



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

# *PLAN DE EMPRESA PARA LA IMPLANTACIÓN DE UN HOTEL ECOSOSTENIBLE EN LA PLAYA DE GANDÍA*

---

**MEMORIA PRESENTADA POR:**

*PAU PERET NOGUERA*

**TUTOR/A:**

*ANA MENGUAL RECUERDA*

**COTUTOR/A:**

*DAVID JUÁREZ MENGUAL*

**GRADO DE ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**Convocatoria de defensa: JULIO 2021**



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

## RESUMEN

Este proyecto está enfocado en el equilibrio entre el Turismo y la sostenibilidad del planeta. Es un modelo poco habitual en nuestro país, en el que observamos un gran potencial de cara al futuro, cada vez la gente se encuentra más concienciada con el medioambiente y el cuidado del planeta. Nos encontramos en Gandía en la temporada de máxima afluencia y nos hace preguntarnos, ¿y si tuviéramos un hotel donde la gente pudiera disfrutar de sus vacaciones sabiendo que están cuidando del planeta?

Estas dos variables, conocimiento del medio ambiente y del tirón de Gandía de cara al turismo nacional, nos plantea la posibilidad de crear un hotel en donde los clientes puedan disfrutar de la costa mediterránea a la par que contribuyen y aprenden a cuidar del planeta.

## PALABRAS CLAVE

Medio ambiente, turismo, energía renovable, hotel, playa, educación ecológica

## SUMMARY

This Project is focused on the equilibrium between vacation and sustainability. It's a rare model in our country, in which we can observe a high potential towards the future, due to the increasing awareness of people towards the environment. Which bring us to the point on wondering, locating ourselves in Gandia between march and November when beaches are crowded, what if we had a hotel where people could enjoy their vacation knowing they'll be looking after the planet.

These two variables, environmental knowledge and Gandias pull on national tourism, we plan on building a hotel in which clients can enjoy the Mediterranean coast at the same time they contribute and learn to take care of the planet.

## PALABRAS CLAVE

Enviroment, Turism, Renewable energies, Hotel, Beach, Green Education



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

## RESUM

Aquest projecte està enfocat amb el equilibri entre el turisme i la sostenibilitat del planeta. Es un model poc habitual al nostre país, en el que observem un gran potencial de cara al futur, cada vegada la gent es troba mes concienciada amb el medi ambient i el compte del planeta. Mos trobem a Gandía en la temporada de máxima afluencia i mos preguntem. I si tinguerem un hotel a on la gent puga disfrutar de les seues vacances conegent que está cuidant del planeta?

Estes dos variables, coneixement del medi ambient i el tiró de Gandía de cara al turismo nacional, mos planteja la possibilitat de crear un hotel a on els clients puguen disfrutar de la costa mediterránea a la par que constribuixen i aprenen a cuidar del planeta.

## PARAULES CLAU

Medi ambient, turismo, energía renovable, hotel, platja, educación ecológica



## INDICE

RESUMEN .....	2
PALABRAS CLAVE.....	2
SUMMARY .....	2
PALABRAS CLAVE.....	2
RESUM.....	3
PARAULES CLAU .....	3
1. INTRODUCCIÓN.....	8
1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO .....	8
1.2. RAZÓN DE SER.....	9
1.3. NOMBRE DEL NEGOCIO Y LOGO .....	9
1.4. MISIÓN Y VISIÓN .....	10
2. PLAN ESTRATÉGICO.....	10
2.1. ANÁLISIS INTERNO .....	11
2.1.1. IDENTIFICACIÓN DE RECURSOS Y CAPACIDADES .....	11
2.1.2. PERFIL ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA.....	14
2.2. MATRIZ FORTALEZAS Y DEBILIDADES.....	16
2.2.1. TABLA FORTALEZAS Y DEBILIDADES .....	16
2.3. ANÁLISIS EXTERNO .....	17
2.3.1. ANÁLISIS MACROENTORNO .....	17
2.3.1.1. PERFIL ESTRATÉGICO DEL ENTORNO .....	25
2.3.1.2. TABLA DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES MACROENTORNO .....	26
2.3.2. ANÁLISIS MICROENTORNO .....	27
2.3.2.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO.....	27
2.3.2.2. MAPA DE GRUPOS ESTRATÉGICOS.....	27
2.3.2.3. LAS CINCO FUERZAS DE PORTER .....	28
2.3.2.4. TABLA DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES MICROENTORNO.....	29
2.4. MATRIZ DAFO.....	30
2.5. FORMULACIÓN, EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS .....	31
3. ANÁLISIS DE MERCADO .....	34
3.1. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA.....	35
3.2. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO .....	35
3.3. NIVEL DE COMPETENCIA DEL SECTOR .....	36
3.4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR.....	37
4. PLAN DE MARKETING .....	39



CAMPUS D'ALCOI

4.1.	OBJETIVOS COMERCIALES .....	39
4.2.	MARKETING MIX .....	40
4.2.1.	ESTRATEGIA DE SERVICIO.....	40
4.2.2.	ESTRATEGIA DE PRECIO.....	40
4.2.3.	ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN.....	41
5.	PROCESO DE CONSTRUCCIÓN Y DOCUMENTACIÓN.....	42
5.1.	PROCESO CONSTRUCCIÓN .....	42
5.2.	UBICACIÓN .....	44
5.3.	IMÁGENES 3D Y DISTRIBUCIÓN.....	45
5.3.1.	DISTRIBUCIÓN .....	47
5.4.	DOCUMENTACIÓN .....	49
6.	PLAN FINANCIERO .....	50
6.1.	NECESIDADES FINANCIERAS.....	50
6.1.1.	INVERSIÓN DE ACTIVOS .....	51
6.1.1.1.	INVERSIÓN INMOVILIZADO .....	51
6.1.2.	INVERSIÓN DEL CIRCULANTE .....	57
6.1.3.	CUENTAS ANUALES PROVISIONALES A TRES AÑOS .....	61
6.1.4.	ANÁLISIS ECONOMICO-FINANCIERO.....	63
7.	ORGANIZACIÓN Y PERSONAL .....	63
7.1.	DISTRIBUCIÓN .....	63
7.2.	PERSONAL.....	67
7.2.1.	EQUIPO HUMANO .....	67
7.2.2.	POLÍTICA LABORAL .....	67
7.2.3.	HORARIO .....	69
8.	BUESINESS MODEL CANVAS.....	72
9.	CONCLUSIONES .....	74
10.	BIBLIOGRAFÍA.....	75
11.	REFERENCIAS.....	77



## TABLAS

Tabla 1 Identificación de recursos y capacidades .....	12
Tabla 2 Análisis funcional .....	13
Tabla 3 Perfil estratégico.....	15
Tabla 4 Fortalezas y debilidades .....	16
Tabla 5 PEST .....	24
Tabla 6 Perfil estratégico del entorno.....	25
Tabla 7 Amenazas y oportunidades del macroentorno .....	26
Tabla 8 Amenazas y oportunidades del microentorno .....	29
Tabla 9 Matriz DAFOT.....	30
Tabla 10 Selección de las estrategias .....	32
Tabla 11 Puntuación relativa.....	33
Tabla 12 Grupo de interés.....	34
Tabla 13 Precio habitación .....	41
Tabla 14 presupuesto departamento de marketing .....	51
Tabla 15 presupuesto departamento de finanzas y contabilidad.....	51
Tabla 16 presupuesto departamento de animación.....	52
Tabla 17 presupuesto del departamento de mantenimiento.....	52
Tabla 18 presupuesto de bares .....	53
Tabla 19 presupuesto departamento de recepción.....	53
Tabla 20 presupuesto del departamento de limpieza .....	54
Tabla 21 presupuesto del departamento de cocina .....	54
Tabla 22 presupuesto de todos los departamentos .....	55
Tabla 23 presupuesto de todos los departamentos .....	55
Tabla 24 inmovilizado material .....	56
Tabla 25 inmovilizado inmaterial .....	56
Tabla 26 inversión en activos no corrientes.....	57
Tabla 27 presupuesto luz y ordenadores por departamento .....	58
Tabla 28 presupuesto de electrodoméstico departamento bares y cocina .....	59
Tabla 29 presupuesto salarios.....	60
Tabla 30 tabla convenio .....	60
Tabla 31 presupuesto inversión circulante .....	61
Tabla 32 PyG.....	61
Tabla 33 Tabla activos y pasivos.....	62
Tabla 34 tabla rentabilidad económica y financiera .....	63
Tabla 35 Horario finanzas y contabilidad .....	69
Tabla 36 Horario animación .....	69
Tabla 37 Horario de actividades.....	69
Tabla 38 Horario mantenimiento.....	70
Tabla 39 Horario bares .....	70
Tabla 40 Horario cafetería.....	70
Tabla 41 Horario marketing .....	71
Tabla 42 Horario recepción .....	71
Tabla 43 Horario limpieza .....	71
Tabla 44 Horario cocina.....	72



## ILUSTRACIONES

Ilustración 1 logo hotel.....	10
Ilustración 2 matriz fortaleza y debilidades .....	16
Ilustración 3 restricciones COVID .....	19
Ilustración 4 deuda publica .....	19
Ilustración 5 IPC.....	20
Ilustración 6 PIB.....	20
Ilustración 7 parados.....	21
Ilustración 8 Euribor.....	21
Ilustración 9 población total .....	22
Ilustración 10 mapa de grupos estratégicos .....	28
Ilustración 11 página web .....	38
Ilustración 12 reserva página web .....	38
Ilustración 13 ubicación .....	44
Ilustración 14 ubicación Gandía .....	45
Ilustración 15 primera planta hotel.....	46
Ilustración 16 segunda planta hotel, habitaciones .....	46
Ilustración 17 habitación para dos.....	47
Ilustración 18 cuarto de baño .....	48
Ilustración 19 oficinas .....	48
Ilustración 20 cocina .....	49



## 1. INTRODUCCIÓN

Gandía es un destino turístico consolidado, en el que cada año concentra a miles de turistas en épocas de máxima afluencia. Son muchas las opciones de alojamiento y disfrute de las que disponen, sin embargo, muchos de ellos pueden echar de menos opciones que encajen mejor con un modo de vida más cercano y respetuosos a la naturaleza.

Tradicionalmente los hoteles de la ciudad se han centrado en otros asuntos que consideraban más prioritarios, como el servicio al cliente o la obtención beneficios. A causa de ello, hoy, hay alternativas que han sido desestimadas, ya que se creían que no eran capaces de crear interés en los visitantes. No obstante, en los últimos años ha crecido el número de personas concienciada en el cuidado y protección del planeta.

Es en este escenario donde nuestra empresa entra en acción. En el presente trabajo expondremos un modelo de negocio alternativo, preocupado no solo por la obtención de rendimiento económico, sino también por el impacto que genera la sociedad y en el medio ambiente.

El proyecto se estructura en primer lugar explicando el proyecto a grandes rasgos identificando los valores, la misión y la visión que quedará impreso en la identidad de la empresa.

En segundo lugar, se procederá hacer un análisis estratégico, tanto interno como externo de modo que se podrán identificar las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades (DAFO), así como los posibles escenarios con los que nos podremos encontrar.

En tercer lugar, se realizará un estudio de mercado, de modo que podamos conocer a nuestro cliente potencial, así podremos identificar las necesidades y aspectos que más valoran de modo que podamos satisfacerlos de forma efectiva.

Una vez conocido el cliente potencial y los escenarios más probables, realizaremos los planes de marketing encarados a satisfacer al cliente en sus necesidades y lo acompañaremos con un plan financiero y organizativo, de modo que podamos hacerlo de manera sostenible y con el menor riesgo posible.

### 1.1. DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

Hemos nacido en la costa del mediterráneo, donde gran parte del país visita cada verano, para poder disfrutar de sus maravillosas playas de bandera azul y de sus temperaturas aliviadas por el viento de levante, que suaviza el termómetro de la costa.

Gandía recibe miles de turistas cada verano y nuestra intención es que su estancia sea lo más agradable posible y junto a ello, poder contribuir con el cuidado del planeta, podemos conseguir la confortabilidad de nuestros turistas con una estancia mirando hacia un turismo sostenible y la evolución de nuestra tierra. Ofreciendo las mismas características y comodidades que un hotel de la costa, pero sin dejar a parte la razón social para asegurar y proteger la naturaleza.





Este nuevo e ilusionante proyecto, empieza con un objetivo claro, atraer turistas que aporten el cuidado a nuestra ciudad que se merece, animando a mantener y cuidar nuestras maravillosas playas de levante y junto a ello, hacerles ver que el planeta necesita que los humanos reaccionemos y cuidemos nuestro hogar llamado tierra, así poder dejar a las nuevas generaciones un planeta sano y que ellos puedan seguir esta evolución.

Nos definimos como un hotel ecológico, en el que defendemos y apoyamos a nuestro entorno, sin perjudicar al medio ambiente y favoreciendo al avance de nuestra tierra.

## 1.2. RAZÓN DE SER

La razón del proyecto es poder ofrecer y enseñar a la población que se puede realizar un turismo sostenible en el que su estancia puede apoyar al cuidado del planeta, ayudando a dejarlo limpio para que las generaciones que vayan viniendo puedan disfrutar de la tierra con su plena esplendor.

Otra de las razones fueron las constantes noticias que leemos en los medios de comunicación y redes sociales sobre la contaminación que realiza el turismo y sus estancias en hoteles. Conocemos los problemas el problema que genera el plástico, en el que cada vez acecha con mayor amplitud a la tierra, uno de los grandes problemas del plástico es su destino final, en el que acaba llegando a los mares donde perjudica con bastante gravedad a la salud del ecosistema acuático. Otro problema es la sequia de los pantanos, esto ocurre por la falta de lluvia que durante estos últimos tiempos y con la falta de precipitaciones también afecta a nuestros bosques, donde cada vez se encuentra más secos. Y para terminar de nombrar los problemas que nos acecha en la actualidad en el ecosistema es el reciclaje, cada vez es mas la gente que se anima a reciclar, pero actualmente no es lo suficiente como para decir que vamos por un buen camino.

Estos problemas nombrados son temas que preocupan y por eso fusionar dos partes de mí que me apasionan como es el mundo de la hostelería en el que me he criado desde pequeño y otra parte el tema sobre el cuidado del planeta es un tema serio y quiero poder aportar un grano de arena a este mundo. Con todo ello quiero poder poner en escena mi proyecto en el que quiero demostrar que se puede realizar un turismo sostenible, ayudando a la tierra a través de hospedarse en el hotel.

## 1.3. NOMBRE DEL NEGOCIO Y LOGO

El nombre del hotel deberá representar el lugar en el que nos encontramos, definiendo con un nombre nuestro lugar, por eso el nombre no ha sido nada difícil en encontrarlo, al intentar ofrecer un turismo ecológico y una tranquilidad en nuestras instalaciones, el equipo que ha mandado hemos llegado a una conclusión. Cuando estamos en la playa lo que más nos hace disfrutar del momento y desconectar de la realidad es la brisa del mar, nos refresca del calor del verano y nos hace transportarnos a lugares maravillosos de nuestro pasado e incluso de nuestro futuro. Cuando hablamos de brisa, hablamos de algo agradable, siempre agradecemos la brisa que recorre la playa refrescándonos de las temperaturas altas. Al elegir el nombre del hotel hemos pensado que sea un nombre dulce y que llevase el nombre de



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

brisa, por eso el nombre que hemos decidido para conseguir ser referentes en el turismo ecológico es hotel “Brisa del mar”.



*Ilustración 1 logo hotel*

## 1.4. MISIÓN Y VISIÓN

La misión de la empresa es el motivo por el que existe la empresa, su razón de ser. La pregunta que transmite es, ¿Qué somos? Y en cuanto a la visión describe el objetivo que espera a conseguir en un futuro, la pregunta que transmite es, ¿Hacia dónde nos dirigimos?

Misión: “Brindar a nuestros huéspedes una innovadora experiencia a través del cuidado del planeta”

Visión: “Brisa del mediterráneo será referente del turismo ecológico en la costa mediterránea en 6 años (2027)”

## 2. PLAN ESTRATÉGICO

La planificación estratégica será el punto de partida del plan de empresa, explicando lo que queremos lograr con el proyecto y cómo vamos a hacerlo. Consistirá en la fijación de objetivos y la manera en que se han de conseguir esos objetivos, por lo que va a ser el marco a través del cual se desarrollaron y coordinarán todas las estrategias, siendo así donde concretamos decisiones de mucha importancia, que nos ayudará a poder guiar al proyecto a la máxima excelencia.



## 2.1. ANÁLISIS INTERNO

El análisis interno consiste en poder juzgar las habilidades, recursos y competencias de nuestro proyecto, así tendremos un estudio en el que podemos apoyarnos para escoger las herramientas estratégicas necesarias y poder alcanzar un nivel de resultados óptimo. Conseguiremos ver tanto nuestros puntos fuertes como débiles frente a la competencia. (Recuerda, 2020) (Capó J. , 2020) (Silvestre, 2020)

### 2.1.1. IDENTIFICACIÓN DE RECURSOS Y CAPACIDADES

Como primer paso del análisis interno, debería realizarse un inventario de recursos en los que el objetivo es identificar el potencial que tiene la empresa. Se realizará a través de la identificación estratégica de los recursos y habilidades pertinentes. Este apartado tiene gran importancia, ya que el éxito que consiguen las empresas corresponde la gran parte a sus características internas.

Identificaremos todos los recursos que dispone la empresa, clasificándolos en tangibles e intangibles, con diferentes subcategorías como puede ser tanto físicos como financieros, tecnológicos u organizativos. Seguiremos con el análisis funcional, en el que nos proporcionará una mayor profundidad con respecto a las capacidades detectadas anteriormente.



		RECURSOS	NO RECURSOS
TANGIBLES	FÍSICOS	R1. Placas solares R2. Ubicación R3. Maquinaria ecológica R4. Instalaciones R5. Equipos informáticos R6. 38 empleados R7. Responsabilidad ecológica	
	FINANCIEROS	R8. Inversión de accionistas R9. Subvenciones R10. Equipo Financiero	
NO TANGIBLES	NO HUMANOS	TECNOLÓGICOS	R11. Sistema de información (Web, software, APP...) R12. Derecho de marca R13. Domotización
		ORGANIZATIVOS	R14. Acuerdo con proveedores R15- Responsabilidad social corporativa (RSC) R16. Proveedores comprometidos con el proyecto
	HUMANOS	R17. Experiencia profesional R18. Formación continua a los trabajadores R19. Conocimientos y habilidades trabajadores R20. Asesoramiento R21. Alto nivel de coordinación R22. Calidad del servicio	

Tabla 1 Identificación de recursos y capacidades

Una vez tenemos identificados los recursos de la empresa, procedemos a identificar las capacidades. Las capacidades son competencias combinadas organizativas que facilita a la empresa desplegar una función adecuada y coordinada entre los distintos departamentos de la empresa y sus empleados.

Para la identificación de las capacidades, existen dos técnicas: el análisis de la cadena de valor y el análisis funcional. En este caso, será empleado el segundo, a través de este se distinguen las distintas áreas funcionales de la empresa, y seguidamente se asignan las capacidades más significativas que la empresa tiene en cada una de sus áreas funcionales.



