



UNIVERSIDAD  
POLITECNICA  
DE VALENCIA



## **TRABAJO FINAL DE CARRERA**

# **EL TURISMO RURAL EN LA COMARCA UTIEL – REQUENA. VIABILIDAD EMPRESARIAL.**

**ALUMNO: ROBERTO EJARQUE CÁRCEL**

**DIRIGIDO POR: M<sup>a</sup> NATIVIDAD GUADALAJARA OLMEDA**

**VALENCIA, AGOSTO 2012**

**LICENCIATURA EN ADMINISTRACIÓN Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS**

**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA**

**ÍNDICE:**

<b>1. Resumen previo.</b>	<b>10</b>
<b>2. Objetivos propuestos.</b>	<b>12</b>
<b>3. Introducción.</b>	<b>14</b>
3.1. Concepto de turismo rural.	14
3.2. Desarrollo y evolución del fenómeno rural en España.	16
<b>4. Importancia del sector turístico en España.</b>	<b>21</b>
4.1. Situación actual del turismo en España	22
4.2. El turismo rural a nivel nacional. Oferta y demanda.	25
4.3. El turismo rural en la Comunidad Valenciana.	33
<b>5. Importancia del sector turístico en la comarca Utiel - Requena.</b>	<b>38</b>
5.1. Situación de la comarca Utiel – Requena.	38
5.2. Situación del turismo en la comarca Utiel – Requena.	40
5.3. Factores de atracción del turismo rural en esta comarca.	42
5.3.1. Patrimonio monumental.	42
5.3.2. Naturaleza y Medio Ambiente.	46
5.3.3. Gastronomía.	49
5.3.4. Fiestas.	52
5.4. Análisis del entorno PEST en la comarca Utiel – Requena.	53
5.4.1. Factores políticos.	53
5.4.2. Factores socio-demográficos.	54
5.4.3. Factores económicos.	55
5.4.4. Factores tecnológicos.	56
5.4.5. Factores legales.	56
5.5. Análisis DAFO del turismo en la comarca Utiel – Requena.	56

<b>6. El marco legal.</b>	<b>59</b>
6.1. Empresario Individual.	60
6.2. Sociedades Civiles.	61
6.3. Sociedades Mercantiles.	62
6.3.1. Sociedad de Responsabilidad Limitada.	63
6.3.2. Sociedad Anónima.	65
6.3.3. Sociedades cooperativas.	65
6.3.4. Sociedad Limitada Nueva Empresa.	67
6.4. Ventajas e inconvenientes de las distintas formas de empresa.	68
<b>7. Proyecto de empresa a implantar en la zona.</b>	<b>71</b>
7.1. Análisis de las empresas de turismo rural en la comarca.	71
7.1.1. Alojamientos.	71
7.1.2. Deportes de aventura.	72
7.2. Impulso para la creación de empresas de Turismo Rural.	75
7.2.1. Ayudas Comunitarias.	76
7.2.2. Ayudas del Estado.	77
7.2.3. Ayudas de las CC.AA. y provinciales.	78
7.2.4. Ayudas municipales.	79
7.3. Idea inicial de la empresa de alojamiento rural “Villa Bienestar”.	79
<b>8. Distintos aspectos de nuestra empresa.</b>	<b>83</b>
8.1. Requisitos legales.	83
8.2. Requisitos contables.	89
8.2.1. Régimen simplificado de contabilidad.	89
8.2.2. Cuentas anuales simplificadas.	91
8.3. Requisitos fiscales.	91
8.3.1. El Impuesto de transmisiones patrimoniales y actos jurídicos documentados.	92
8.3.2. El Impuesto de Actividades Económicas.	93
8.3.3. El Impuesto de Sociedades.	95
8.3.4. El Impuesto sobre el Valor Añadido.	96
8.3.5. El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.	100
8.4. Documentos necesarios para la autorización.	102

