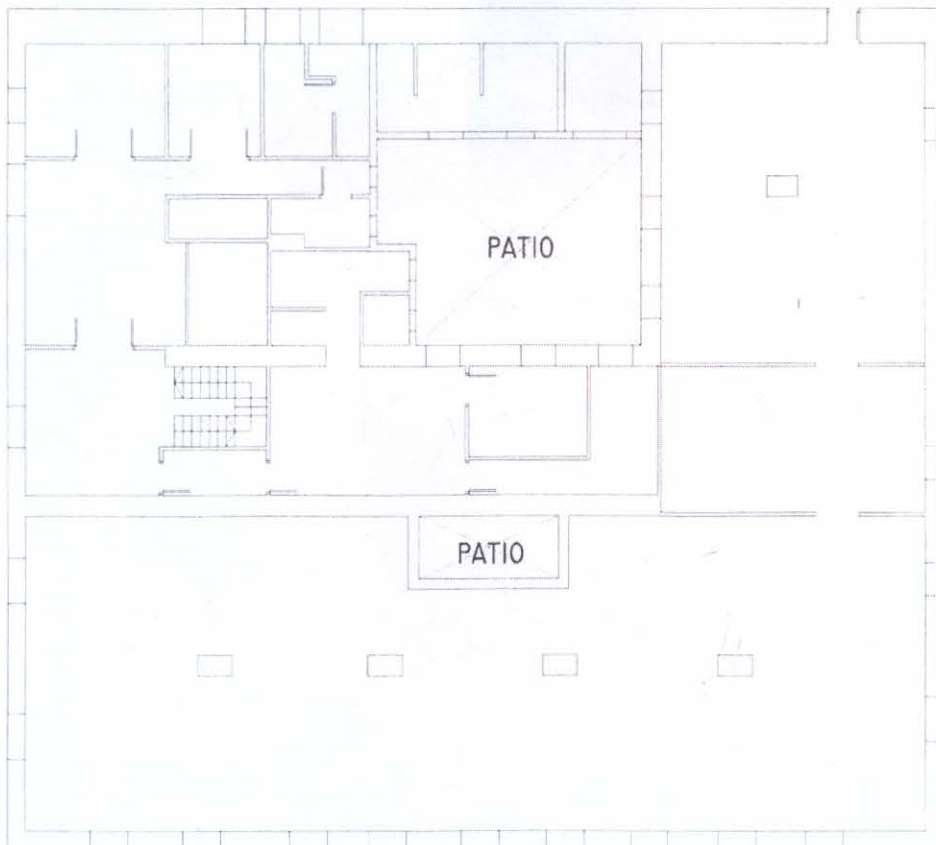
PLANTA PRIMERA



PLANTA BAJA



PLANTA CUBIERTA



PLANTA SEGUNDA