ÁREA FUNCIONAL	CAPACIDADES
Dirección	<p>C1. Capacidad de coordinar las distintas áreas de la empresa. (R11, R13, R17, R18, R21)</p> <p>C2. Capacidad de captar trabajadores (R6, R8, R9, R10, R11, R12, R14, R15, R17, R18, R21, R22)</p> <p>C3. Capacidad de crecimiento (R5, R6, R7, R8, R9, R10, R11, R12, R14, R15, R17, R18, R19, R21, R22)</p>
Comercial	<p>C4. Capacidad de captación y mantenimiento de clientes (R17, R18, R19, R20, R21, R22)</p> <p>C5. Capacidad de promocionar el hotel (R6, R8, R9, R10, R11, R12, R14, R15, R17, R18, R21, R22)</p> <p>C6. Poca capacidad de atraer gente del extranjero.</p>
Producción	<p>C7. Capacidad de suministrar energía suficiente (R1, R2, R3, R4, R5, R6, R7, R13, R17, R18, R19, R21, R22)</p> <p>C8. Capacidad para reducir costes (R5, R6, R8, R9, R10, R17, R18, R19, R20)</p>
I+D+I	<p>C9. Capacidad de innovación en nuevos proyectos (R5, R6, R8, R9, R10, R11, R13, R17, R18, R19, R21, R22)</p> <p>C10. Capacidad de investigación (R5, R6, R8, R9, R10, R11, R13, R17, R18, R19, R21, R22)</p>
Financiación	<p>C11. Capacidad de aumentar sus ingresos anualmente. (R4, R5, R6, R8, R9, R10, R11, R13, R17, R18, R19, R21)</p> <p>C12. Capacidad de realizar inversiones beneficiosas. (R14, R5, R11, R12, R13, 14, R15, R16)</p> <p>C13. Poca capacidad de atraer nuevos inversores</p>
Recursos humanos	<p>C14. Capacidad para crear un ambiente de trabajo agradable (R2, R5, R6, R17, R18, R21)</p> <p>C15. Capacidad de crear una plantilla de trabajo amplia (R4, R6, R7, R9, R17, R19)</p> <p>C16. Capacidad para seleccionar y formar el personal correctamente (R17, R18, R19, R20, R21, R22)</p>

Tabla 2 Análisis funcional



En la tabla de capacidades de la empresa, se puede identificar las diferentes áreas funcionales:

En el área directiva, la empresa dispone de una serie de capacidades que hacen posible la buena coordinación de las diferentes áreas de la entidad, y esto conlleva a la obtención de la capacidad de poder crecer año tras año.

En el área comercial, destacamos la capacidad que tiene la marca para captar clientes y mantener los existentes durante el tiempo, gracias al equipo comercial por el gran trabajo de promoción, en caso contrario el proyecto tiene poca capacidad de gestionar gente extranjera, ya que está más enfocado a la gente nacional.

En el área productiva, el proyecto es ecológico y pretendemos utilizar la máxima energía renovable cumpliendo con la protección del medio ambiente, gracias a nuestras placas solares podemos suministrar energía para gran parte del hotel. En cuanto al nivel de costes, el no tener gastos eléctricos podemos reducir nuestros costes.

En el I+D+A, presenta capacidades destacables en innovación de proyectos, al ser un mundo prácticamente desconocido, podemos indagar en nuevos proyectos. Tenemos un mundo nuevo por conocer en el mundo del ecologismo, cada vez conocemos productos y servicios ecológicos. Gracias a nuestra inversión podemos lograr realizar grandes investigaciones en el mundo del turismo ecológico.

En el área de financiación, contamos con un gran equipo de profesionales en el que tienen unas capacidades de gestionar el patrimonio para poder obtener una financiación positiva, realizando una gestión seria y esto conlleva a realizar inversiones positivas, al tener un gran estudio previo a la ejecución. Si que nos cuesta atraer nuevos inversores, al ser un proyecto nuevo la gente desconfía, hasta no ver grandes rentabilidades.

Y para acabar, el área de recursos humanos, destacamos la capacidad que tiene de crear un buen ambiente de trabajo y sobre todo formar continuamente a los trabajadores para poder ofrecer un servicio de máxima calidad.

## 2.1.2. PERFIL ESTRATÉGICO DE LA EMPRESA

Tras haber sacado tanto los recursos como las capacidades de la empresa, se realiza una comparación con una de las empresas que se encuentra en el mismo grupo estratégico, esta comparación es efectiva para tratar de identificar posibles ventajas competitivas, que la empresa tenga respecto a sus competidores.

En este caso, se compara con el hotel villa luz, esta evaluación de capacidades, la cual se puede apreciar en la siguiente página, clasifica las capacidades usando la siguiente escala: MN (muy negativo) con valores de 1-2 sobre 10, N (negativo) con valores de 3-4, I (indiferente) con valores de 5-6, P (positivo) con valores de 7-8 y MP (muy positivo) con valores de 9-10. Esta tabla también puntúa la importancia dada a cada capacidad, con tal de determinar de forma concreta la situación de la empresa en cuanto a capacidades que realmente marcan la diferencia.



		IE	MN	N	I	P	MP	FR
<b>DIRECCIÓN</b>	C1. Capacidad de coordinar las distintas áreas de la empresa	9						9
	C2. Capacidad de captar trabajadores	8						7
	C3. Capacidad de crecimiento	9						8
<b>COMERCIAL</b>	C4. Capacidad de captación y mantenimiento de clientes	7						7
	C5. Capacidad de promocionar el hotel	7						8
	C6. Capacidad de atraer gente del extranjero	6						2
<b>PRODUCCIÓN</b>	C7. Capacidad de suministrar energía suficiente	10						9
	C8. Capacidad para reducir costes	8						9
<b>I+D+I</b>	C9. Capacidad de innovación en nuevos proyectos	7						6
	C10. Capacidad de investigación	8						7
<b>FINANCIACIÓN</b>	C11. Capacidad de aumentar sus ingresos	8						8
	C12. Capacidad de realizar inversiones beneficiosas	9						9
	C13. Capacidad de atraer nuevos inversores	8						6
<b>RECURSOS HUMANOS</b>	C14. Capacidad para crear un ambiente de trabajo	9						8
	C15. Capacidad de crear una plantilla de trabajo amplia	8						6
	C16. Capacidad de seleccionar y formar el personal correctamente	9						8

Brisa del mar	
Villa luz	

Tabla 3 Perfil estratégico

## 2.2. MATRIZ FORTALEZAS Y DEBILIDADES

Una vez hemos tenido confeccionada la tabla de la evaluación de las capacidades, el siguiente paso es realizar la matriz de fortalezas y debilidades, esta permite de una forma más visual indicar cuales de las capacidades se pueden considerar fortalezas, debilidades o indiferentes.

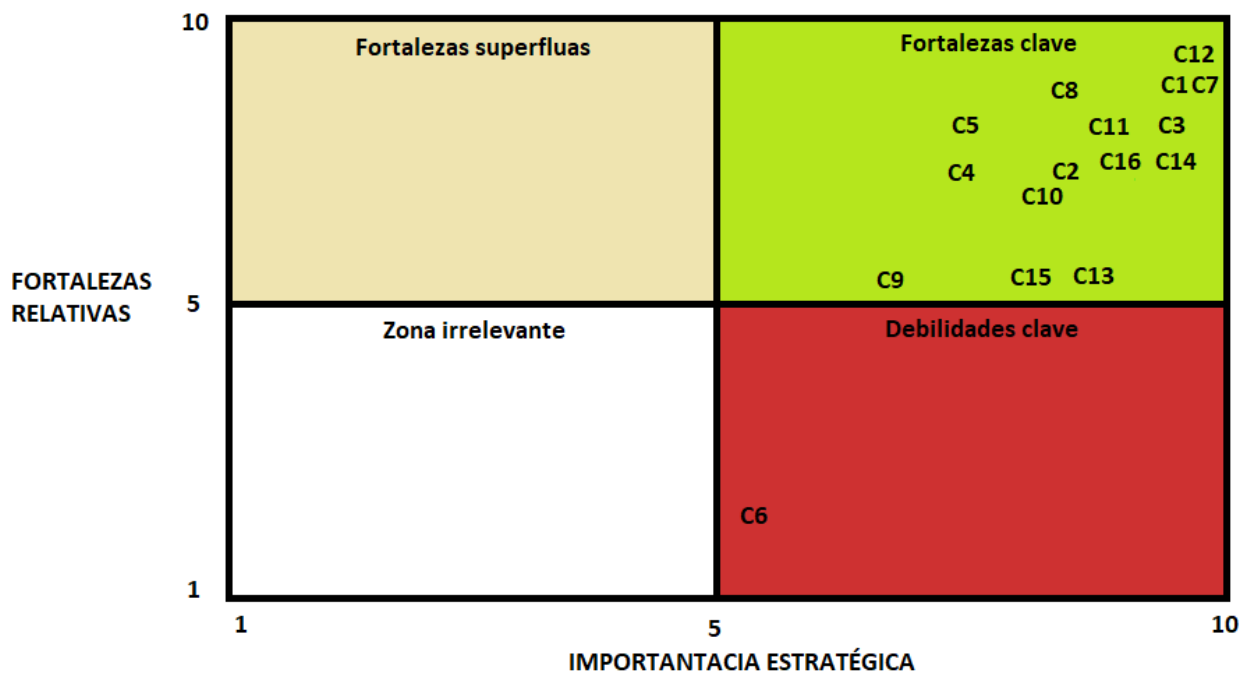


Ilustración 2 matriz fortaleza y debilidades

En la matriz podemos observar, todas y cada una de las capacidades se encuentran dentro de la zona relevante, por lo que se consideran todas como posibles fortalezas o debilidades. En este caso, solo encontramos una capacidad en la zona de debilidades clave, nos referimos a la capacidad 5 (capacidad de atraer gente del extranjero), de tal forma que las capacidades restantes se encuentran en el recuadro de fortalezas clave, considerados como fortalezas e incluso ventajas competitivas, al comparlas con la competencia.

### 2.2.1. TABLA FORTALEZAS Y DEBILIDADES

FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Coordinar áreas	D1. Atraer extranjeros
F2. Trabajadores cualificados	D2. Atraer nuevos inversores
F3. Mantenimiento de clientes	
F4. Buena financiación	
F5. Buen ambiente de trabajo	

Tabla 4 Fortalezas y debilidades





## 2.3. ANÁLISIS EXTERNO

El análisis externo consiste en identificar y evaluar los acontecimientos, cambios y las tendencias que posiblemente podrían influir en la actividad económica de las empresas. Esto nos permitirá descubrir nuestras oportunidades y amenazas, así rebajando el impacto que nos proporcionan las amenazas y fructificando las oportunidades que surjan.

### 2.3.1. ANÁLISIS MACROENTORNO

El análisis del macroentorno nos sirve para poder obtener información muy privilegiada la cual puede afectar a la empresa.

En la actualidad nos encontramos en pandemia del covid-19, en el que está teniendo un gran peso en la economía, llevándose la peor parte la hostelería y el turismo, dos sectores que van unidos. Hoy en día, empezamos a ver la luz al final del túnel, encontrándonos en plena vacunación masiva, donde estamos notando una gran bajada de los contagios y sobre todo, lo que mejores cifras estamos recibiendo son sobre los fallecimientos.

El sector hostelero ha sido uno de los grandes damnificados, teniendo que cerrar sus locales durante mucho tiempo, esta norma no ha sido aplicado en todas las comunidades autónomas, ya que cada comunidad tenía la libertad de aplicar sus propias restricciones y en este aspecto nuestra ubicación ha sido una de las grandes perjudicadas, teniendo que cerrar de enero hasta marzo sin tener ningún ingreso.

De forma más específica y conociendo los hábitos que tiene la población en cuanto a sus preferencias a la hora de viajar, conocemos que la costa del mediterráneo es una de las favoritas como destino de los españoles a la hora de reservar sus vacaciones veraniegas. Esto nos proporciona esperanza para poder resurgir de esta crisis sanitaria que tan fuerte nos ha golpeado durante este último año.

Para ello, primero deberemos observar las señales tempranas de posibles casos en el entorno, siguiendo de una interpretación de los datos obtenidos para entender los cambios y las tendencias del momento, continuando de un pronóstico de las posibles evoluciones de los cambios para poder adaptarse y finalizando con una evaluación para la empresa en términos de oportunidades o amenazas. (INE, Instituto Nacional de Estadística, 2021) (GVA, Generalitat Valenciana, 2021) (BCE, Banco central europeo, 2021)



PEST

El PEST nos aporta una serie de amenazas y oportunidades en la que engloba cuatro dimensiones del macroentorno, pudiendo afectar tanto de forma positiva como negativa hacia la empresa. El PEST está compuesto por:

- **Político-legal**, son aquellos factores que depende directamente de los comportamientos que realizan tanto el gobierno central, comunidades autónomas y ayuntamiento. Se encuentra relacionado con la situación política que atraviesa el país, así como el poder ejecutivo.

Político Legal
Subvenciones a la hostelería y proyectos ecológicos
Aumento de la deuda pública 125,24%
Restricciones Movilidad

- Subvenciones a la hostelería y proyectos ecológicos (Oportunidad)

El pacto verde europeo en el que repartirá más de 1.000 millones de euros a repartir entre los proyectos. No especifica la cantidad máxima ni mínima para cada proyecto.

En el gobierno de España autorizó al ministerio de industria, comercio y turismo a la concesión de ayudas para la industria, ofreciendo por importe de 25 millones de euros. Esta ayuda está enfocada a proyectos sostenibles.

En las comunidades autónomas, en este caso en la comunidad valencia ofrecen ayudas tanto para la hostelería como para empresas ecologistas que cuidan del medioambiente. En la comunidad valenciana saca una subvención de 2.610.000€ para la hostelería.

- Restricciones de movilidad (Oportunidad)

En este último año hemos estado envueltos por una crisis sanitaria, en el que hemos estado siempre atentos a las restricciones que iban sacando presidentes/as de diferentes comunidades autónomas, en la que en nuestro caso en la comunidad valenciana las restricciones han sido más duras que otras comunidades. En la actualidad nos encontramos con prácticamente ninguna restricción.

**Actualización Medidas COVID-19** > GENERALITAT VALENCIANA

<b>Decae el toque de queda</b>	<b>Reuniones sociales o familiares</b>	<b>Reapertura del ocio nocturno</b>
Fin de limitación de la <b>movilidad nocturna</b>	Desaparece el <b>límite de personas</b> en las casas o en las calles	Hasta las <b>2 de la madrugada</b> , sin baile y con un aforo del <b>50% en interior</b> y del <b>100% en terrazas</b>
<b>Hostelería y restauración</b>	<b>En vigor a partir del martes 8 de junio y hasta que acabe el mes de junio</b>	
Abierta hasta la <b>1 de la madrugada</b> , con <b>10 personas por mesa</b> y aforo del <b>50% en interior</b> y del <b>100% en terrazas</b>		

✓ Verifica siempre en →

@generalitat  
Generalitat Valenciana  
@generalitatvalenciana

xTi xMi

Infocoronavirus.gva.es  
900 300 555

Ilustración 3 restricciones COVID

- Aumento de la deuda pública 125.24% (Amenaza)

Este último año hemos visto un incremento de la deuda pública en nuestro país, esto viene producido por la crisis sanitaria que estamos viviendo.



Ilustración 4 deuda publica

- **Económico**, engloba todo lo relacionado con la situación económica que nos encontramos, como el indicador económico de un país (PIB).



Económico
Aumento del IPC 2,7%
Bajada del PIB -4,3%
Parados 3.910.628
Bajada de los intereses (Euribor -0,483)

- Aumento del IPC 2.7% (Datos hasta mayo 2021, INE) (Amenaza)

En lo que llevamos de año observamos un incremento de los precios en un 2.7%, este indicador es positivo si se puede mantener e incluso bajar un poco, la UE recomienda estar alrededor del 2%.

### Indice general. Variación anual

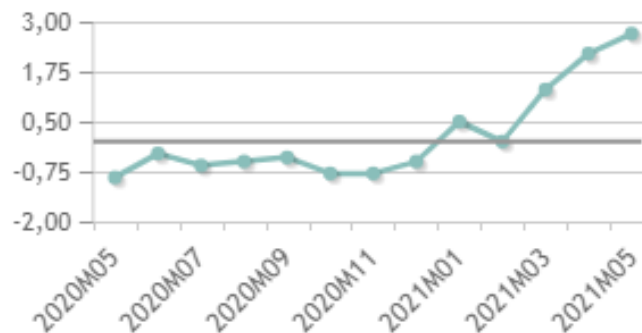


Ilustración 5 IPC

- Bajada del PIB -4.3% (Datos hasta mayo 2021, INE) (Amenaza)

Es el indicador económico por excelencia de un país y viendo la bajada que hemos visto del PIB, decimos que una amenaza para nuestro mercado, este dato viene afectado por la crisis sanitaria que hemos vivido este último año, notándose las fuertes restricciones en las comunidades.

### PIB a precios de mercado. Variación anual



Ilustración 6 PIB



- Parado 3.910.628 (Datos hasta mayo 2021, INE) (Amenaza)

En la actualidad los datos del paro en nuestro país en una cifra elevada, este dato esta relaciona con la crisis sanitaria que estamos viviendo, siendo muchos los sectores que han sido golpeados con fuerza, estamos empezar a recuperar cifras más positivas. Encaramos con esperanza este dato, al encontrarnos cerca del verano, una de las grandes épocas del año para nuestro país.

### Parados. Valor

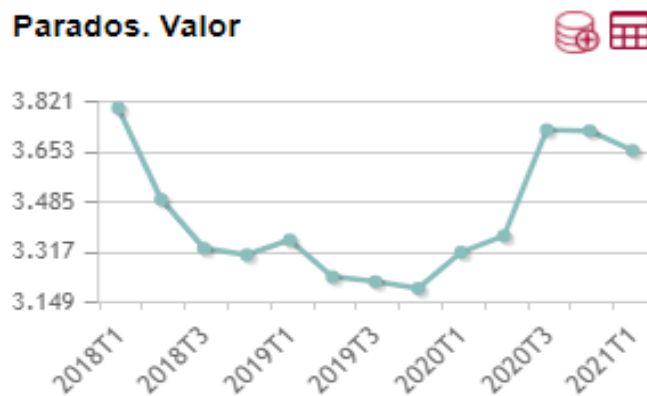


Ilustración 7 parados

- Bajada de los tipos de interés (Euribor -0.483, lunes 31/05/2021) (Oportunidad)

Un dato muy positivo para poder realizar inversiones y poder pedir financiación a las entidades financieras, aprovechando el Euribor en situación negativa. El banco central europeo calcula que hasta 2030 el Euribor no llegará a encontrarse en positivo.

### Euribor Diario durante el mes de Mayo 2021:

LU	MA	MI	JU	VI	SA	DO
					1	2
3 -0,486	4 -0,483 ↑	5 -0,483 →	6 -0,483 →	7 -0,483 →	8	9
10 -0,482 ↑	11 -0,481 ↑	12 -0,480 ↑	13 -0,482 ↓	14 -0,478 ↑	15	16
17 -0,478 →	18 -0,476 ↑	19 -0,479 ↓	20 -0,482 ↓	21 -0,479 ↑	22	23
24 -0,478 ↑	25 -0,476 ↑	26 -0,480 ↓	27 -0,480 →	28 -0,481 ↓	29	30
31 -0,483 ↓						

Ilustración 8 Euribor



- **Sociocultural**, relacionado con la cultura del macroentorno, así como hábitos sociales.

Sociocultural
Aumento de la población
Conciencia con el cambio climático
Globalización
Nivel educativo
Miedo general al contagio

- Aumento de la población (47.351.567 habitantes, INE) (Oportunidad)

Cada vez observamos el crecimiento de la población a nivel mundial va a pasos a agigantados, en nuestro país no nos quedamos atrás. La población aumenta progresivamente y cada vez somos más habitantes.