<b>9. Acciones de marketing a desarrollar.</b>	<b>108</b>
9.1. El mercado turístico-rural.	111
9.2. Producto turístico-rural.	113
9.3. Precio.	115
9.4. Promoción.	117
<b>10. Estudio de viabilidad.</b>	<b>121</b>
10.1. Necesidades financieras de la inversión.	122
10.2. Fuentes de financiación.	124
10.2.1. Recursos propios.	125
10.2.2. Prestamos con entidades financieras.	125
10.2.3. Subvenciones.	125
10.2.4. Instituto de crédito oficial (ICO).	126
10.2.4.1. Línea ICO de Microcréditos.	129
10.2.4.2. Línea ICO – Pyme.	132
10.3. Inversión a realizar.	135
10.3.1. Periodo de la inversión.	135
10.3.2. Opciones de financiación.	136
10.3.3. Presupuesto de tesorería.	145
10.3.4. Desarrollo práctico de “Villa Bienestar”.	148
10.4. Análisis de resultados.	160
10.4.1. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN).	160
10.4.2. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR).	165
10.4.3. Resultado del análisis.	166
<b>11. Conclusiones.</b>	<b>167</b>
<b>12. Anexos.</b>	<b>171</b>
<b>13. Bibliografía.</b>	<b>196</b>

## **ÍNDICE DE IMÁGENES:**

- Imagen 01:** *Alojamiento Rural del norte peninsular al anochecer.*
- Imagen 02:** *Senderista en las proximidades de los Picos de Europa.*
- Imagen 03:** *Logo programas LEADER.*
- Imagen 04:** *Logo de la concejalía de turismo de Requena.*
- Imagen 05:** *Encierro de San Fermín en Pamplona.*
- Imagen 06:** *Logo Xacobeo 2010. Camino de Santiago.*
- Imagen 07:** *Demanda turística por CC.AA. en España en 2.009.*
- Imagen 08:** *Playa de la Concha en San Sebastián.*
- Imagen 09:** *Vista del stand de Costa Azahar en FITUR.*
- Imagen 10:** *Folleto informativo de Isla de La Palma, únicamente en castellano.*
- Imagen 11:** *Acueducto romano de Segovia.*
- Imagen 12:** *Salón de una casa rural en la provincia de Valencia.*
- Imagen 13:** *Balneario de Fuentepodrida en la comarca Utiel-Requena.*
- Imagen 14:** *Localización de la comarca Utiel-Requena en la provincia de Valencia.*
- Imagen 15:** *Portada de la Iglesia de Santa María de Requena.*
- Imagen 16:** *Museo de Arte Contemporáneo Florencio de la Fuente de Requena.*
- Imagen 17:** *Plaza de Albornoz – Plaza de la Villa de Requena.*
- Imagen 18:** *Torre del Homenaje y muralla de Requena.*
- Imagen 19:** *Monumento Universal a la Vendimia de Requena.*
- Imagen 20:** *Bodega Redonda – Museo del Vino de Utiel.*
- Imagen 21:** *Santuario de la Virgen del Remedio de Utiel.*
- Imagen 22:** *Hoces del Gabriel por Villargordo.*
- Imagen 23:** *Parque Geológico de Chera.*
- Imagen 24:** *Embalse de Contreras en Villargordo del Gabriel.*

- Imagen 25:** *Logotipo Parque de la naturaleza Fauna Ibérica de Requena.*
- Imagen 26:** *Logo Feria del Embutido Artesano y de Calidad de Requena.*
- Imagen 27:** *Bollo de magras y sardinas.*
- Imagen 28:** *Logotipo Fiesta de la Vendimia de Requena.*
- Imagen 29:** *Estación de tren de Alta Velocidad de Requena-Utiel.*
- Imagen 30:** *Logotipo de PAIT, para la creación de nuevas empresas.*
- Imagen 31:** *Senderistas de la GR7 a su paso por la comarca.*
- Imagen 32:** *Logotipo del centro de turismo rural y multiaventura Ven y Volverás.*
- Imagen 33:** *Prácticas de tirolesa en las Hoces del Cabriel.*
- Imagen 34:** *Plano de la ciudad de Requena.*
- Imagen 35:** *Vista de la Alcazaba o Castillo de Requena.*
- Imagen 36:** *Fachada central del inmueble a reformar.*
- Imagen 37:** *Logotipo de Villa Bienestar SLNE.*
- Imagen 38:** *Relación Marketing-Beneficio-Satisfacción.*
- Imagen 39:** *Internet. Nuevas formas de marketing.*
- Imagen 40:** *Alojamiento rural de perfil norteamericano.*
- Imagen 41:** *Simbolismo del significado del marketing.*
- Imagen 42:** *Plaza del albornoz, Barrio de La Villa de Requena.*
- Imagen 43:** *Sucursales de entidades financieras españolas.*
- Imagen 44:** *Logotipo del ICO.*
- Imagen 45:** *Publicidad online de las líneas ICO.*
- Imagen 46:** *Representación gráfica del punto de equilibrio.*