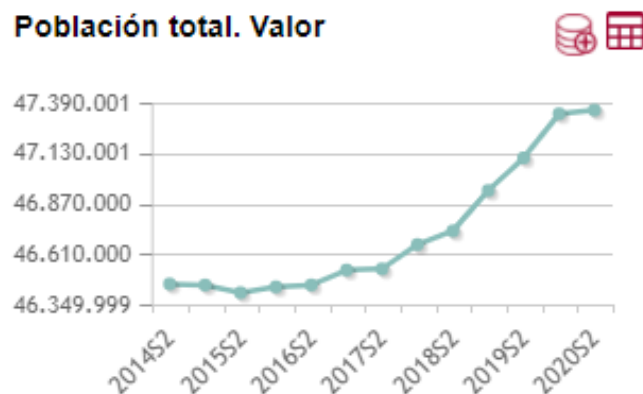


Ilustración 9 población total

- Conciencia con el cambio climático (Oportunidad)

Cada vez los habitantes del mundo están más concienciados en cuidar el planeta y protegerlo. Hemos entendido que nuestra existencia en la tierra debe ser lo más duradera posible y con el cuidado del planeta dejaremos a las generaciones que viene un planeta limpio. Este conocimiento cada vez es más progresivo y la gente se involucra más en la causa.

- Globalización (Oportunidad)

Estamos en un mundo donde conocemos todo de todos los sitios, en el momento que queremos conocer la información. Esta globalización nos ha ayudado a conocer problemas de otros países y poder aprender de otras culturas y otras creencias.



- Nivel educativo (Oportunidad)

Cada vez las generaciones están mejor preparadas y salen al mundo laboral con muchos más conocimientos y con un nivel de idiomas más elevado.

- Miedo general al contagio (Amenaza)

En sintonía con las distintas variables referentes al entorno político-legal, esta, se traduce en un menor consumo debido a la menor salida del entorno del hogar. Se considera una amenaza.

- **Tecnológico**, engloba toda clase de tecnología que nos encontramos en la actualidad.

<b>Tecnológico</b>
Avances tecnológicos
Logística y web
ERP

- Avances tecnológicos (Oportunidad)

Estamos en un mundo donde prácticamente todo está controlado por la tecnología y esto nos hace crecer mucho más rápido. La tecnología nos hace crecer con mayor fuerza y nos hace expandirnos con mayor proyección. La tecnología crece a pasos de gigantes y cada periodo de tiempo avanza la tecnología. La tecnología avanza como el mundo ha ido avanzando en toda su historia, esto no para de crecer.

- Logística y web (Oportunidad)

En esta pandemia hemos visto un gran crecimiento de pedidos y una gran gestión del control de los productos. Gracias a la gran organización de la logística muchas empresas han podido soportar la crisis económica, pudiendo ofrecer sus productos a los clientes hasta la puerta de sus casas, sin tener que caminar. En la página web han sido optimizadas para dar mejor rendimiento y mejores accesibilidades a los clientes.

- ERP (Oportunidad)

Con el avance la tecnología las empresas han tenido que ir adaptándose a los cambios, las herramientas ERP son una gran ventaja para las empresas, ya que gracias a este funcionamiento podemos contralar desde un mismo software todos los departamentos de la empresa.



político Legal	Económico	Sociocultural	Tecnológico
Subvenciones a la hostelería y proyectos ecológicos	Aumento del IPC 2,7%	Aumento de la población	Avances tecnológicos
Aumento de la deuda pública 125,24%	Bajada del PIB -4,3%	Conciencia con el cambio climático	logística y web
Estabilidad política	Parados 3.910.628	Globalización	ERP
	Bajada de los intereses (Euribor -0,483)	Nivel educativo	
		Miedo general al contagio	

Tabla 5 PEST





### 2.3.1.1. PERFIL ESTRATÉGICO DEL ENTORNO

El perfil estratégico del entorno consiste en detectar las amenazas y oportunidades, permitiéndonos entender la naturaleza de las variables del macroentorno indicándonos como el grado de incidencia que tienen con la empresa.

	MN	N	I	P	MP
<b>POLÍTICO-LEGAL</b>					
Subvenciones a la hostelería y proyectos ecológicos					
Aumento de la deuda pública					
Restricción movilidad					
<b>ECONÓMICO</b>					
Aumento del IPC					
Bajada del PIB					
Nivel de paro					
Bajada de los tipos de intereses					
<b>SOCIOCULTURAL</b>					
Aumento de la población					
Conciencia con el cambio climático					
Globalización					
Nivel educativo					
Miedo al contagio					
<b>TECNOLÓGICO</b>					
Avances tecnológicos					
Logística y web					
ERP					

Tabla 6 Perfil estratégico del entorno

En el perfil estratégico, encontramos grandes partes positivas macroeconómicas. En su mayor totalidad son gracias al avance tecnológico que atravesamos en el siglo veintiuno, con la revolución tecnológica y el avance de la humanidad como globalización. En la actualidad nos encontramos al final del túnel sobre el covid-19, en la que gran parte de las comunidades autónomas han rebajado el nivel de intensidad de las restricciones. Gran parte de la culpa de los datos negativos que podemos observar en la tabla son causantes a la crisis sanitaria, en la



que los tres meses de confinamiento han golpeado con fuerza a la economía, perjudicando a los componentes globales del PIB, esto no ha conllevado a la bajada del Euribor permitiéndonos poder endeudarnos con tipos de interés más reducidos. Nos encontramos con una buena oportunidad para la empresa.

### 2.3.1.2. TABLA DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES MACROENTORNO

En la realización del análisis del macroentorno, se han podido identificar un conjunto de amenazas y oportunidades que nos afectan directamente a la empresa, estas variables son ordenadas según el efecto que causa a la empresa. Es muy importante para la empresa conocer la situación del entorno, poder exprimir las oportunidades y adelantarse a las amenazas.

AMENAZAS	OPORTUNIDADES
A1. Aumento de la deuda pública.	O1. Ayudas Hostelería y proyectos ecológicos
A2. Bajada del PIB	O2. Restricciones movilidad
A3. Nivel de paro	O3. Bajada tipo de intereses
A4. Aumento del IPC	O4. Aumento población
A5. Miedo al contagio	O5. Conciencia cambio climático
	O6. Globalización
	O7. Nivel educativo
	O8. Avances tecnológicos
	O9. Logística y web
	O10. ERP

Tabla 7 Amenazas y oportunidades del macroentorno

Tras la realización del estudio del macroentorno se ha podido identificar la situación que estamos viviendo, en general el país respira esperanza con el fin del covid-19, gracias a las vacunas que han administrado a la gente mayor, hemos podido notar una bajada de los repuntes de contagios, pero sobre todo y lo más esperanzador son la bajada de fallecimientos diarios.

En cuanto al sector hostelero estas medidas ha sido uno de los grandes perjudicados y ha sido también golpeado con fuerza, hoy en día las fronteras con otras comunidades autónomas están abiertas, gracias la caída del toque de queda planteada por el gobierno central, en el que no se permitía trasladarse de comunidad en comunidad. Este levantamiento será recibido con los brazos abiertos en la hostelería y sobre todo la zona del levante, en la que, en temporada de verano, son invadidos por los turistas.

Los avances tecnológicos nos ayudan mucho a la hora tanto de comercializar y virilizarnos a través de las redes sociales y lo más importante, poder realizar las reservas online cómodamente. El tema tecnológico es muy importante y saber cómo adaptarse.



## 2.3.2. ANÁLISIS MICROENTORNO

En el análisis del microentorno encontramos la parte del entorno que más cercano de la actividad de la empresa, completando el análisis del entorno. Buscamos identificar las oportunidades y amenazas que nos ofrece el entorno e identificar la capacidad de obtener beneficios. Las oportunidades que encontremos serán clave para que reduzca la competencia y justamente lo contrario en las amenazas. (Capó J. , 2020) (Golf, Recursos Humanos, 2020) (Recuerda, 2020)

### 2.3.2.1. SEGMENTACIÓN DE MERCADO

El mercado consta de diferentes tipos de clientes, productos y necesidades, estas necesidades alineadas con las oportunidades de cada uno. No podemos centrarnos en todo tipo de cliente, por eso realizamos la segmentación de mercado. Conocer en quien nos vamos a centrar, así podremos crear un servicio mucho más acorde a las necesidades.

Nuestro enfoque está mezclado por las dos características de segmentación, uno es el demográfico, ya que buscamos a gente entre 20 y 60 años, con esto pretendemos acercarnos a las familias con niños/as y la otra característica es la psicográfico, en el que nos centramos en la gente concienciada en el ecosistema y considere importante cuidar el planeta.

### 2.3.2.2. MAPA DE GRUPOS ESTRATÉGICOS

Con tal de entender primero qué es un grupo estratégico, podemos emplear la definición dada por Michael Porter, profesor de la universidad de Harvard, el cual dice que es “el conjunto de empresas en un sector que siguen una misma o similar estrategia a lo largo de las dimensiones estratégicas.”

El mapa estratégico es una técnica muy útil para poder analizar y tomar las decisiones en el sector hostelero, en el que existe mucha competencia.





- **Amenazas de que entren nuevos competidores**

La construcción de un hotel no suele ser nada barato y nada fácil llevar a cabo el proyecto final. En este caso las barreras de entrada son altas, ya que no son accesibles para todos. (Fuerza baja)

- **Amenaza de nuevos productos**

Estamos en un mundo donde crecemos a pasos agigantados y esto ofrece una gran variedad de servicios que los huéspedes pueden acceder para disfrutar de sus vacaciones, es decir existen muchos productos sustitutivos en el sector. Barrera de entrada es baja. (Fuerza alta)

- **Competidores en el sector**

El sector hostelero es un sector con mucha competencia, es cierto cada hotel está enfocado a un tipo diferente de huésped, pero es un sector que crece continuamente y tiene que estar en continua innovación.

### 2.3.2.4. TABLA DE AMENAZAS Y OPORTUNIDADES MICROENTORNO

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O10. Poder de negociación proveedores bajo	A6. Poder de negociación de los clientes alto
O11. Barrera de entrada altas de que entren nuevos competidores	A7. Barrera de entrada bajo de nuevos productos

Tabla 8 Amenazas y oportunidades del microentorno



## 2.4. MATRIZ DAFO

OPORTUNIDADES	AMENAZAS
O1. Ayudas hostelería y proyectos ecológicos	A1. Aumento de la deuda pública
O2. Restricciones movilidad	A2. Bajada del PIB
O3. Bajada tipo de intereses	A3. Nivel de paro
O4. Aumento población	A4. Aumento del IPC
O5. Conciencia cambio climático	A5. Miedo al contagio
O6. Globalización	A6. Poder de negociación de los clientes alto
O7. Nivel educativo	A7. Barrera de entrada bajo de nuevos productos
O8. Avances tecnológicos	
O9. Logística y web	
O10. ERP	
O11. Poder de negociación proveedores bajo	
O12. Barrera de entrada de altas de que entren nuevos competidores	
FORTALEZAS	DEBILIDADES
F1. Coordinar áreas	D1. Atraer extranjeros
F2. Trabajadores cualificados	D2. Atraer nuevos inversores
F3. Mantenimiento de clientes	
F4. Buena financiación	
F5. Buen ambiente de trabajo	

Tabla 9 Matriz DAFOT



## 2.5. FORMULACIÓN, EVALUACIÓN Y SELECCIÓN DE ESTRATEGIAS

En este apartado conoceremos como plantear un conjunto de estrategias competitivas para la empresa. Las estrategias surgirán gracias a la matriz DAFO realizada. A partir del DAFO, se formularán diferentes estrategias para que la empresa consiga ciertas ventajas competitivas respecto a sus competidores y poder conseguir así mayor cuota de mercado. Así como mitigar el efecto de tanto las amenazas del entorno, como las debilidades de la propia empresa. Las diferentes estrategias planteadas, estarán divididas en el cuatro tipos: de supervivencia, de reorientación, defensivas y ofensivas.

Una vez formuladas las estrategias, pasaremos a realizar el ajuste de estas para ver así, su adaptación al macro generado en el análisis estratégico. Para ello, clasificaremos cada una de las estrategias mediante la ponderación de los factores claves obtenidos con las amenazas, las oportunidades, las fortalezas y las debilidades, además de la visión y la misión. Con todo esto, se obtendrán las puntuaciones relativas de cada estrategia. Las estrategias con mayor puntuación serán las que tendremos en cuenta para la aproximación de la aceptación que tendrán entre los diferentes grupos de interés.

Para terminar las estrategias que sean más susceptibles de ser aceptadas por los grupos de interés, serán catalogadas como mejores para la empresa y posteriormente serán desarrolladas con el objetivo de poder ser aplicadas.

De la matriz DAFO completa, se pueden sacar un conjunto de estrategias, que vienen de la interrelación de las 4 dimensiones. A partir de esta relación se sacarán cuatro tipos diferentes de estrategias:

- Estrategias de supervivencia: Proporcionan opciones que minimizan las debilidades y evitan las amenazas.
- Estrategias defensivas: Proporcionan opciones que utilizan las fortalezas para evitar las amenazas.
- Estrategias de orientación: Proporcionan opciones que aprovechan las oportunidades para superar las debilidades.
- Estrategias ofensivas: Facilitan opciones que traen las fortalezas para rendir las oportunidades.



		ANÁLISIS EXTERNO	
		Amenazas	Oportunidades
ANÁLISIS INTERNO	Debilidades	<u>Estrategias de supervivencia:</u>  E1. Cesar con la captación de turistas internacionales debido a la situación actual de pandemia y la falta de capacidad de promoción en el extranjero. (D1, A5, A6)  E2. Cesar con la busca de inversores debido a la deuda pública que a traviesa el país junto con el aumento generalizado de los precios, lleva a la incertidumbre de los inversores. (D2, A1, A2, A4)	<u>Estrategias de reorientación:</u>  E3. Aumentar el turismo internacional, haciendo uso de las subvenciones pedidas junto con las mejoras tecnológicas para realizar un buen marketing enfocado al cambio climático. (D1, O1, O5, O8)
	Fortalezas	<u>Estrategias defensivas:</u>  E4. Realizar entrevistas continuas de trabajo y realizando formaciones a menudo para los trabajadores para mejorar el servicio. (F2, A3)  E5. Realizar campañas publicitarias con tal de captar y mantener nuevos clientes (F3, A2, A5)	<u>Estrategias ofensivas:</u>  E6. Coordinar las áreas a través de la implantación de un ERP (F1, O8, O10).

Tabla 10 Selección de las estrategias

Se observa que se han conseguido plantear un total de 6 estrategias, las cuales se encuentran repartidas en los diferentes apartados, formando parte de estrategias de supervivencia, reorientación, defensivas u ofensivas. A continuación, se detallarán.

#### Estrategia 1

Esta estrategia se basa en cesar la captación de turistas internacional debido a que esta es una debilidad de la empresa y esta captación internacional no suponen un beneficio grande, situación que se agrava debido a la situación actual de pandemia.





### *Estrategia 2*

Esta estrategia en cesar con la búsqueda de inversores debido a la gran desconfianza del sector en la actualidad y sobre todo por la poca confianza de los inversores en el mercado hostelero. Influye la crisis sanitaria en la que nos encontramos y ha conllevado a una subida de los precios y a un aumento de la deuda pública.

### *Estrategia 3*

Esta estrategia tiene como objetivo, la puesta en marcha de nuevas campañas publicitarias, con el fin de captar y posteriormente mantener estos clientes. Esto se pretende lograr gracias a las subvenciones que recibe la hostelería y los proyectos que cuidan el planeta.

### *Estrategia 4*

Esta estrategia consiste en mantener una formación continua a los trabajadores y poder ofrecer el mejor servicio y poder realizar entrevistas continuamente para poder crecer.

### *Estrategia 5*

Con esta estrategia buscamos una captación de nuevos clientes a través de un spot publicitario y poder captar nuevos clientes y poder mantenerlos en el tiempo y que sientan que es como su segundo hogar.

### *Estrategia 6*

Pretendemos perfeccionar la coordinación de las distintas áreas de la empresa a través de los avances tecnológicos y con la implementación e una ERP, donde podremos encontrar toda la información en un solo software.

Una vez tenemos las estrategias, conoceremos cuales son las que aceptamos. Para ello hemos tenido que realizar una tabla, donde hemos tenido que calificar del 1 al 10 (siendo 1 la puntuación más bajo y 10 la más alta), la importancia de cada componente del DAFO. A continuación, evaluaremos cada estrategia según su importancia en cada elemento del DAFO, calificando con el mismo criterio que con el DAFO (puntuación absoluta). Una vez tengamos esa calificación procederemos a calcular la puntuación relativa, en el que conoceremos el resultado de las estrategias y aquí es donde elegiremos la estrategia aceptada. Para aceptar la estrategia deberá recibir una puntuación mayor a 450 puntos.

Estas han sido las puntuaciones que se obtenidas tras la realización de la evaluación de estrategias mediante Excel, tras este análisis las mayores puntuaciones individuales de las , estrategias, han sido de 544.28, 450.75 y 486.73 puntos, pertenecientes a las estrategias 3, 5 y 6 respectivamente.

PUNTUACIÓN RELATIVA					
E1	E2	E3	E4	E5	E6
407,96	423,88	544,28	368,66	450,75	486,73

Tabla 11 Puntuación relativa



Seguidamente, se tendrán en cuenta diferentes grupos de interés relacionados con el entorno de Brisa del mar, para decidir qué estrategias descartar. Estos grupos pueden estar a favor de la estrategia (O), pueden ser indiferentes (I) o estar en contra (X). El sumatorio total de aceptación, determinará que estrategias serán elegidas.

GRUPO DE INTERÉS	E3	E5	E6
Camareros	O	O	O
Recepcionistas	I	I	O
Informática y logística	O	O	O
Proveedores	I	O	I
Entidades financieras	O	O	O
Directivos	O	O	O
Limpieza	I	I	O
Personal de mantenimiento	I	I	O
Clientes	O	O	O
Personal de cocina	I	I	I
Gobierno	I	O	I
Departamento de producción	X	X	X
Departamento de diseño	X	X	X
Departamento de finanzas	O	O	O
Departamento de atención al cliente	O	O	O
Departamento de marketing y comunicación	O	O	O
Departamento de RRHH	O	O	O
Grupos progresistas	I	I	I
<b>Total, grupos de interés que aceptan</b>	<b>9</b>	<b>11</b>	<b>12</b>

Tabla 12 Grupo de interés

Tras haber complementado la tabla, se observa que las estrategias con mayor aceptación por parte de los grupos de interés son la Estrategia 5 y la Estrategia 6, se decide por tanto descartar la Estrategia 3.

### 3. ANÁLISIS DE MERCADO

El análisis del entorno nos sirve para dar un paso más y analizar el mercado con mayor detalle, entendiendo como el sector en el que va a moverse la empresa (consumidores y competencia). El conocimiento en profundidad del mercado al que quiere dirigirse la empresa y para la fijación de estrategias empresariales. Por ello, esta parte revista una importancia dentro del plan, y el emprendedor debe de ser capaz de plasmar y transmitir que se dispone de ese conocimiento.



### 3.1. IDENTIFICACIÓN Y DESCRIPCIÓN DE LA NECESIDAD DETECTADA

El hotel brisa del mar, tiene como objetivo social, aportar a nuestra sociedad un cambio en sus vacaciones, pudiendo cuidar el planeta. Nos encontramos en un momento donde tenemos que poner freno a la contaminación que producimos, no podemos perder más el tiempo.

Por eso la creación del nuevo proyecto ecológico del hotel brisa del mar en Gandía. Mucha gente es consciente del problema, pero realmente no hace nada para remediarlo, solo reconoce el problema, pero no se para a solucionarlo. Según el informe de ecologista en acción, aproximadamente 36 millones (76.59%) de los españoles siguen respirando gas contaminante por encima de los valores indicados por la OMS. La coordinadora de ecologistas en acción Valencia, Helena Prima, comunicó el peligro de la contaminación en el que puede causar 1.800 muertes al año.

Conociendo estos graves problemas que atravesamos a nivel contaminante, el proyecto está enfocado en combinar el turismo con el ecologismo, aportando al planeta un granito de arena, en el que cada vez las empresas están más comprometidas y concienciadas en que el futuro será verde.

Ahora es el momento de dar un paso adelante, aprovechando el final de esta crisis sanitaria que hemos estado sufriendo durante más de un año, observando que la gente necesita sentirse libre y poder viajar, es una oportunidad de poder ofrecerle motivos de alegría a la humanidad y salir a disfrutar de un turismo sostenible.

### 3.2. DESCRIPCIÓN DEL MERCADO

El servicio que ofrece el hotel brisa del mar está enfocado para la gente que busque unas vacaciones para poder desconectar y poder ayudar a la sostenibilidad. Siendo independiente la edad del cliente y el sexo. A nivel geográfico estamos más enfocados a nivel nacional, pero no cerramos las puertas a los extranjeros, la intención es poder captar gente extranjera para llegar a conocernos en gran parte de fuera del territorio nacional.

El servicio es amplio, teniendo un jardín donde la gente puede salir a leer o simplemente a descansar y disfrutar del silencio. El hotel tiene un departamento de entretenimiento, en el que realizan actividades como yoga, talleres, meditación y cursos de aprendizaje sostenible.

Ofrece un amplio servicio de comida, en desayunos y meriendas se ofrecerá buffet, a la hora de la comida y de la cena tendrán una carta donde podrán elegir los platos al gusto del consumidor. Toda la comida son productos ecológicos que no han sido tratados con químicos y el proceso de producción ha sido respetando el medio ambiente, siendo productos de alta calidad.



### 3.3. NIVEL DE COMPETENCIA DEL SECTOR

Nos encontramos en un sector profesional amplio donde se caracteriza por su continua evolución. Es un sector exigente, en el que por un pequeño detalle puede ser la pérdida de clientes que pueden causar efectos negativos a la empresa ofreciendo su opinión a través de las redes sociales o de boca en boca de sus familiares y amigos cercanos.

En la actualidad es un sector donde se le ha golpeado con dureza y ha sido castigada durante prácticamente medio año, por eso el fin de las restricciones abre a ser optimista y a ver el final del túnel de esta pesadilla que ha estado viviendo el mundo hostelero. Hay muchas empresas que han tenido que cerrar sus negocios por impagos o directamente porque son incapaces de hacer frente a los pagos mínimos. En nuestra zona (Gandía) en la actualidad hay hoteles que no han abierto.

En nuestra ubicación nos encontramos con varios hoteles que son punteros en la ciudad y son grandes competidores, donde tienen el prestigio y la experiencia que les avala grandes valoraciones. Nos encontramos empresas como:

- Magic villa luz
- Bayren
- Principal
- Gandía palace
- Tres anclas
- Cibeles
- Riviera
- Don Pablo
- Gandía playa
- Biarritz
- San Luis

Son grandes hoteles situados en la costa mediterránea, en el que son grandes hoteles en el que la mayoría del verano se encuentran completos, con un gran reconocimiento por los usuarios. Pero el hotel que más destaca según la plataforma de TripAdvisor en el sector hostelero de Gandía sin ninguna duda es el Bayren, en el que se sitúa en primera línea de playa con vistas al mar y un servicio calificado por sus huéspedes con una gran nota 4.5/5.

En segundo lugar, nos encontramos el Magic villa luz, en el que está enfocado a las familias con hijos, ya que cuentan con mucha variedad y equipo de animación donde realizan actividades para los niños y así las madres y padres pueden descansar y disfrutar de las vacaciones, otra de sus especialidades es el todo incluido que ofrece la cadena hostelera, sus huéspedes califican la estancia 4.40/5.

El hotel Gandía palace ocupa el tercer lugar del ranking, en el que tiene un gran edificio en tercera línea de la playa y aprovecha las grandes vistas que se llegan a ver desde las habitaciones más altas del edificio, un hotel en el que destaca por sus eventos nocturnos para su gente de avanzada edad, sus huéspedes califican el hotel 3.5/5.



### 3.4. COMPORTAMIENTO DEL CONSUMIDOR

La empresa crea un nuevo nicho de mercado, en el que tenga valores ecologistas, se preocupen del cuidado del planeta y a parte puedan realizar actividades para conseguir aliviar el estrés del día a día. Estos dos enfoques nos permitirán crear un nuevo nicho en el mercado hostelero de la ciudad. No tenemos ningún rango de edad, ya que no creemos que nuestro servicio se pueda calificar, es bien venido todo aquel que quiera disfrutar de una estancia de paz y tranquilidad y aporten su granito de arena a un sistema más sostenible. Para conocer el comportamiento del consumidor, nos hacemos varias preguntas:

- ¿Por qué se compra? (motivación)

La gente adquiere la estancia en el hotel para poder realizar unas vacaciones de total desconexión de la vida real y poder conseguir la paz interior y olvidar las preocupaciones del día a día, todo esto mientras aportan un granito de arena a la sostenibilidad, apoyando a nuestra empresa y siendo conscientes de la importancia que tiene la tierra. Realizar actividades de completa desconexión y sobre todo para las familias los talleres que prepara la empresa para poder ayudar a comprender y conocer cómo ayudar a mejorar el planeta con la reducción de contaminantes.

- ¿Qué se compra? (beneficio o cualidad que se busca en el servicio)

La gente adquiere sin darse cuenta un servicio en el que les va a conllevar grandes beneficios, como la práctica de yoga que realiza el departamento de entretenimiento del hotel en la que científicamente se ha comprobado que reduce su presión arterial y su frecuencia cardíaca, ayuda a relajarse, mejora la confianza en uno mismo, mejora su concentración, evita la ansiedad, dolor de espalda y la depresión, es una actividad que es muy beneficiosa. Otra de las actividades que ofrecen es la de meditación, esta actividad tiene múltiples beneficios de su práctica, la que más no ha llamado la atención es que desarrolla la inteligencia emocional, algo muy importante hoy en día y reduce el estrés, algo que le damos mucho valor, ya que nos encontramos en una sociedad donde estamos la mayor parte del día estresados por trabajo. Pero sobre todo y lo que más enfocados estamos es en el ecologismo, su estancia, es una estancia en la que desde que entra por recepción el día uno, hasta que hace sus maletas para volver, todo lo que ha disfrutado en su estancia está enfocado en mejorar la sostenibilidad del planeta. Lo que realmente compra son más minutos para el planeta.

- ¿Quién compra? (figuras del consumidor)

En este proyecto, no tenemos una clasificación de gente, pero realmente debemos conocer con profundidad que clase de gente es la que disfruta de nuestros establecimientos y de nuestros servicios. Este servicio está enfocado a gente que quiera desconectar de sus trabajos duros y estresantes. Por el tipo de actividad que está enfocado el hotel, nuestra perspectiva es que el tipo de gente que puede acudir será un tipo de gente concienciada en el cambio climático y conoce todas sus consecuencias y por eso quiere realizar este tipo de turismo, ya que querrán aportar su granito de arena a esta situación.



- ¿Dónde se puede reservar?

El hotel cuenta con una página web muy fácil de utilizar, donde podrá reservar con toda comodidad. Aquí avanzamos como puede realizar una reserva en la página web: [www.brisasdelmar.com](http://www.brisasdelmar.com)



Ilustración 11 página web

Arriba a la derecha tendrá que clicar en reservar ahora y le llevará a la lista de habitaciones que compone el hotel, en el que su peculiaridad es que cada habitación es nombrada por una persona luchadora con el medio ambiente durante la historia en conmemoración de su esfuerzo por la lucha de la sostenibilidad.

A

Nuestras Habitaciones

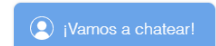
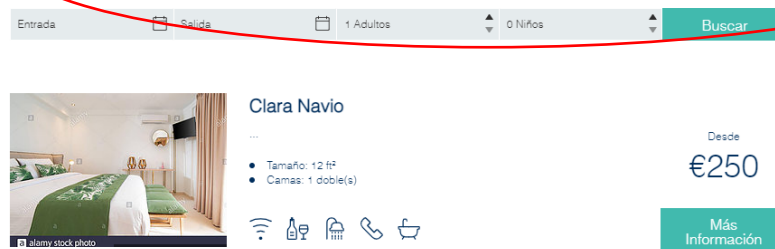


Ilustración 12 reserva página web

Aquí podrá seleccionar el día que quiere reservar la habitación con el precio de la habitación al completo, en el precio también entra el desayuno, comida y cena, si quieren adquirir la merienda tendrán que abonar 10€ más por día, en el que se acumularán al precio final de la estancia.



Como podéis ver es muy fácil reservar la habitación en la que deseen los clientes hospedarse, en caso de que tengan problemas en la misma página web tienen indicado el número de teléfono y el correo electrónico, así poder consultar cualquier duda y poder solucionarlo lo antes posible.

## 4. PLAN DE MARKETING

Una vez analizado el mercado, estableceremos los objetivos comerciales y como vamos a alcanzarlos. Esto es de vital importancia ya que se establece como conseguiremos las ventas, que son necesarias para alcanzar el éxito.

### 4.1. OBJETIVOS COMERCIALES

- Posicionamiento perseguido

El objetivo marcado es ambicioso en cuanto a posicionamiento, al estar enfocado a un nicho diferente al resto de los hoteles que se encuentran en Gandía, enfocándonos en la mente del turista como hotel, pero no un hotel clásico, sino diferente, al estar enfocado al turismo ecológico y ser un hotel para descansar y desconectar de la actividad estresante del día a día. Creando un lugar para la gente con valores ecologistas en el que puedan viajar con comodidad, sabiendo que su estancia está siendo una gran ayuda a la sostenibilidad del planeta, creando así un nuevo tipo de mercado.

Queremos poder ayudar a la ciudad a poder realizar un turismo ecológico y ser pioneros, poder atraer turistas todos los años que disfruten de la playa mediterránea y a su vez estén contribuyendo en su estancia en el hotel al cuidado del planeta y apoyar a la sostenibilidad de la tierra. Otro servicio que ofrecemos al cliente es mejorar su estabilidad emocional realizando actividades para poder desconectar del día a día del trabajo y el estrés que conlleva. Para eso realizamos varias actividades como el yoga y la meditación en un espacio donde reina el verde y existe el silencio.

- Plan de ventas

Los objetivos a nivel de resultados, nos marcamos como objetivo llegar en los primeros meses conseguir una ocupación del 50% durante las fechas de febrero a mayo, y al llegar a las fechas de máxima afluencia en la ciudad conseguir una media del 90% de ocupación los meses de junio, julio y agosto. Nuestro hotel tiene una gran diferenciación junto al resto de hoteles que hay situados en Gandía, al estar enfocados a un turismo ecológico en el que respetamos al planeta.

En cuanto a la forma de realizar el pago se realizará de forma sencilla y práctica, para que los clientes tengan la mayor comodidad y facilidad. El hotel admitirá pagar en el mostrador al momento (habiendo reservado con anterioridad) en la recepción, facilitando al recepcionista los datos.



## 4.2. MARKETING MIX

En el marketing mix desarrollamos un análisis de la estrategia interna que se ha desarrollado. Se analizarán cuatro variables de la actividad diaria como: servicio, precio, comunicación y distribución.

El objetivo de este análisis es conocer la situación en la que está la empresa y poder desarrollar una estrategia de posicionamiento, para ello deberemos ejecutar un estudio de mercado.

### 4.2.1. ESTRATEGIA DE SERVICIO

Conociendo que estamos entrando en un nuevo nicho en la ciudad y la segmentación a la que estamos enfocados es amplia, podemos entrar con facilidad en el sector, la gente lo vera como una innovación, en la cual podemos atraer personas de diferentes edades, sobre todo gente de media edad en la que están más concienciados en la sostenibilidad.

En cuanto a la calidad del servicio, somos una empresa muy seria con la formación de nuestros trabajadores, queremos que sean profesionales de cada uno de los sectores que tenemos en el hotel, así ofreciendo un servicio de calidad. Los trabajadores deben de pasar una entrevista exigente, ya que tendremos que asegurarnos que comparten los valores de la empresa y si es el perfil indicado para el puesto de trabajo.

Se tomarán en cuenta el tipo de gente que queremos a traer a nuestro hotel, por eso, tendremos una decoración atractiva con mucha iluminación natural con vegetación tanto por dentro del hotel como en la terraza que encontramos enfrente de la entrada por recepción. Ofreciendo un servicio tranquilo, sin mucho ruido para que la gente pueda descansar y comer con tranquilidad.

Todo el material que empleamos en el hotel será enfocado a la protección del planeta, como por ejemplo el tema del plástico, sustituyéndolo por cartón, como en el caso de las pajitas. En el establecimiento no contaremos con botellas plastificadas, para ello tendremos box donde están envueltos de cartón, así eliminando el plástico por completo.

Por otro lado, no podemos determinar el ciclo de vida del servicio, ya que cuando el trato que intentamos ofrecer quede obsoleto, deberemos de renovar y actualizarlos a lo que nuestros huéspedes pidan.

Siempre estaremos dispuesto a recibir cualquier tipo de consulta o queja para mejorar nuestras instalaciones y servicios, así mejorar nuestra imagen y ser mejores en el día a día, ofreciendo un servicio de calidad.

### 4.2.2. ESTRATEGIA DE PRECIO

Nuestro servicio podemos calificarlo como de calidad y una amplia oferta de actividades que harán desconectar al cliente y descansar. El mercado de la hostelería es un mercado que compiten mucho en el precio, en nuestro caso al ser diferentes a los demás y ofrecer otro tipo de prestación a los clientes. El precio dependerá del tipo de habitación, al tener diferentes habitaciones y distintas distribuciones cada habitación tendrá diferente





precio. Cada habitación tendrá un nombre diferente, en el que serán nombradas con personas defensoras del ecologismo. El precio dependerá también de la época del año, a continuación, adjuntamos una tabla para detallar el precio.

	HABITACIÓN	FEBRERO-MAYO	JUNIO-SEPTIEMBRE	OCTUBRE-NOVIEMBRE
Habitación para 2	Clara Navio	200€/noche	<b>250€/noche</b>	200€/noche
	Charles David Keeling	200€/noche	<b>250€/noche</b>	200€/noche
	Txema Carrillo	200€/noche	<b>250€/noche</b>	200€/noche
	Daniel H. Janzen	200€/noche	<b>250€/noche</b>	200€/noche
Habitación para 4	Gend Thiellke	320€/noche	<b>370€/noche</b>	320€/noche
	Gro Harlem	320€/noche	<b>370€/noche</b>	320€/noche
	Henry David	320€/noche	<b>370€/noche</b>	320€/noche
	Jacques Cousteau	320€/noche	<b>370€/noche</b>	320€/noche
	Hjames Lovelock	320€/noche	<b>370€/noche</b>	320€/noche
Habitación para 6	Jane Goodall	500€/noche	<b>550€/noche</b>	500€/noche
	Luc Hoffmann	500€/noche	<b>550€/noche</b>	500€/noche
	Masanabu Fukoka	500€/noche	<b>550€/noche</b>	500€/noche
	Naomi Klein	500€/noche	<b>550€/noche</b>	500€/noche
Habitación suite	Manrile Strong	600€/noche	<b>650€/noche</b>	600€/noche
	Max Nicholson	600€/noche	<b>650€/noche</b>	600€/noche

Tabla 13 Precio habitación

### 4.2.3. ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

En este apartado vamos a establecer todas aquellas estrategias dirigidas a promocionar nuestros productos, es decir, a transmitir información a los consumidores sobre nuestra empresa y nuestros servicios con objeto de informar, persuadir y recordar, y con el fin último de estimular la demanda.

En primer lugar, determinaremos la publicidad. El mensaje que queremos transmitir es motivar a la gente para que realice turismo ecológico. Este mensaje lo transmitiremos mediante publicidad en internet, hemos escogido este medio ya que es más económico y puede llegar a más gente.

Para acabar, en las relaciones públicas, el departamento de marketing realizará la imagen corporativa, es decir, logotipo, colores, tipografía... Esto será muy importante para crear una imagen fuerte y atractiva de la empresa. Además, para tener contacto con el público, realizaremos acciones publicitarias con gente de influencia en el sector ecologista en las redes mediante acciones promocionales en sus redes sociales personales, donde presentarán a la gente nuestro servicio y explicarán sus beneficios al planeta.



## 5. PROCESO DE CONSTRUCCIÓN Y DOCUMENTACIÓN

Describiremos el proceso que debemos seguir para la construcción del recinto, desde la adquisición de los materiales hasta el acabado del edificio, indicando los materiales que hemos utilizado para la construcción.

### 5.1. PROCESO CONSTRUCCIÓN

En este apartado detallaremos el proceso de construcción del hotel desde cero, así como los diferentes materiales empleados. (bioclimático, Proceso de construcción. Materiales de construcción saludables, 2018)

#### - Primer paso (Cimentación)

“Empezaremos con la cimentación del edificio, en nuestro caso deberemos de aplicar una cimentación que se define como superficial, al encontrarse a poca distancia de la capa fuerte de terreno. Es una cimentación en la que se caracteriza por apoyar la estructura del hotel mediante muros de carga, consta de macizos de hormigón enclaustrado bajo cada muro de carga, atirantados mediante vigas de atado, estas vigas no soportan carga, su función es arrastrar el cimento. Colocamos una lámina de caucho que impermeabilizará el suelo y para acabar armaremos con hormigón de 15 cm de espesor para garantizar mayor resistencia y sustento al pavimento.”

#### - Segundo paso (Estructura)

“La estructura estará compuesta por ladrillos de macizo (24cm de espesor), en los que se apoyarán las vigas. Los durmientes se apoyan y reparten las cargas. El mortero empleado está compuesto de cal hidratada, cemento blanco y árido silíceo, en proporción (4:1:20). Los componentes que adquiere el montero traerán beneficios, como la cal que ayudará a una elevada densidad a la masa, con buena resistencia, dándole plasticidad y docilidad, hará que sea mucho más transpirable y permeable al vapor. El cemento blanco ayuda a soportar las altas resistencias mecánicas, impermeabilidad y rapidez de fraguado.”

#### - Tercer paso (Aislamiento)

“El aislamiento será un producto ecológico de celulosa mediante los sistemas de proyectado en húmedo e insuflado en cavidades. Es un buen producto, al ayudar a la defensa térmica, acústica, examen de condensación y protección al fuego. El aislamiento que realizamos nos produce muchos beneficios.

En las paredes aplicamos aislante en el que se proyecta sobre el muro de carga, con un espesor de 8/12 cm, aplicando una cámara de aire y levantando el trasdosado, aprovechando en las piedras que nos proporcionará las propias piedras del terrenos.”



## CAMPUS D'ALCOI

- Cuarto paso (Cubierta)

“La cubierta es un tejado ligero, pero con un buen aislamiento así ayuda a favorecer un comportamiento térmico favorable. La técnica empleada, se apoya sobre los pares de viga laminada que hay instaladas. Las cavidades que se acumulan entre la tarima y el tablero hidrófugo serán llenadas de aislamiento de celulosa insuflada en cajones (8cm). Para poder aislar e impermeabilizar instalamos una lámina tyvek, permitiendo la transpiración protegiendo las tejas.”

- Quinto paso (Carpintería)

“Las ventanas y puertas que están instaladas en la parte exterior, utilizando un material de madera laminada de climatac. El producto certifica un aislamiento elevado a temperaturas máximas y mínimas, teniendo aislamiento acústico con una durabilidad. La madera está unida con cola ecológica que nos ayuda a conseguir resistencias (D3-D4 según normativa europea DIN EN 204). Las maderas que hemos empleado en climatac vienen de bosques sostenibles.”