## **INDICE DE TABLAS:**

- Tabla 01:** *Municipios de la comarca, número de habitantes en 2011 y extensión.*
- Tabla 02:** *Lista de bodegas de la D.O. Utiel-Requena.*
- Tabla 03:** *Evolución número de visitantes Feria del Embutido de Requena.*
- Tabla 04:** *Epígrafes de IAE.*
- Tabla 05:** *Comparativa del tiempo de constitución de la sociedad.*
- Tabla 06:** *Gráfico de evolución de los créditos ICO.*
- Tabla 07:** *Principales bancos y cajas de ahorro en España.*
- Tabla 08:** *Características de financiación del ICO (4 Julio al 17 Julio de 2011).*
- Tabla 09:** *Aportaciones de Capital Social.*
- Tabla 10:** *Tabla modelo de presupuesto de tesorería.*
- Tabla 11:** *Estacionalidad de las pernoctaciones.*
- Tabla 12:** *Resumen en euros de la tabla de amortización del crédito ICO.*
- Tabla 13:** *Cálculo en euros de la ocupación del establecimiento.*
- Tabla 14:** *Régimen de comida de los clientes.*
- Tabla 15:** *Precio en euros por persona y día establecidos para las diferentes opciones.*
- Tabla 16:** *Cálculo en euros de los ingresos previstos.*
- Tabla 17:** *Cálculo en euros del gasto en concepto de personal.*
- Tabla 18:** *Cálculo en euros del coste de las materias primas para restauración.*
- Tabla 19:** *Cálculo en euros de los gastos generales.*
- Tabla 20:** *Cálculo resumen en euros de los gastos previstos.*
- Tabla 21:** *Cálculo en euros de la cuenta de explotación.*
- Tabla 22:** *Cálculo en euros del presupuesto de caja del primer año de actividad.*
- Tabla 23:** *Rentabilidad de las letras del Tesoro en octubre de 2011.*

**Tabla 24:** *Desglose en euros de los flujos de caja por años.*

**Tabla 25:** *Cálculo en euros del Valor Actual Neto.*

**Tabla 26:** *Conclusiones del cálculo de la TIR.*



**ÍNDICE DE ANEXOS:**

- Anexo 01:** *Cuadro de amortización. Escenario optimista. 3 años. Sin carencia.*
- Anexo 02:** *Cuadro de amortización. Escenario intermedio. 3 años. Sin carencia.*
- Anexo 03:** *Cuadro de amortización. Escenario pesimista. 3 años. Sin carencia.*
- Anexo 04:** *Cuadro de amortización. Escenario optimista. 5 años. Sin carencia.*
- Anexo 05:** *Cuadro de amortización. Escenario intermedio. 5 años. Sin carencia.*
- Anexo 06:** *Cuadro de amortización. Escenario pesimista. 5 años. Sin carencia.*
- Anexo 07:** *Cuadro de amortización. Escenario optimista. 5 años. Carencia de 1 año.*
- Anexo 08:** *Cuadro de amortización. Escenario intermedio. 5 años. Carencia de 1 año.*
- Anexo 09:** *Cuadro de amortización. Escenario pesimista. 5 años. Carencia de 1 año.*
- Anexo 10:** *Cuadro de amortización. Escenario optimista. 7 años. Sin carencia.*
- Anexo 11:** *Cuadro de amortización. Escenario intermedio. 7 años. Sin carencia.*
- Anexo 12:** *Cuadro de amortización. Escenario pesimista. 7 años. Sin carencia.*

## **1. RESUMEN PREVIO.**

*“Satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones del futuro para atender sus propias necesidades.”*