- Sexto paso (Los acabados)

“El canto rodado en los zócalos de los muros y mortero bastardo de cal y cemento con un revocado raspado en el interior. El material árido silíceos utilizados, además de aportar resistencia y evitar fisuras comprometidas a las contracciones del aglomerante facilitando la carbonatación al establecer una fina red capilar por la que penetre el CO<sub>2</sub> del ambiente. Todos los acabados son permeables al vapor de agua, transpiran y además son higroscópicos evitando condensación, resultando un clima más agradable y sano.”

- Séptimo paso (Fontanería)

“Hemos evitado instalar el uso de PVC, solo empleando en pequeños despieces. En los conductos de higiene de gran diámetro se han empleado en tubo corrugado de polietileno de doble pared, en las que se encuentren en la parte interna del edificio en polietileno, del mismo modo que las tuberías que traslada el agua son de poli butileno.”

- Octavo paso (Instalación eléctrica)

“El cuadro general se realizará la distribución se realiza por macarrones, bajo suelo, hasta la caja repartidoras y de ahí hasta el punto de colocación de interruptores y apliques.

Para conseguir autoabastecerse de electricidad instalaremos placas solares en la azotea, para saber qué cantidad deberemos de tener para abastecer a todas las habitaciones y a los diferentes puntos del hotel, deberemos de conocer que cantidad de energía consume de media al año el hotel.

El hotel gasta 30.000kWh/año y en la provincia de Valencia la media de horas de sol al año es de 2.800h para conocer la energía deberemos dividir la energía que gasta por las horas, el resultado es de 10.714 KW, dando por supuesto que la incidencia en la placa solar sea máxima durante las horas de sol. Una vez conocemos la electricidad que necesitamos, tendremos que conocer la cantidad de placas solares que deberemos de instalar. Hemos decidido elegir placas de 300 vatios de potencia, por



## CAMPUS D'ALCOI

ello deberemos de dividir  $10.714/300=36$  son las placas que deberemos de instalar en la azotea para poder abastecer a los huéspedes. A parte deberemos de instalar dos placas termo solares que nos permiten ahorrar una cantidad de dinero en verano, ya que es cuando nos encontramos en época alta de influencia de gente y poder ofrecer agua caliente a todos nuestros huéspedes.

Las placas deberán estar instaladas cara al sur a  $35^{\circ}$  grados. La distribución será en columna de 6 y filas de 6.”

- Noveno paso (Equipos de ahorro)

“La infraestructura se encuentra preparada para comprimir todo lo posible la contaminación y poder abastecernos la mayor parte de electricidad renovable. Utilizaremos bombillas de bajo consumo en apliques interiores y exteriores, también introduciremos paralizadores en los grifos que tiene una función de inyección de aire al chorro de agua, disminuyendo el consumo en un 50%. Las duchas son termostáticas, así no se desperdicia agua en la mezcla, sale a la temperatura deseada.”

## 5.2. UBICACIÓN

El hotel estará instalado en la localidad valenciana de Gandía, donde es un destino turístico veraniego muy conocido por todos los españoles, ya que cada año recibe una gran cantidad de turistas tanto nacionales como internacionales.



Ilustración 13 ubicación



La ubicación que se instalará el hotel es a las afueras de la playa de Gandía, donde se podrá disfrutar de la zona tranquila que se respira por la ubicación seleccionada. Nos encontraremos a tan solo 1 minuto de la playa, donde los clientes podrán acudir a las actividades que se organicen por parte del hotel en la playa y por supuesto disfrutar de la playa mediterránea. El acceso es muy sencillo, ya que la carretera que atraviesa toda la playa es nueva, está situada por detrás de los apartamentos y son dos carriles en ambas direcciones. Al llegar a la primera redonda de la playa en posición desde el norte se encontrará a mano izquierda el hotel y en caso contrario deberá de atravesar toda la playa por la nueva carretera y al llegar a la última redonda a mano derecha encontrará las instalaciones.

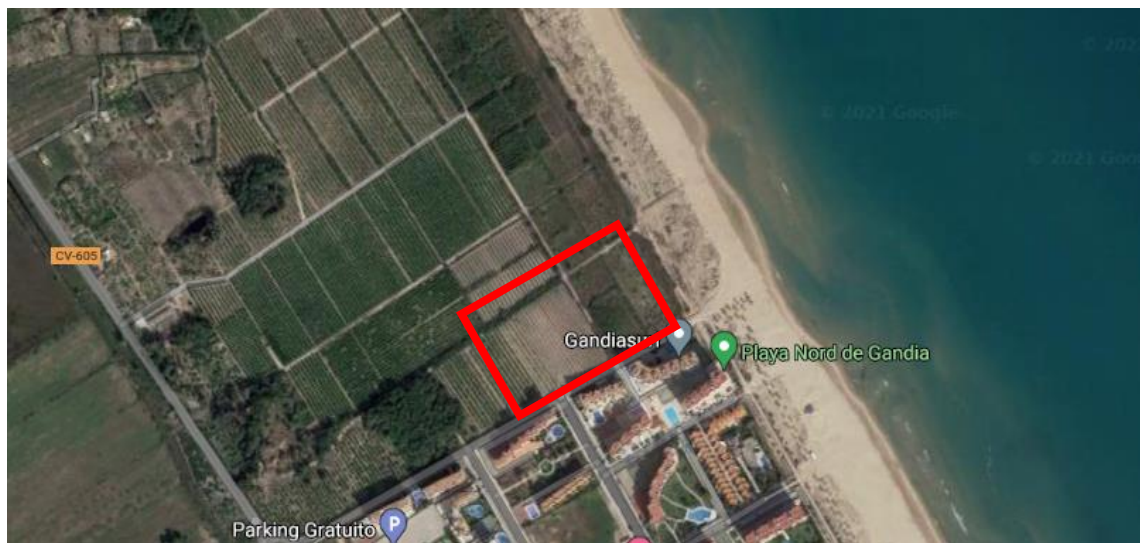


Ilustración 14 ubicación Gandía

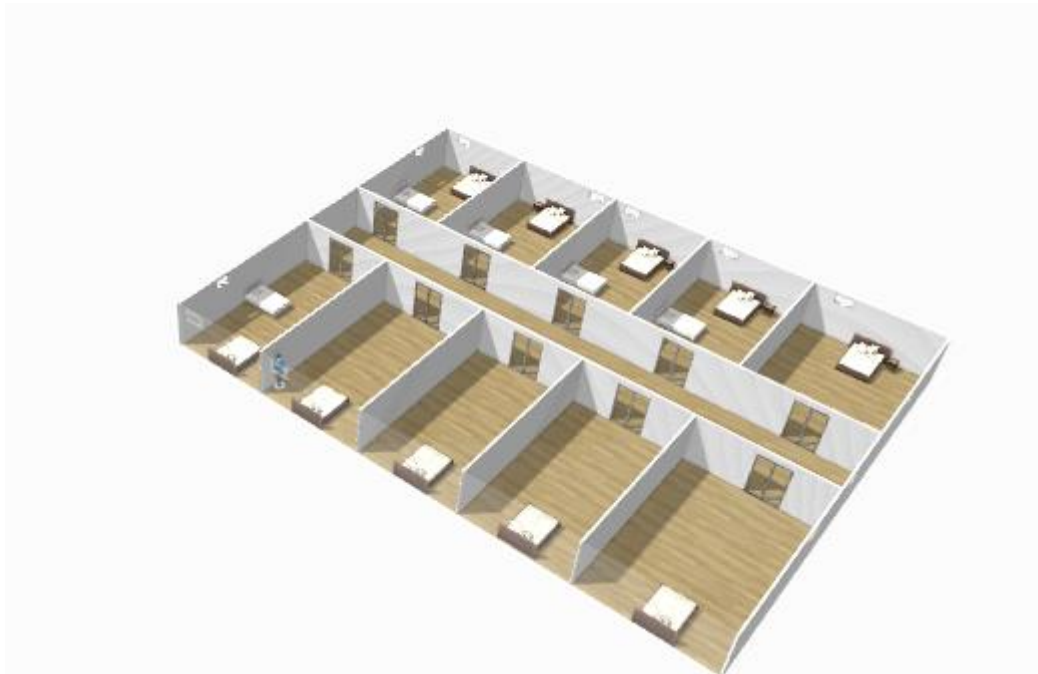
### 5.3. IMÁGENES 3D Y DISTRIBUCIÓN

La distribución del hotel es muy básica y sencilla, encontrando en la entrada la recepción donde nos atenderán a la llegada y podrán encontrar un sofá para amenizar la espera en caso de que no puedan atenderles. A mano izquierda encontraremos las escaleras para acceder a las habitaciones, la salida al patio donde realizaremos las actividades programadas y el acceso al comedor donde podrán acudir los clientes en horario de servicio. Fuera de las instalaciones facilitamos a los huéspedes un lugar donde poder aparcar el vehículo. En cinco puntos del aparcamiento podrán encontrar estaciones de recarga para vehículos eléctricos



*Il·lustració 15 primera planta hotel*

En la segona planta nos encontramos las habitaciones, cada habitación estará identificada por nombres de personas que son referentes en el mundo ecologista. Encontramos unas habitaciones de descanso sencillas, para poder descansar. Disponen de un baño privado para cada habitación. Encontramos unas habitaciones con luz natural aprovechando el buen clima que nos permite disfrutar del sol y con ello aprovechando la luz natural.



*Il·lustració 16 segona planta hotel, habitacions*



En la última planta encontraremos las últimas habitaciones, en la podrán hospedar las dos grandes habitaciones "suite", en la podrán acceder a un balcón privado en el que podrán observar el mar desde el balcón y los maravillosos amaneceres que nos regala el mediterráneo.

El hotel cuenta con una azotea donde instalaremos las placas solares y un solar al lado de las instalaciones del hotel, en la que aprovecharemos el sol que tenemos en la costa mediterránea y poder aprovechar la energía que nos proporciona la naturaleza, así poder conseguir auto abastecernos y ahorrar la factura mensual.

### 5.3.1. DISTRIBUCIÓN

- Habitación y cuarto de baño



*Ilustración 17 habitación para dos*

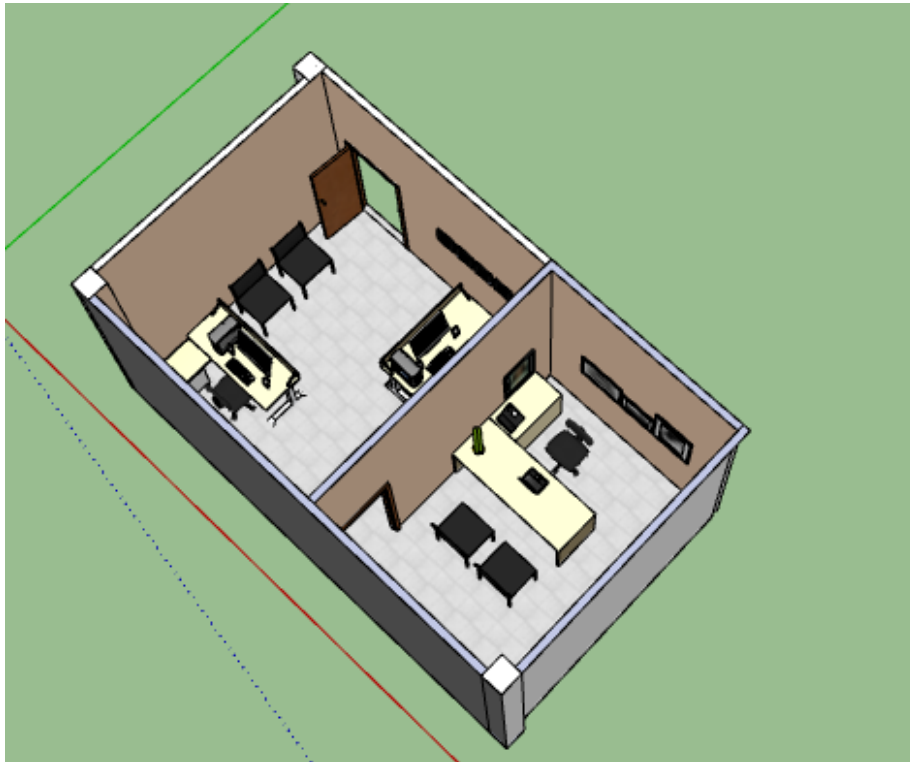
La habitación como podemos ver es con una distribución sencilla, con una cama de matrimonio empotrada a la pared y con dos ventanas que nos permite la entrada de luz. Esta habitación es para dos personas, en habitaciones que hospedan más, la distribución será prácticamente la misma, pero con más amplitud.



*Il·lustració 18 quarto de baño*

El cuarto de baño como hemos podido ver en el plano de la habitación, no era muy amplio, pero cumple con todos los requisitos. Un cuarto de baño con ducha, ya que nos aporta un mayor espacio.

- Oficinas



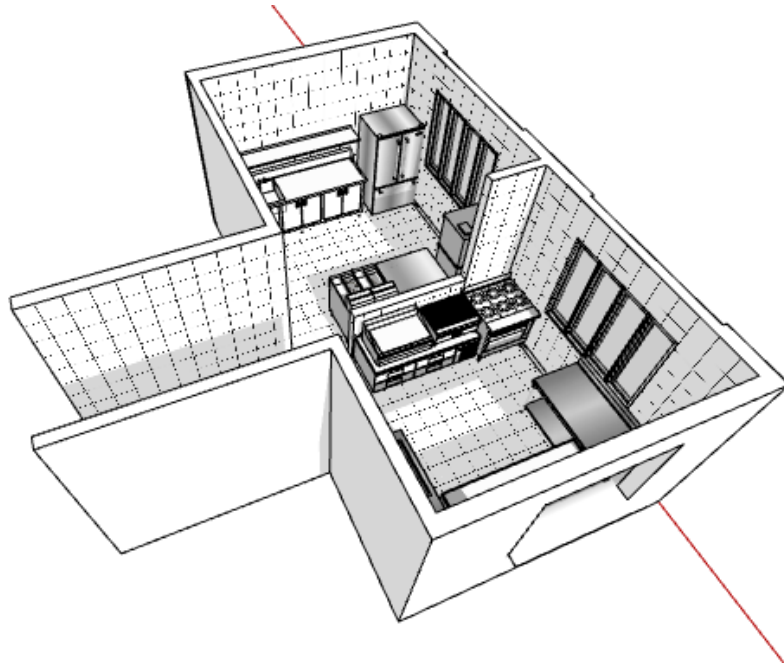
*Il·lustració 19 oficinas*





Aquí es donde trabajarán los departamentos de finanzas y contabilidad junto con el departamento de marketing, así quedará la distribución, donde podrán realizar sus funciones con comodidad.

- Cocina



*Ilustración 20 cocina*

En cocina tendremos instalados grifos en el que llevan instalados reductores de caudal, con placas de inducción que consumen mucha menos energía, los electrodomésticos serán de etiqueta A++.

## 5.4. DOCUMENTACIÓN

Para poder efectuar el proyecto tendremos que realizar el proceso de licencia para obtener la documentación vigente y poder construir el hotel junto con la licencia, para poder llevar a cabo la actividad requerida.

Para ello tendremos que tramitar la siguiente documentación:

- Escritura del terreno (Precio entre 6%-12% del valor de la propiedad)

Para poder construir necesitamos el contrato de compraventa del terreno que deberemos realizar mediante notario. Esto nos implicará una consecuencia de pagos de impuestos. Una vez tengamos todos los pagos al día, la escritura se tendrá que presentar en el registro de la propiedad para su inscripción.

- Proyecto eléctrico (120.000€)

Tendremos que contar con un proyecto eléctrico en el que demos la legalidad del suministro de energía. Este proyecto nos permitirá conocer la cantidad de energía que deberá contratar y la cantidad de placas solares que nos harán falta.



## CAMPUS D'ALCOI

- Proyecto acústico (800€)

Tendremos que realizar pruebas sonométricas junto con un estudio que nos garantice la calidad del nivel acústico.

- Permiso de obra (1.800€)

Debemos de contratar un técnico para que elabore un proyecto técnico, en el que nos aportará un estudio de viabilidad del proyecto y la optimización del terreno. Necesitaremos un documento escrito de un arquitecto en el que debe estar registrado en el colegio español de arquitectura.

- Permiso de actividad municipal (1.100€)

Para poder obtener este permiso deberemos de obtener primero el permiso de obra, sin uno no podemos pasar a por el permiso de actividad municipal que nos proporciona la licencia de poder ejercer dicho servicio.

- Seguridad y salud (50€)

Durante la construcción se deberá tener un plan de seguridad y salud en el que se identifique las medidas que se toman.

- Firma del acta (0€)

Para poder empezar a construir deberemos tener la firma del documento en el que deben firmar el auto promotor, a la dirección facultativa de las obras y el constructor encargado de ejecutar dichas obras. Una vez tengamos la firma, podremos empezar las obras.

- Final obra

Una vez hemos acabado la obra, deberemos tener la firma del arquitecto en documento de certificado final de obra, al que a su vez necesita la comprobación por el colegio correspondiente, donde observará que todo lo que se presentó al inicio se a cumplido.

## 6. PLAN FINANCIERO

### 6.1. NECESIDADES FINANCIERAS

Todo lo desarrollado a lo largo del Plan concluye en unas necesidades de inversión en Activos, lo que conlleva una necesidad de recursos para financiarlos. Se debe, por tanto, hacer un compendio de las inversiones necesarias, decidir la estructura financiera a aplicar, e indicar las fuentes de recursos a utilizar. También debemos comentar la facilidad o dificultad de acudir a esas fuentes y los requisitos necesarios para obtener la financiación. (Capó J. , Dirección financiera, 2020)



### 6.1.1. INVERSIÓN DE ACTIVOS

En el siguiente apartado conoceremos que presupuestos deberemos contar cada mes para poder programar unos gastos fijos mensuales y anuales. Esta previsión permite tener en cuenta unos gastos que cada mes podrá ir variando arriba o abajo, estos presupuestos están realizados con tanto que el hotel se encuentra en plena ocupación.

#### 6.1.1.1. INVERSIÓN INMOVILIZADO

La inversión de inmovilizado es un punto fuerte, al empezar desde cero tenemos que adquirir muchos costes iniciales, deberemos de realizar la construcción del hotel que hemos redactado paso a paso en los apartados anteriores en los que deberemos de realizar una obra de 4 millones de euros, en los que dentro de esa cantidad se encuentra la construcción del hotel y la instalación interna correspondiente. Deberemos adquirir las 36 placas solares que nos abastecerán de electricidad a nuestros huéspedes. Primero deberes de adquirir el terreno para poder edificar el hotel. El terreno este situado en la zona de l' ahuir, lugar donde no hay casi apartamento alrededor y acceso a la playa. El coste del terreno es de 800.000€, terreno en el que tendremos que edificar y amueblar desde cero.

Por otro lado, deberemos de adquirir las necesidades de cada departamento para poder ejercer su trabajo correctamente, para ello cada departamento tendrá una inversión diferente y cada principio de mes cada departamento recibirá un presupuesto conforme a sus necesidades, para poder ejercer su trabajo con normalidad y reponer su material de trabajo.

- Departamento de marketing y contabilidad

Departamento marketing	Cantidad	Precio unidad	Precio total
Ordenadores	2	549 €	1.098 €
Escritorios	2	156,09 €	312,18
Sillas	4	95,59 €	382 €
Lamparilla	2	10 €	20 €
Papelería varia	1	100	100 €
<b>Total</b>			<b>1.913 €</b>

Tabla 14 presupuesto departamento de marketing

Departamento finanzas y contabilidad	Cantidad	Precio unidad	Precio total
Ordenadores	4	549 €	2196€
Escritorios	3	156,09 €	468.27
Sillas	8	95,59 €	764.72 €
Lamparilla	4	10 €	40 €
Papelería varia	1	100 €	100 €
<b>Total</b>			<b>3569 €</b>

Tabla 15 presupuesto departamento de finanzas y contabilidad



## CAMPUS D'ALCOI

El departamento tendrá un presupuesto de 60€/mes, para poder realizar las compras que sean necesarias para poder realizar la actividad con normalidad, en caso de no gastar el total del presupuesto deberán de devolver el importe sobrante. Para el presupuesto, los ordenadores son marca Huawei matebook D, 14 pulgadas, un ordenador suficiente para poder realizar las tareas. Los escritorios serán escritorios con dos cajones en la parte izquierda y con una amplia superficie para poder trabajar con comodidad. Las sillas serán sillas de escritorio, en la que son extra acolchadas, ya que los trabajadores pasan muchas horas en ellas y buscamos la máxima comodidad para poder rendir en el trabajo. En cuanto a la papelería varia, nos referimos a el material básico que se gasta en la oficina como: papelería, folios, bolis, tìpex...

### - Departamento de animación

Departamento de animación	Cantidad	Precio unidad	Precio total
Ropa	5	25 €	125 €
Esterillas	20	6,12 €	122,4
Cuerdas	20	3,11 €	62 €
Material	2	100 €	200 €
<b>Total</b>			<b>510 €</b>

Tabla 16 presupuesto departamento de animación

El departamento de animación tendrá un presupuesto de 60€/mes. Para el presupuesto deberemos de adquirir la ropa deportiva a los monitores para que puedan ejercer las actividades con comodidad. Adquirimos esterillas de Decathlon para poder ejercer las clases en las que también intercambiaran las clases junto con cuerda para poder ejercer diferentes ejercicios y realizar estiramientos. En cuanto al material, nos referimos a el material básico que deberá de tener el departamento como: folios, pelotas, bolígrafos...

### - Departamento de mantenimiento

Departamento de mantenimiento	Cantidad	Precio unidad	Precio total
Ropa	5	25 €	125 €
Soldador	2	112,50 €	225 €
Ordenador	1	549,00 €	549 €
Estanterías	4	123,07 €	492 €
Karcher	2	435,00 €	870 €
Material vario	1	1.500 €	1.500 €
<b>Total</b>			<b>3.761 €</b>

Tabla 17 presupuesto del departamento de mantenimiento

El presupuesto es más amplio para este departamento, al tener que reparar desperfectos. El presupuesto será de 400€/mes. Para el presupuesto deberemos de comprar la ropa reglamentaria para los trabajadores del departamento para no sufrir daños y protegerlos de posibles accidentes. Adquirimos un soldador para solucionar cualquier problema. Montaremos



## CAMPUS D'ALCOI

estanterías para poder tener el material ordenado por zonas y secciones y así tener todo en su sitio y encontrarlo con el mayor tiempo posible.

- Departamento bares

Departamento de bares	Cantidad	Precio unidad	Precio total
Ropa	5	25 €	125 €
Material vario	1	500,00 €	500
Bebida	1	500,00 €	500 €
Comida	1	250,00 €	250 €
Estanterías	2	123,07 €	246 €
Papelería varia	2	100 €	200 €
<b>Total</b>			<b>1.821 €</b>

Tabla 18 presupuesto de bares

El presupuesto es estimado, ya que no sabemos la cantidad exacta de los huéspedes que recibiremos. En este departamento tendrán un gasto mensual superior ya que será más habitual realizar gastos. El presupuesto será de 600€/mes. Para el presupuesto este departamento deberemos de adquirir el uniforme para todos los camareros vayan con la misma vestimenta. Este departamento estará encargado de controlar la bebida y poder ofrecerles a los clientes la bebida que deseen. En el almacén instalaremos varias estanterías, donde colocaremos y organizaremos toda la bebida.

- Departamento de recepción

Departamento de recepción	Cantidad	Precio unidad	Precio total
Ropa	5	25 €	125 €
Ordenadores	3	549,00 €	1647
Sillas	4	95,59 €	382 €
Escritorio	2	156,09 €	312 €
Estanterías	2	123,07 €	246 €
Papelería varia	1	300 €	300 €
<b>Total</b>			<b>3.013 €</b>

Tabla 19 presupuesto departamento de recepción

El presupuesto que tendrá recepción será de 200€/mes para suplir sus gastos mensuales. Para el presupuesto de recepción tendremos que adquirir los mismos ordenadores que tendrán todos los departamentos, el modelo Huawei matebook D, 14 pulgadas, un ordenador que cumple con las características. Instalaremos dos estanterías dentro del almacén de recepción para poder clasificar la documentación ordenada y clasificada.



## CAMPUS D'ALCOI

### - Departamento limpieza

Departamento de limpieza	Cantidad	Precio unidad	Precio total
Ropa	5	25 €	125 €
Ordenadores	1	549,00 €	549
Sillas	1	95,59 €	96 €
Escritorio	1	156,09 €	156 €
Estanterías	2	123,07 €	246 €
Material limpieza	1	400 €	400 €
<b>Total</b>			<b>1.572 €</b>

Tabla 20 presupuesto del departamento de limpieza

El presupuesto que deberá tener el departamento de limpieza será alto, al ser material que se desecha constantemente y tiene que ser renovado el material. El presupuesto es de 500€/mes. Para el presupuesto tendremos que adquirir el uniforme para que todos vayan vestidos igual. En el almacén tendremos instalados las estanterías para poder tener allí clasificados todo el material necesario para abastecer las habitaciones diariamente. Tendrá instalado un mini despacho en el que podremos encontrar una silla, mesa y ordenador para que la gobernanta pueda realizar los horarios o los pedidos necesarios.

### - Departamento de cocina

Departamento de cocina	Cantidad	Precio unidad	Precio total
Ropa	5	25 €	125 €
Ordenadores	1	549,00 €	549
Sillas	1	95,59 €	96 €
Escritorio	1	156,09 €	156 €
Estanterías	4	123,07 €	492 €
Material limpieza	1	100 €	100 €
Comida	1	2000€	2000 €
Bebida	1	200 €	200 €
Instalación	1	1.000 €	1.000 €
Material cocina	1	30000	30000
<b>Total</b>			<b>34.718€</b>

Tabla 21 presupuesto del departamento de cocina

El presupuesto que deberá tener la cocina es alto, al ser un departamento donde más debe reponerse el material que amplían. El presupuesto acorde a su gasto será de 700€/mes, pudiendo así conseguir abastecerse bien. Para el presupuesto de este departamento será más amplio al ser un lugar donde los materiales son más caros. La instalación de todas las herramientas tendrá un coste de 30.000€. Los trabajadores deberemos de ofrecerles el uniforme indicado para poder trabajar con comodidad. En cuanto al jefe de cocina tendrá un mini despacho donde podrá realizar conformar los horarios de los trabajadores y poder realizar los pedidos necesarios para abastecer a los clientes.



Una vez tenemos los presupuestos de los diferentes departamentos procederemos a realizar la tabla de inmovilizado material respecto a 3 años. El primer año tendremos un gasto superior lógicamente al estar empezando un nuevo proyecto desde cero, en el segundo año dejaremos fluir los presupuestos sin mejorar nada ni invertir en ninguna infraestructura del hotel, en el tercer año nos proponemos mejorar el patio interior, colocando pérgolas para proporcionar sombra e instalar un baño exterior. Esta renovación tendrá un coste aproximado de 5.000€, ya que tendremos que realizar un baño desde cero. Adjunto tabla del inmovilizado de los próximos tres años.

**PRESUPUESTO DEPARTAMENTO**

Departamento	Coste
Finanzas, contabilidad y marketing	5482 €
Animación	510 €
Mantenimiento	3761
Bares	1.821 €
Recepción	3.013 €
Limpieza	1572
Cocina	34718
<b>TOTAL</b>	<b>50877 €</b>

Tabla 22 presupuesto de todos los departamentos

Aquí podemos observar el coste inicial que nos propondrá cada departamento, incluyendo el material que deberán utilizar. Cada departamento contará con un presupuesto mensual para poder abastecerse de material para llevar a cabo la actividad correctamente y poder satisfacer las necesidades de los clientes.

**PRESUPUESTO DEPARTAMENTO**

Departamento	Coste/mes	Coste/año
Finanzas, contabilidad y marketing	180 €	2160 €
Animación	60 €	720 €
Mantenimiento	400	4.800 €
Bares	600 €	7.200 €
Recepción	200 €	2.400 €
Limpieza	500	6.000 €
Cocina	700	8.400 €
<b>TOTAL</b>	<b>2.640 €</b>	<b>31.680 €</b>

Tabla 23 presupuesto de todos los departamentos



A continuación, facilitamos el presupuesto distribuido en el inmovilizado, clasificándolo y ordenándolo según su categoría.

**INMOVILIZADO  
MATERIAL**

	Año 1	Año 2	Año 3	Amort. %
<b>Inmovilizado material</b>	<b>3.990.490</b>	<b>0</b>	<b>5.000</b>	
Terreno	800000	0	0	0%
Edificio	3000000	0	0	3%
Maquinaria	100000	0	0	10%
Instalaciones técnicas	50000	0	4000	10%
Mobiliario	50000	0	1000	10%
Equipos informáticos	5490	0	0	25%

Tabla 24 inmovilizado material

En cuanto al inmovilizado inmaterial no realizaremos una gran inversión como en la infraestructura, ya que la mayor parte del servicio que ofrecemos se realiza gracias a nuestros trabajadores. La inversión en el inmovilizado inmaterial la mayor parte la equipará los programas informáticos que utilizarán los diferentes departamentos. Cada departamento contará con la instalación de Microsoft para poder confeccionar los horarios cada semana, a parte tendrán un software central en el que quedará centralizado toda la información de cada departamento, para así poder ahorrar tiempo en encontrar información. El programa que utilizaremos durante los tres primeros años es el Little hotelier un programa sencillo y fácil de utilizar que engloba a todos los departamentos y cada departamento tiene su herramienta para poder trabajar con comodidad.

**INMOVILIZADO  
INMATERIAL**

	Año 1	Año 2	Año 3	Amort. %
<b>Inmovilizado inmaterial</b>	<b>516.180</b>	<b>2.430</b>	<b>102.430</b>	
I+D	150000	0	100000	10%
Aplicación informática	2430	2430	2430	33%
Concesiones administrativas	363750	0	0	10%

Tabla 25 inmovilizado inmaterial





**INVERSIÓN EN ACTIVOS  
NO CORRIENTES**

	<b>Año 1</b>	<b>Año 2</b>	<b>Año 3</b>	<b>Amort. %</b>
<b>Inmovilizado material</b>	<b>3.990.490</b>	<b>0</b>	<b>5.000</b>	
Terrenos	800000	0	0	0%
Edificios	3000000	0	0	3%
Maquinaria	100000	0	0	10%
Instalaciones técnicas	50000	0	4000	10%
Mobiliario	35000	0	1000	10%
Equipos informáticos	5490	0	0	25%
<b>Inmovilizado inmaterial</b>	<b>516.180</b>	<b>2.430</b>	<b>102.430</b>	
<b>I+D</b>	150000	0	100000	10%
<b>Aplicación informática</b>	2430	2430	2430	33%
<b>Concesiones administrativas</b>	363750	0	0	10%

Tabla 26 inversión en activos no corrientes

## 6.1.2. INVERSIÓN DEL CIRCULANTE

En la inversión del circulante encontraremos los gastos que nos proporcionan mensualmente en el que nos proporcionará un activo. Estos cálculos pueden variar cada mes, dependiendo de la utilización de los suministros, por otra parte, deberemos de tener en cuenta las nóminas que deberemos ingresar cada principio de mes a nuestros trabajadores, dependiendo de las extras comentadas. A continuación, exponemos el gasto que nos proporcionará la electricidad en su máximo rendimiento, así poder conocer cuál será el máximo coste que podremos tener, también expondremos una table indicando el precio de cada puesto de trabajo, rigiéndonos al convenio de trabajadores.



Presupuesto

Departamentos	Horas/día ordenadores	Nº ordenadores	Wh ordenador	V hora ordenador total	Horas/día bombilla	W bombilla	Nº bombilla	Wh Bombilla total	Demanda energética (V)	Coste €/Kwhora	Coste/día	coste/semana	coste/mes
Finanzas y contabilidad	8	4	56	1792	8	10	4	320	2112	0,17	0,35904	2,51328	10,7712
Marketing	8	2	56	896	8	10	4	320	1216	0,17	0,20672	1,44704	6,2016
Animación	2	1	56	112	2	10	1	20	132	0,17	0,02244	0,15708	0,6732
Bares	2	1	56	112	18	10	10	1800	1912	0,17	0,32504	2,27528	9,7512
Mantenimiento	2	1	56	112	12	10	4	480	592	0,17	0,10064	0,70448	3,0192
Limpieza	2	1	56	112	0	10	2	0	112	0,17	0,01904	0,13328	0,5712
Recepción	2	4	56	448	24	10	4	960	1408	0,17	0,23936	1,67552	7,1808
Cocina	2	1	56	112	6	10	6	360	472	0,17	0,08024	0,56168	2,4072
<b>TOTAL</b>									<b>7956</b>	<b>0,17</b>	<b>1,35252</b>	<b>9,46764</b>	<b>40,5756</b>

Tabla 27 presupuesto luz y ordenadores por departamento

En esta tabla podemos observar el coste máximo aproximado que podrá tener cada departamento en cuanto a la electricidad que gastan. Para ello debemos de conocer que cantidad de Kw (kilovatio) gasta cada electrodoméstico, al ser un hotel que apoya al ecosistema y tiene como objetivo realizar un turismo sostenible, debemos de adquirir productos que contengan la etiqueta de A+++, en el que avala que estos electrodomésticos presentan un consumo inferior al 25%, a parte las bombillas que utilizaremos son de bajo consumo.



Departamentos	Electrodomésticos	Electrodomésticos W total	Nº Unidades	Horas	Coste €/Whora	Coste/día	Coste/semana	Coste/mes
Bares	Nevera	4200	1	24	0,17	17,136	119,952	514,08
	Máquina de hielo	2500	1	24	0,17	10,2	71,4	306
Cocina	Plancha	10000	2	8	0,17	27,2	190,4	816
	Nevera	4200	2	24	0,17	34,272	239,904	1028,16
	Horno	3150	2	8	0,17	8,568	59,976	257,04
	Freidora	6500	2	6	0,17	13,26	92,82	397,8
	Renta platos	6520	2	6	0,17	13,3008	93,1056	399,024
	Congelador	3500	2	24	0,17	28,56	199,92	856,8
Campana extrac-tora	500	4	8	0,17	2,72	19,04	81,6	
<b>TOTAL</b>		<b>41070</b>				<b>155,2168</b>	<b>1086,5176</b>	<b>4656,504</b>

Tabla 28 presupuesto de electrodoméstico departamento bares y cocina

En la siguiente table continuamos realizando presupuesto de los electrodomésticos con más detalle de los dos grandes departamentos. Para ello el departamento de bares contará con una nevera para poder ofrecer bebidas frescas y una máquina de hielo que nos aporte cubitos para poder ofrecer en la bebida, así mantener a una temperatura agradable para el huésped. En cuanto al departamento de cocina son los que más gasto producen, ya que son los que más electrodomésticos utilizan. En este caso hemos calculado identificado la potencia de cada electrodoméstico para así conocer que cantidad de luz deberemos de proporcionar en las placas solares y que factura proporcionará cada mes.

En el presupuesto de los departamentos anteriores en el que hemos ofrecido el presupuesto de los ordenadores y de la luz, hemos calculado que mensualmente deberemos de abonar una cantidad de 40€ y a parte sumarle la factura de luz que consume los electrodomésticos de los departamentos de bares y cocina que es un total de 4.656€ en el que nos hace una total de 4.696€ cada mes solamente con la electricidad. En la que debemos de saber que esto ocurrirá cuando todo esté en funcionamiento y en nuestros máximos momentos de afluencia.



A continuación, conoceremos la nómina de cada puesto de trabajo, conociendo así el coste fijo que nos proporcionan las nóminas cada mes. La renta de cada trabajador estará seguida por el convenio de los trabajadores que nos proporciona la Generalitat Valenciana.

		Salario Base	Extras	Festivos	Empleados	Extras hotel	Total	Salario/empleado
Finanzas y contabilidad	Jefe departamento	976,05	82,68	10,9	1	400	1458,73	1458,73
	Empleados	900,46	77,37	10,22	2	300	2555,66	1277,83
Marketing	Jefe departamento	976,05	82,68	10,9	1	400	1458,73	1458,73
	Empleados	900,46	77,37	10,22	2	300	2555,66	1277,83
Bares	Jefe departamento	976,05	82,68	10,9	1	400	1458,73	1458,73
	Empleados	900,46	77,37	10,22	4	300	5111,32	1277,83
Mantenimiento	Jefe departamento	976,05	82,68	10,9	1	400	1458,73	1458,73
	Empleados	900,46	77,37	10,22	4	300	5111,32	1277,83
Cocina	Jefe departamento	976,05	82,68	10,9	1	400	1458,73	1458,73
	Empleados	900,46	77,37	10,22	4	300	5111,32	1277,83
Recepción	Jefe departamento	976,05	82,68	10,9	1	400	1458,73	1458,73
	Empleados	900,46	77,37	10,22	4	300	5111,32	1277,83
Limpieza	Jefe departamento	976,05	82,68	10,9	1	400	1458,73	1458,73
	Empleados	900,46	77,37	10,22	4	300	5111,32	1277,83
Animación	Jefe departamento	976,05	82,68	10,9	1	400	1458,73	1458,73
	Empleados	900,46	77,37	10,22	4	300	5111,32	1277,83
Dirección	Director	1250,31	96,32	13,5	1	550	1896,63	1896,63
	Subdirector	1150,03	92,49	12,1	1	500	1742,52	1742,52
<b>TOTAL</b>							<b>51088,23</b>	

Tabla 29 presupuesto salarios

Para conocer tendremos que conocer que nivel se encuentra cada trabajador. Los jefes de cada departamento pertenecen al primer nivel y los trabajadores son nivel cuatro. Estos datos son facilitados por el convenio colectivo de hostelería que nos facilita la Generalitat Valenciana.

IV.- Para hoteles de tres estrellas de 50 habitaciones o menos.

NIVELES	SALARIO BASE MES	HORAS EXTRAS	FESTIVOS ABONABLES
Primero	(*) 976,05	10,90	82,68
Segundo	(*) 959,13	10,81	82,05
Tercero	(*) 913,30	10,29	78,30
Cuarto	(*) 900,46	10,22	77,37
Quinto	(*) 54,93	9,82	71,81
Sexto	(*) 578,28	Ø	Ø
Conserje de noche	(*) 931,42	10,51	79,69
Camarero/a de pisos	(**) 902,60	10,23	77,53

Tabla 30 tabla convenio



Para conocer la cantidad fija que tendremos a final de cada mes, realizamos un sumatorio de todos los gastos fijos que no proporcionarán las facturas básicas que tendremos.

	Coste
Electricidad	4.696 €
Agua	525 €
Internet	100 €
Empleados	51.088.23€
ERP	195 €
<b>TOTAL</b>	<b>56.604.23 €</b>

Tabla 31 presupuesto inversión circulante

Estos son los gastos mensuales que deberemos de hacer frente cada final de mes. En esta previsión logramos conocer el presupuesto fijo que tendremos que cubrir los primeros meses de inicio del hotel.

### 6.1.3. CUENTAS ANUALES PROVISIONALES A TRES AÑOS

	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
<b>INGRESOS</b>	<b>445675</b>	<b>891350</b>	<b>1587025</b>
Ventas	445675	891350	1337025
Otros ingresos de explotación	0	0	250000
<b>GASTOS</b>	<b>4722855,46</b>	<b>167738,464</b>	<b>272738,464</b>
Compra de mercaderías	82557	31680	31680
Suministros	66192	66192	66192
Construcción	4506670	2430	107430
Salario	51088,23	51088,23	51088,23
Seguridad social (32%)	16348,2336	16348,2336	16348,2336
<b>RESULTADO DE EXPLOTACIÓN (BAII)</b>	<b>-4277180,46</b>	<b>723611,536</b>	<b>1314286,54</b>
Ingresos financieros	4000000	0	0
Gastos financieros	0	0	0
<b>RESULTADO FINANCIERO</b>	<b>-277180,464</b>	<b>723611,536</b>	<b>1314286,54</b>
Impuesto sobre el beneficio (25%)	-69295,1159	180902,884	328571,634
<b>RESULTADO NETO</b>	<b>-346475,58</b>	<b>904514,421</b>	<b>1642858,17</b>

Tabla 32 PyG



Conociendo la previsión aproximada de gastos podemos obtener la cuenta de perdidas y ganancias.

Como podemos observar el primer año nos encontraremos con muchos gastos, ya que tendremos que realizar una fuerte inversión para poder edificar el hotel desde cero incluyendo todo el material adquirido para equipar las instalaciones y que los clientes puedan disfrutar de un placido descanso. El primer año como podemos comprobar el resultado es negativo, contando que la afluencia del hotel será de un 25%, una estimación baja, en cuanto al segundo año contamos con una estancia del 50% en el que nos aportará un beneficio y para el tercer año somos más optimistas y contando con el reconocimiento de la gente, calculamos con una afluencia del 75% en el que nos aportará un gran beneficio.

	Año 1	Año 2	Año 3		Año 1	Año 2	Año 3
<b>Inmovilizado material</b>	<b>3.990.490</b>	<b>0</b>	<b>5.000</b>	<b>PATRIMONIO NETO</b>	<b>3790256</b>	<b>791048</b>	<b>1381723</b>
Terrenos	800000	0	0	Capital	4000000	0	0
Edificios	3000000	0	0	Reservas	0	0	0
Maquinaria	100000	0	0	Beneficio ejercicio	-209744	791048	1381723
Instalaciones técnicas	50000	0	4000	<b>PASIVO NO CORRIENTE</b>			
Mobiliario	35000	0	1000	Deudas a LP	0	0	0
Equipos informáticos	5490	0	0	<b>PASIVO CORRIENTE</b>	<b>1.162.089</b>	<b>102.732</b>	<b>312.732</b>
<b>Inmovilizado inmaterial</b>	<b>516.180</b>	<b>2.430</b>	<b>102.430</b>	Deudas a corto plazo	0	0	0
I+D	150000	0	100000	Proveedores y acreedores	1162089	102732	312732
<b>Aplicación informática</b>	<b>2430</b>	<b>2430</b>	<b>2430</b>	<b>TOTAL PASIVO</b>	<b>4952345</b>	<b>893780</b>	<b>1694455</b>
<b>Concesiones administrativas</b>	<b>363750</b>	<b>0</b>	<b>0</b>				
<b>ACTIVO CORRIENTE</b>	<b>445675</b>	<b>891350</b>	<b>1587025</b>				
Existencias	0	0	0				
Clientes	445675	891350	1337025				
Tesorería	0	0	250000				
<b>TOTAL ACTIVO</b>	<b>4.952.345</b>	<b>893.780</b>	<b>1.694.455</b>				

Tabla 33 Tabla activos y pasivos



## 6.1.4. ANÁLISIS ECONOMICO-FINANCIERO

Para el apartado, analizamos las dos partes de rentabilidades, la económica y la financiera. La cual calcularemos por partes, conoceremos primero el margen dividiendo el BAI entre ventas y la rotación dividiendo ventas entre activo total.

Para la parte de la rentabilidad financiera se calcula dividiendo los beneficios netos entre el patrimonio total, así conoceremos la rentabilidad.

	Año 1	Año 2	Año 3
ACTIVO	4952345	893780	1694455
RENTABILIDAD ECONÓMICA	-0,069961923	1,01201014	0,9695496
Margen	-9,597084116	0,81181526	0,98299324
Rotación	0,089992721	0,99728121	0,78905902
FONDOS PROPIOS	4000000	0	0
RENTABILIDAD FINANCIERA	-0,091412184	1,1434381	1,18899242

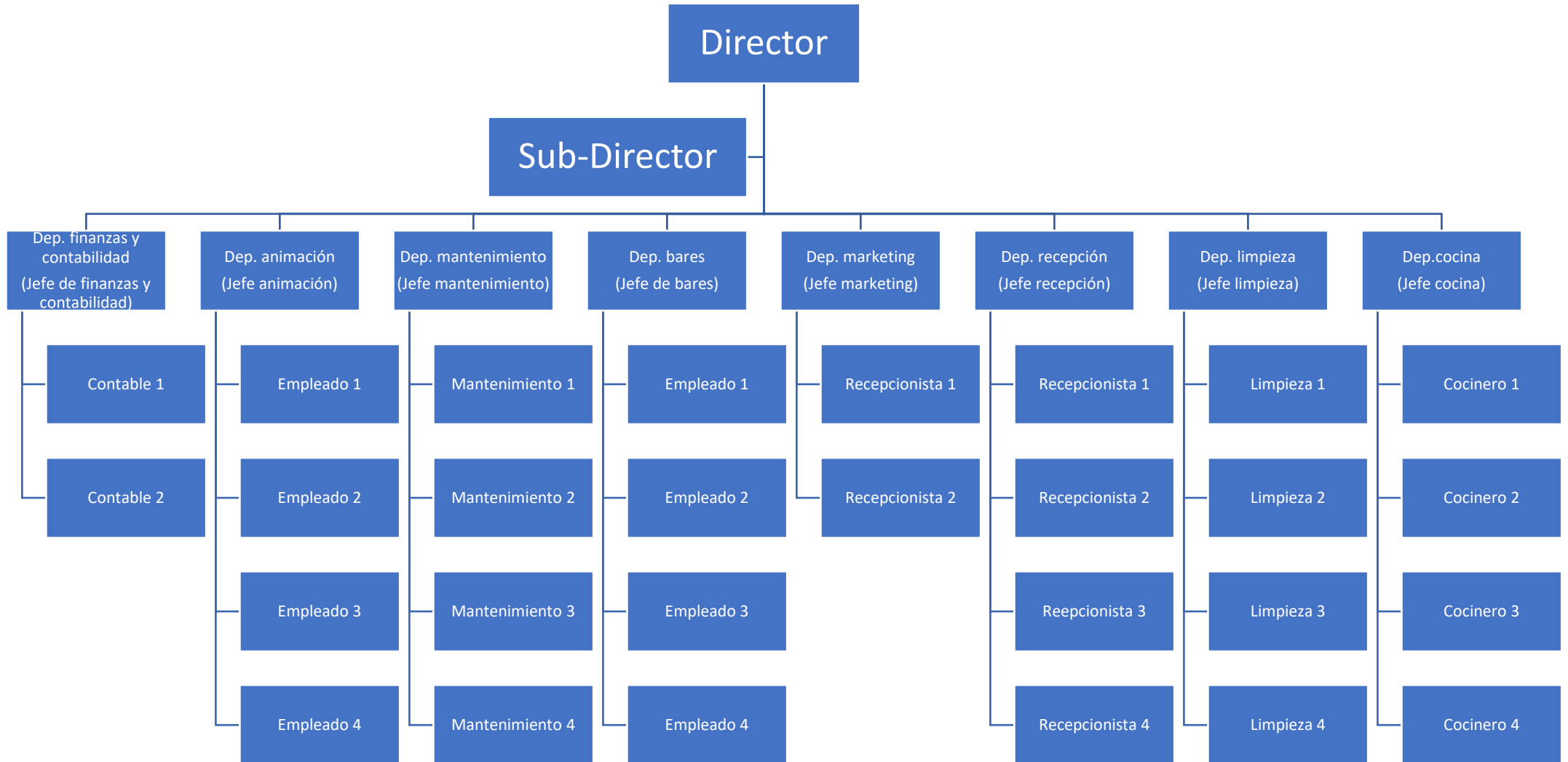
Tabla 34 tabla rentabilidad económica y financiera

## 7. ORGANIZACIÓN Y PERSONAL

En este apartado conoceremos la distribución de la estructura organizativa formal en la que se determinarán las relaciones verticales y horizontales entre las personas que forman la empresa. Con esto cada departamento conoce sus responsabilidades. después conoceremos los integrantes de la plantilla de cada departamento conformando su horario semanal. (Golf, Recursos Humanos, 2020)

### 7.1. DISTRIBUCIÓN

La distribución de la estructura organizativa estará compuesta por un modelo básico y uno de los más comunes del sector, el modelo funcional, basado en la división del trabajo por funciones. Pudiendo así tener el mismo poder jerárquico dentro de la empresa a excepción de la dirección, la cual dominará sobre estas.







Este es el modelo que vamos a utilizar para la organización estructural de la empresa. Hemos utilizado un modelo funcional, al que todos los departamentos tienen la misma jerarquía, podrán existir relaciones de colaboraciones entre ellos. Cada departamento tendrá un representante en el que tendrá dicha responsabilidad de coordinar a los empleados del departamento que representa. Cada responsable de departamento deberá realizar las entrevistas para ocupar el puesto de trabajo. Todos los responsables de departamento tendrán que realizar previamente un curso de como entrevistar a un futuro empleado y que debe dar más importancia a su entrevista.

A continuación, explicaremos los requisitos de cada departamento y sus funciones en la empresa.

- Departamento de finanzas y contabilidad: En este departamento estará conformado por 3 personas en las que sus funciones serán controlar la gestión financiera y llevar a cabo toda la documentación contable. Otras de sus funciones que deberán desempeñar en el departamento son los estudios financieros de las propuestas lanzadas por marketing, así conocer si el proyecto será viable o no. Para poder entrar a trabajar en dicho departamento, deberán estar titulados en ADE o economías, teniendo 2 años de experiencia en el sector financiero empresarial y deberán de tener los valores que intenta inculcar la empresa.
- Departamento de animación: En este departamento estará conformado por 5 empleados en las que sus funciones serán realizar las clases de yoga, meditación y los talleres. En los talleres deberán de preparar actividades para dar a conocer el propósito que defendemos y así los niños y adultos que nos visiten conocen de mayor mano que poder hacer para ayudar al cuidado del planeta. Los requisitos que buscamos en este departamento, al estar en contacto con niños, deberán tener el grado de magisterio o bien el título superior de jardín de infancia, sin experiencia y con el certificado de que no tienen antecedentes ni abuso de menores, que facilita el Ayuntamiento de residencia.
- Departamento de mantenimiento: En este departamento estará conformado por 5 empleados en las que sus funciones serán realizar todo tipo de apaño que estén a su alcance, realizando tareas de mantenimiento rutinario de las maquinas e instalaciones que conforman el hotel, revisando todos los días las instalaciones, así poder asegurar el buen funcionamiento de toda la maquinaria y poder abastecer a todos los huéspedes una agradable estancia. Los requisitos para poder trabajar en el equipo de mantenimiento deberán tener 3 años de experiencia en el mundo de mantenimiento o en talleres, debiendo tener el título de mecánico de grado medio.
- Departamento de bares: En este departamento estará conformado por 6 empleados en las que sus funciones será ofrecer servicio a mesa para que los clientes solamente deban pedir sin levantarse de la mesa. En los desayuno y meriendas al encontrarnos con buffet libre, los camareros deberán estar atentos para poder retirar los platos y así desayunar con comodidad igualmente a la hora de merendar. Básicamente sus funciones es estar atentos a que los clientes estén a gusto y disfruten de la comida. Para poder trabajar en este departamento deberán tener 1 año de experiencia en el mundo de la hostelería, tener buena presencia y ser alegre, Deberá tener como mínimo el grado escolar.



## CAMPUS D'ALCOI

- Departamento de marketing: En este departamento estará conformado por 3 empleados en las que sus funciones serán hacer promoción del hotel realizando estudios de mercados y encuestas para conocer el tipo de gente que deberemos enfocarnos. Otra de sus funciones será realizar encuestas durante la estancia de los huéspedes, para conocer sus opiniones respecto a las instalaciones y servicios que ofrece el hotel. Deberán estar atentos a cualquier queja que transmita el cliente y poder ofrecerle una solución lo antes posible. Para ocupar el puesto de trabajo deberán tener un grado en ADE o marketing, teniendo 1 año de experiencia.
- Departamento de recepción: En este departamento estará conformado por 5 empleados en las que sus funciones serán atender al teléfono móvil para poder ayudar al posible cliente a contratar los servicios del hotel, en caso de que tenga alguna duda ofrecerle la mejor solución posible. Otra función será la de realizar el check in, explicándoles todos los rincones que tiene el edificio, haciéndoles un pequeño recordatorio de los horarios de cada actividad y los horarios de comida y el check out de los turistas del hotel deberán de comentarles si el cliente debe poner algún comentario en redes para que los futuros huéspedes puedan comprobar la calidad del servicio desde otras experiencias y agradecerles su estancia. Para poder trabajar en este departamento deberá contar con el título de grado de ADE y turismo, teniendo buena presencia, ser amable y experiencia en el sector.
- Departamento de limpieza: En este departamento estará conformado por 5 empleados en las que sus funciones serán las de realizar la limpieza de las habitaciones, cambio de sábanas y limpieza de todos los rincones del edificio. Para poder trabajar con el departamento deberá tener como mínimo el graduado escolar y experiencia en limpieza 6 meses.
- Departamento de cocina: En este departamento estará conformado por 5 empleados en las que sus funciones serán las de preparar toda la comida del día, cocinando los menús que los clientes hayan elegido. Al acabar de cocinar deberán realizar la limpieza de su espacio de trabajo y sus herramientas para que al día siguiente puedan volver a empezar desde cero con todo limpio. Para poder trabajar deberán tener el título de cocina, 1 año de experiencia en cocina y deberán tener el título de manipulador de alimentos.



## 7.2. PERSONAL

Una vez establecida la estructura de la empresa, vamos a proveer al proyecto de las personas más adecuadas para su funcionamiento y viabilidad. El factor humano es el más importante para garantizar el éxito de la empresa, ya que sin los trabajadores el hotel no sería nada, son nuestro factor más importante.

### 7.2.1. EQUIPO HUMANO

Como hemos ido identificando anteriormente los diferentes miembros del personal que conformarán la plantilla, con un total de 36 empleados más el subdirector y director que conforman un total de 38. Al tratarse de un hotel reducido y empezando con un hotel innovador en la zona, hemos empezado con una plantilla reducida e ir poco a poco aumentando en consecuencia a la ocupación del hotel.

La formación de cada departamento serán las siguiente:

- Departamento finanzas y contabilidad: Contará con un responsable y 2 empleados, un total de 3.
- Departamento animación: Contará con un responsable y 4 empleados, un total de 5.
- Departamento de mantenimiento: Contará con un responsable y 4 empleados, un total de 5.
- Departamento de bares: Contará con un responsable y 4 empleados, un total de 5.
- Departamento de marketing: Contará con un responsable y 2 empleados, un total de 3.
- Departamento de recepción: Contará con un responsable y 4 empleados, un total de 5.
- Departamento de limpieza: Contará con un responsable y empleados, un total de 5.
- Departamento de cocina: Contará con un responsable y 4 empleados, un total de 5.

### 7.2.2. POLÍTICA LABORAL

La política laboral de la empresa es clara, al promover un turismo sostenible, nuestros trabajadores tendrán que apoyar la causa y ser conscientes de los valores que transmite la empresa al mundo exterior. En cuanto a los aspectos más importantes de lo que deberán tener en cuenta a la hora de contratar al personal serán:

- Reclutamiento y selección

La plantilla estará conformada por 36 empleados más el subdirector y director de la empresa que hacen un total de 38 componentes. En un futuro si el funcionamiento es el correcto y la ampliación del hotel sigue aumentando, nos plantearemos contratar a más gente para poder ofrecer el mejor servicio a los huéspedes. El reclutamiento de empleados será a través de entrevistas presenciales y poder conocer el comportamiento de la persona cara a cara, pudiendo así conocer



## CAMPUS D'ALCOI

mejor el comportamiento del posible empleado. Este creemos que es el mejor método para poder conocer mejor a la persona.

- Integración, motivación y promoción

Todos los departamentos deberán de realizar el curso de prevención de riesgo, en el que la empresa contratará los servicios de la empresa Mas prevención, así poder proteger a nuestros trabajadores de posibles peligros y darles la mayor seguridad en cada departamento. En cuanto a los departamentos de bares, cocina y limpieza deberán pedir en el curriculum el curso de manipulador de alimentos. Para estimular el buen ambiente laboral, se realizarán actividades internas como comidas o dinámicas con la intención de mantener un buen clima de trabajo y los trabajadores cojan confianza entre ellos, así poder mejorar el servicio. En caso de que la empresa funcione correctamente, la empresa realizará incentivos en los salarios de los trabajadores así hacerles sentir que los resultados obtenidos positivos tienen gran parte de mérito.

- Plan de evaluación y control del personal

Este plan de evaluación se realizará por departamentos, con esto, mediremos las aportaciones que hacen cada departamento al proyecto y conoceremos en cuales es necesario actuar, bien sea de manera positiva como aumentando la inversión en dicho departamento o de forma negativa como reduciendo el presupuesto de este. Todo en función a las necesidades de cada departamento, estas necesidades las conoceremos al estudio realizado.

- Política de retribución

Para conocer la retribución de cada empleado deberemos conocer el convenio de cada departamento y sus condiciones de trabajo al que adhiere nuestra empresa. Nuestro sector está regido por el convenio

- Relaciones laborales

La relación laboral entre empresa y trabajadores está regulada y se realiza a través del delegado de personal ya que se trata de una empresa de menos de 50 trabajadores. En cuanto a la prevención de riesgos laborales, los trabajadores están rodeados de una serie de riesgos que, si no se conocen o no están evaluados y estudiados, pueden suponer una alteración en la salud de estos trabajadores. Es por esto por lo que la empresa deberá adoptar medidas preventivas ante estos riesgos y dar protección a los trabajadores. Para conseguir que estas medidas preventivas sean óptimas, la empresa deberá consultar a los trabajadores y hacerles partícipes en las cuestiones que afectan a la seguridad en el trabajo.



### 7.2.3. HORARIO

- Departamento de finanzas y contabilidad

Departamento finanzas y contabilidad	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Responsable</b>	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Libre	Libre
<b>Empleado 1</b>	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Libre	Libre
<b>Empleado 2</b>	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Libre	Libre

Mañana:  
10:00/18:00

Tabla 35 Horario finanzas y contabilidad

- Departamento de animación

Departamento animación	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Responsable</b>	A1	A1	A1	A1	Libre	A1	A1
<b>Empleado 1</b>	A1	A1	A1	Libre	A1	A1	A1
<b>Empleado 2</b>	A2	A2	Libre	A1	A1	A2	A2
<b>Empleado 3</b>	A2	Libre	A2	A2	A2	A2	Libre
<b>Empleado 4</b>	Libre	A2	A2	A2	A2	Libre	A2

A1: 10:00/13:00 17:00/22:00	A2: 06:00/11:00 15:00/18:00
-----------------------------------	-----------------------------------

Tabla 36 Horario animación

Horario actividades	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>6:00/7:30</b>	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga
<b>10:00/13:00</b>	Taller y actividades	Taller y actividades	Taller y actividades	Taller y actividades	Taller y actividades	Taller y actividades	Taller y actividades
<b>15:00/16:00</b>	Meditación	Meditación	Meditación	Meditación	Meditación	Meditación	Meditación
<b>17:00/19:30</b>	Taller y actividades	Taller y actividades	Taller y actividades	Taller y actividades	Taller y actividades	Taller y actividades	Taller y actividades
<b>20:00/21:00</b>	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga	Yoga

Tabla 37 Horario de actividades



CAMPUS D'ALCOI

- Departamento de mantenimiento

Departamento de mantenimiento	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Responsable</b>	Mañana	Mañana	Mañana	Noche	Libre	Tarde	Mañana
<b>Empleado 1</b>	Mañana	Mañana	Noche	Libre	Tarde	Mañana	Mañana
<b>Empleado 2</b>	Tarde	Noche	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Noche
<b>Empleado 3</b>	Noche	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Noche	Libre
<b>Empleado 4</b>	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Noche	Libre	Tarde

Mañana: 08:00/17:00	Tarde: 17:00/01:00	Noche: 00:00/8:00
------------------------	-----------------------	----------------------

Tabla 38 Horario mantenimiento

- Departamento de bares

Departamento de bares	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Responsable</b>	A1	A1	A1	A1	Libre	A1	A1
<b>Empleado 1</b>	A1	A1	A1	Libre	A1	A1	A1
<b>Empleado 2</b>	A2	A2	Libre	A1	A1	A2	A2
<b>Empleado 3</b>	A2	Libre	A2	A2	A2	A2	Libre
<b>Empleado 4</b>	Libre	A2	A2	A2	A2	Libre	A2

A1: 07:00/11:00 13:00/18:00	A2: 12:30/17:00 20:30/00:00
-----------------------------------	-----------------------------------

Tabla 39 Horario bares

Desayuno: 7:30/10:30	Comida: 13:00/16:00	Merienda: 17:00/18:00	Cena: 21:00/23:00
-------------------------	------------------------	--------------------------	----------------------

Tabla 40 Horario cafetería



CAMPUS D'ALCOI

- Departamento de marketing

Departamento marketing	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Responsable</b>	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Libre	Libre
<b>Empleado 1</b>	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Libre	Libre
<b>Empleado 2</b>	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Mañana	Libre	Libre

Mañana:  
10:00/18:00

Tabla 41 Horario marketing

- Departamento de recepción

Departamento de recepción	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Responsable</b>	Mañana	Mañana	Mañana	Noche	Libre	Tarde	Mañana
<b>Empleado 1</b>	Mañana	Mañana	Noche	Libre	Tarde	Mañana	Mañana
<b>Empleado 2</b>	Tarde	Noche	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Noche
<b>Empleado 3</b>	Noche	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Noche	Libre
<b>Empleado 4</b>	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Noche	Libre	Tarde

Mañana: 08:00/17:00	Tarde: 17:00/01:00	Noche: 00:00/8:00
------------------------	-----------------------	----------------------

Tabla 42 Horario recepción

- Departamento de limpieza

Departamento de limpieza	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Responsable</b>	Mañana	Mañana	Mañana	Tarde	Libre	Tarde	Mañana
<b>Empleado 1</b>	Mañana	Mañana	Tarde	Libre	Tarde	Mañana	Mañana
<b>Empleado 2</b>	Tarde	Tarde	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Tarde
<b>Empleado 3</b>	Tarde	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Tarde	Libre
<b>Empleado 4</b>	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Tarde	Libre	Tarde

Mañana: 08:00/17:00	Tarde: 17:00/01:00
------------------------	-----------------------

Tabla 43 Horario limpieza



- Departamento de cocina

Departamento de cocina	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
<b>Responsable</b>	Mañana	Mañana	Mañana	Tarde	Libre	Tarde	Mañana
<b>Empleado 1</b>	Mañana	Mañana	Tarde	Libre	Tarde	Mañana	Mañana
<b>Empleado 2</b>	Tarde	Tarde	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Tarde
<b>Empleado 3</b>	Tarde	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Tarde	Libre
<b>Empleado 4</b>	Libre	Tarde	Mañana	Mañana	Tarde	Libre	Tarde

Mañana: 06:00/10:00 12:00/16:00	Tarde: 14:00/18:00 20:00/24:00
---------------------------------------	--------------------------------------

Tabla 44 Horario cocina

## 8. BUESINESS MODEL CANVAS

- SEGMENTO DE CLIENTES

Para que el modelo funcione habría que llegar al segmento de clientes muy concreto, este segmento es nuevo para la ciudad, está enfocado para la gente que comparte nuestros mismos valores, en el que sean consciente con el planeta y apoyen el ecologismo acompañado de actividades para poder desconectar del día a día del trabajo, así conseguir un descanso pleno. Con estas dos funciones de servicio que realiza el hotel afirmamos que es un nuevo nicho para la ciudad.

- PROPOSICION UNICA DE VALOR

Las proposiciones de valor únicas que tenemos en nuestra empresa, es enseñar a la población que se puede hacer un turismo apoyando al ecosistema y así hacer ver a la gente que el planeta necesita un cambio y la hostelería tiene mucho trabajo por delante y mejorar sus instalaciones y así poder cuidar el planeta para que las generaciones que viene puedan disfrutar de un planeta sano.

- CANALES

Los canales que utilizaremos para poder contratar la estancia en el hotel se realizaran a través de la página web del hotel, donde podremos entrar en la parte de arriba a la izquierda donde encontramos un link donde indica reservar ahora, al entrar en dicho link nos llevará a otra página donde podremos elegir los días de estancias y la habitación que deseen reservar. Otro de los canales que cada vez son menos habituales, son a través del teléfono móvil, llamando al teléfono que indica la página web en el que le atenderemos con todo el orgullo y intentaremos resolver todas sus dudas e inconvenientes, estaremos encantado de poder ayudar a reservar. Otro canal y es uno de los más tradicionales es el acudir a una agencia de viajes, en el que les atenderán y darán referencias del hotel.

Por supuesto en el siglo que vivimos y que predomina la tecnología, intentaremos captar clientes a través de las redes sociales, publicando post en





## CAMPUS D'ALCOI

Instagram, Facebook y Twitter, donde intentaremos transmitir nuestros valores y el servicio que ofrecemos.

### - RELACIONES CON CLIENTES

Las relaciones con nuestros clientes serán sobre todo mediante nuestro personal de atención al cliente que estará disponible 24h que consistirá en un contacto mediante la página oficial de la aplicación o mediante el correo electrónico con el que podrán reclamar o preguntar y se les contestara con la mayor brevedad posible.

Estando el cliente hospedándose podrá acudir a recepción y realizar cualquier tipo de consulta o queja que tenga al respecto, contamos con servicio 24h en la recepción e intentaremos poder ayudar a cualquier consulta o queja que tengan.

### - FUENTES DE INGRESO

Las principales fuentes de ingreso vendrán acompañadas de nuestros huéspedes, en el que su estancia deberá realizar el pago previo a la estancia y también pudiendo realizar el pago el mismo día que ingresen en el hotel. Estas será nuestra principal fuente de ingreso. En ningún momento las actividades que propone el hotel serán de pago, ya que dichas actividades son propuestas gratuitamente para los clientes.

### - RECURSOS CLAVES

Los recursos claves de nuestra empresa será nuestra propuesta de turismo ecológico en el que intentamos transmitir a la sociedad la importancia de realizar dicho turismo y poder ayudar al planeta. Por otra parte, otro de los grandes recursos es el poder realizar actividades al aire libre y poder desconectar del estrés del trabajo.

### - ACTIVIDADES CLAVE

En nuestras instalaciones del hotel entraremos por la parte de recepción donde nos atenderán los recepcionistas con toda amabilidad, las habitaciones de descanso podrán encontrarlas en la primera y segunda planta. Enfrente de recepción podremos encontrar el comedor, donde serán atendidos por nuestros empleados para poder ofrecerles la comida que elijan de la carta y poder ofrecerles la máxima comodidad. A la izquierda de la recepción se encontrará la salida a las zonas verdes del hotel, donde podrá salir a descansar y disfrutar del verde. El mismo hotel realizará actividades como yoga y meditación en la que alternarán el lugar de la práctica, pudiendo realizarlas en la playa en el amanecer y anochecer, en otro lugar se realizará en la zona verde del hotel.

### - ASOCIACIONES CLAVE

Las principales asociaciones son principalmente la playa donde realizamos las actividades de meditación y yoga. No tendremos nada más, al ser un espacio cerrado como un hotel, no tendremos prácticamente nada asociado.

### - ESTRUCTURA DE COSTES

La estructura de costes de nuestro establecimiento se formará mediante el mantenimiento de las instalaciones, sus respectivas mejoras y renovaciones. Cada año tendremos que realizar una limpieza estructural, como la pintura de la fachada. Los



gastos fijos como todo el mundo serán los más habituales como, la luz, agua, internet, etc.

También deberemos de contar con la fuerte inversión inicial que tendremos con la apuesta de la promoción, para dar a conocer a los usuarios el nuevo servicio que ofrece la costa mediterránea.

## 9. CONCLUSIONES

Para acabar el proyecto, concluimos que nos encontramos en una buena situación para poder emprender un nuevo proyecto en la costa mediterránea, en la que necesita una renovación e innovación en cuanto al sector hostelero, ofreciéndole a los huéspedes un valor añadido. Este valor añadido que tanto defendemos está enfocado al cuidado del planeta. Por eso debemos de hacer una revolución en la hostelería de Gandía y hacer ver que existe otro tipo de turismo, en el que pueden realizar una estancia en la que pueden desconectar de sus vidas y mientras desconectan de el estrés del día a día se pueden sentir satisfecho de la aportación que hacen con el medio ambiente, realizando un turismo ecológico. Esto nos permite realizar un servicio diferente a los diferentes competidores de la zona, haciéndonos diferentes al resto, con algo innovador y progresista.

Aportar soluciones a muchos problemas que perturban a los políticos, como es la sequía, realizando una operación de reducción de agua en todas las salidas de las tuberías y conseguir ese malgasto de agua que se produce diariamente en todos los establecimientos, por otro lado, poder autoabastecernos de la electricidad gracias a las placas solares que tenemos instaladas en el tejado y poder conseguir nuestra propia energía es algo motivador y que nos ofrece un plus, algo diferente. Somos una empresa consciente en el medio ambiente en el que retira el plástico de sus instalaciones y poder contribuir ala reducción del plástico que tanto daño nos proporciona al mundo marino.

Es una nueva alternativa que existe, que puede cambiar el rumbo de la ciudad y como no pensar en grande y poder ser un referente en el mundo hostelero y hacerles ver que una estancia, también puede aportar grandes cambios al planeta, ayudando al mantener un planeta limpio. Seremos una nueva revolución en el sector hostelero.

El sector se encuentra en un momento especial, en el que es conocedor de que la gente quiere sentirse libre y poder disfrutar de la libertad que tanto nos a quita el COVID-19, cerrando fronteras, imponiendo restricciones en las que no permitía abrir hoteles y bares. Por esto es un buen momento de abrir y de volver a ilusionar a la gente con nuestros servicios. La gente necesita salir y sentirse libre de poder moverse por su país y disfrutar de los maravillosos lugares que nos ha ofrecido la historia y la naturaleza, por eso el sector se encuentra con fuerzas e ilusión de hacerles volver a sentir ilusión de viajar.

Por concluir, es una oportunidad perfecta para empezar con el proyecto e instalar en la ciudad mediterránea, Gandía. Todo el estudio previo de mercado, conociendo como se encuentra el sector y cuales son sus ventajas y desventajas que tenemos al entrar en el sector, somos capaces de poder hacer frente. Nos hemos preparado con la mejor calidad, teniendo una instalación de una ERP, para que todos los departamentos se encuentren en un mismo software y así poder encontrar la información más rápida. Ayudándonos de las brillantes instalaciones que tenemos para poder realizar actividades tanto en el jardín que tenemos en la parte trasera, como en la maravillosa playa que tenemos a 2 minutos andado desde el hotel,



contamos con un magnífico equipo de trabajadores cualificados que quieren ofrecer lo mejor de sí mismos y poder ofrecer un servicio excelente. Con todo esto es el momento de empezar a cambiar el futuro y mejorar la vida de la tierra.

## 10. BIBLIOGRAFÍA

- BCE. (2021). *Banco central europeo*. Obtenido de <https://www.ecb.europa.eu/ecb/html/index.es.html>
- BCE. (2021). *Banco dentral europeo*. Bruselas.
- bioclimático, H. r. (2018). *Proceso de construcción. Materiales de construcción saludables*. Puentedura, Burgos.
- bioclimático, H. r. (s.f.). *Hotel rural bioclimático*. Obtenido de <https://www.sabinaresdelarlanza.com/es/c/materiales-utilizados>
- Biasco, O. (s.f.). *Valencia plaza*. Obtenido de <https://valenciaplaza.com/gandia-hub-turistico>
- Capó, J. (s.f.). *Dirección financiera*. Obtenido de [https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA\\_11825\\_2020/tool/6b79986b-f8c0-4992-afa2-2edbaab368be?panel=Main](https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA_11825_2020/tool/6b79986b-f8c0-4992-afa2-2edbaab368be?panel=Main)
- Desotec. (2021). *Desotec*. Obtenido de [https://www.desotec.com/es/carbonologia/casos/eliminaci-n-de-los-cov-en-la-fabricaci-n-y-aplicaci-n-de-pinturas-y?ppc\\_keyword=problemas%20ambientales&gclid=CjwKCAjwoZWHBhBgEiwAiMN66fYFI\\_iqTgX8lvAgsMZ5XuV8JmZjaeOmOCTJ8n8NsKRdy2zy44wMuBoC258QAvD\\_BwE](https://www.desotec.com/es/carbonologia/casos/eliminaci-n-de-los-cov-en-la-fabricaci-n-y-aplicaci-n-de-pinturas-y?ppc_keyword=problemas%20ambientales&gclid=CjwKCAjwoZWHBhBgEiwAiMN66fYFI_iqTgX8lvAgsMZ5XuV8JmZjaeOmOCTJ8n8NsKRdy2zy44wMuBoC258QAvD_BwE)
- EFE, A. (2021). *EFe verde*. Obtenido de <https://www.efeverde.com/noticias/hosteleria-cambio-climatico/>
- Eladio, J. (2021). *Emprendedores y creación de empresa*. Obtenido de [https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA\\_11846\\_2020/tool/527f1191-ccc3-430b-9696-747e11b4a41d](https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA_11846_2020/tool/527f1191-ccc3-430b-9696-747e11b4a41d)
- esan, C. (2021). *Conexión sean*. Obtenido de <https://www.esan.edu.pe/apuntes-empresariales/2016/10/que-es-el-microentorno-y-como-influye-en-las-empresas/>
- Estadística. (2021). *El turismo de la costa*. Obtenido de [https://es.statista.com/temas/3621/el-turismo-de-costa-en-espana/#dossierContents\\_\\_outerWrapper](https://es.statista.com/temas/3621/el-turismo-de-costa-en-espana/#dossierContents__outerWrapper)
- Framba, A. (2020). *Ecobnb*. Obtenido de <https://es.ecobnb.com/blog/2020/02/hotel-ecologico-hospitalidad-sostenible/#:~:text=Utilice%20papel%20reciclado&text=Para%20ser%20un%20alojamiento%20sostenible,%2C%20papel%20para%20material%20publicitario>
- Gallego, J. L. (Febrero de 2021). *El cofindelcial*. Obtenido de [https://blogs.elconfidencial.com/medioambiente/ecogallego/2021-02-12/embalses-espanoles-niveles-crisis-climatica\\_2944116/](https://blogs.elconfidencial.com/medioambiente/ecogallego/2021-02-12/embalses-espanoles-niveles-crisis-climatica_2944116/)



- Golf, E. (2021). *RRHH*. Obtenido de [https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA\\_11824\\_2020/tool/10f75554-6b21-4e13-a4e8-a186fcf8d078](https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA_11824_2020/tool/10f75554-6b21-4e13-a4e8-a186fcf8d078)
- Grasso, D. (2021). *El país*. Obtenido de <https://elpais.com/sociedad/2021-03-01/asi-evolucionan-la-vacunacion-contra-la-covid-en-espana-y-en-el-mundo.html>
- GVA. (2021). *Generalitat Valenciana*. Obtenido de <https://www.gva.es/va/inicio/presentacion>
- INE. (2021). *Instituto nacional de estadística*. Obtenido de <https://www.ine.es/>
- kpmg, H. (2021). *Home Kpmg*. Obtenido de <https://home.kpmg/es/es/home/tendencias/2021/02/perspectivas-espana-2021.html>
- Martinez, P. (s.f.). *Cooperación para el desarrollo*. Obtenido de [https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA\\_11847\\_2020/tool/effd6336-0bd6-40b5-80ea-86273576339d](https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA_11847_2020/tool/effd6336-0bd6-40b5-80ea-86273576339d)
- Mengual, A. (s.f.). *Planificación estratégica en las empresas*. Obtenido de [https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA\\_11855\\_2020/tool/8a0ba0a4-0d2d-4914-b556-e91d709f5634?panel=Main](https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA_11855_2020/tool/8a0ba0a4-0d2d-4914-b556-e91d709f5634?panel=Main)
- Pedro, J. (s.f.). *Sistemas de información para la gestión*. Obtenido de [https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA\\_11853\\_2020/tool/1cb600ff-4012-4c26-b62b-1f7c83e70c43?panel=Main](https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA_11853_2020/tool/1cb600ff-4012-4c26-b62b-1f7c83e70c43?panel=Main)
- Preferente.com. (s.f.). *Preferente.com*. Obtenido de <https://www.preferente.com/rss1/unano-de-pandemia-el-turismo-por-fin-ve-la-luz-307747.html>
- Recuerda, A. M. (2020). *Planificación estratégica en las empresas*. Alcoy: UPV.
- shop, P. (2021). *Profi shop*. Obtenido de <https://www.profishop.es/campana-de-pared-ggg-con-motor-con-filtros-de-proteccion-de-llama-motor-de-iluminacion-y-aire-de-escape-sin-regulador-acero-inoxidable?number=GG-2678>
- Silvestre, J. E. (2020). *Emprendedores*. Alcoy: UPV.
- Sistemas de control estratégico*. (2021). Obtenido de [https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA\\_11854\\_2020/tool/599a3bd8-4667-4a3d-848f-97226aef95f](https://poliformat.upv.es/portal/site/GRA_11854_2020/tool/599a3bd8-4667-4a3d-848f-97226aef95f)
- técnicas, O. (2021). *DosG*. Obtenido de <https://dosg.net/blog/licencia-actividad-se-necesita-hotel/>
- Twenergy. (2021). *Twenergy*. Obtenido de <https://twenergy.com/ecologia-y-reciclaje/medio-ambiente/consecuencias-turismo-medio-ambiente/>
- Zorranquino. (2021). *Zorranquino*. Obtenido de <https://www.zorranquino.com/diccionario/marketing-digital/que-es-macroentorno.html#:~:text=En%20el%20campo%20del%20marketing,%2C%20tecnol%C3%B3gicos%2C%20legales%20o%20pol%C3%ADticos>



UNIVERSITAT  
POLITÈCNICA  
DE VALÈNCIA

CAMPUS D'ALCOI

## 11. REFERENCIAS

bioclimático, H. r. (s.f.). *Hotel rural bioclimático*. Obtenido de  
<https://www.sabinaresdelarlanza.com/es/c/materiales-utilizados>