*(Informe Nuestro Futuro Común, Doctora Gro Harlem Brundtland, para la ONU en 1987).*

El turismo rural se ha convertido en un referente dentro del panorama de productos existentes en el turismo español. En un corto espacio de tiempo, se ha incrementado considerablemente tanto la demanda como la oferta disponible y todas las Comunidades Autónomas consideran que el turismo rural juega un importante papel dentro de sus políticas turísticas. En algunos casos, como en las Comunidades tradicionales de “sol y playa” ven en el turismo rural una fuente de diversificación de su oferta, mientras que en los destinos no tradicionales, el turismo rural se ha convertido en un segmento en alza.

En el comienzo de esta actividad, el turismo rural buscaba unos objetivos que servían de base para su apoyo y fomento por parte de todas las administraciones, tanto autonómicas, nacionales y europeas, en cuanto a diversificación de rentas agrarias y fijación de población al territorio. Sin embargo, el propio concepto de turismo rural ha evolucionado dando lugar a lo que hoy podríamos denominar “turismo en el medio rural”, en donde la demanda busca esencialmente la tranquilidad de la estancia en un ambiente rural, más que la participación activa en las tareas del mundo rural. Nos encontramos con nuevos planteamientos y objetivos que influyen notablemente en la forma de entender el turismo rural, pues paulatinamente está dejado de ser una actividad complementaria a ser una actividad que genera importantes rentas necesitando las empresas adoptar estrategias de gestión modernas que les permitan garantizar su futuro como actividad económica.

Por otra parte, la transferencia de competencias ha provocado que cada Comunidad Autónoma tenga su propia normativa de turismo rural lo que ha supuesto un considerable número de definiciones y conceptos que introducen

cierta confusión al mercado, limitando y condicionando en muchos casos las políticas comerciales.

La evolución de este producto ha dado paso a un intento de buscar nuevas vías de competitividad y mejora empresarial, en donde la calidad se ha configurado como una importante herramienta para los empresarios de turismo rural, tanto de gestión como de posicionamiento ante la demanda.

Se pretende con este TFC mostrar los principales rasgos que caracterizan a las empresas de turismo rural y los aspectos que preocupan al sector así como los retos futuros a los que se enfrentan, pues el turismo rural necesita también adoptar estrategias empresariales y de gestión que le permita consolidarse como una actividad turística sostenible.

También se pretende mostrar la viabilidad o no de la creación de una empresa de alojamiento rural en la comarca de Utiel-Requena, en el interior de la provincia de Valencia.

## **2. OBJETIVOS PROPUESTOS.**

El trabajo que desarrollaremos a continuación tiene como objetivo principal mostrar la viabilidad empresarial de una sociedad de nueva creación, cuya actividad se centra en el turismo rural, en la comarca valenciana de Utiel-Requena. Así como mostrar los distintos aspectos económicos, financieros, mercantiles y fiscales de la misma.

Para conseguir este objetivo partiremos de una antigua finca ubicada en el término municipal de Requena, en un entorno con un gran valor geológico y paisajístico. Actualmente, la situación de la casa precisa una reforma completa, tanto en el interior como en el exterior. El solar en el que está ubicada cuenta con 220 m<sup>2</sup>, de los que 200 m<sup>2</sup> son ocupados por la superficie de la casa, y el resto son exteriores.

Previamente, nos adentraremos en la situación del sector tanto a nivel nacional como en la Comunidad Valenciana, y de forma más concisa en la comarca Utiel-Requena, tanto a nivel geográfico como económico.

Es importante conocer los diferentes factores que pueden favorecer la demanda de este tipo de turismo, o lo que es lo mismo, aquellos factores que puedan incrementar la atracción del cliente hacia nuestra zona y no hacia otra. Estos factores pueden ser los entornos naturales, los monumentos, las fiestas o la gastronomía.

Considerando los detalles extraídos del estudio del sector en la comarca de Utiel-Requena se realizará un análisis PEST teniendo en cuenta los factores políticos, económicos, sociales, tecnológicos y medioambientales, y se complementará con un análisis DAFO de las posibles debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades que puede presentar nuestro proyecto.

Tras todo esto, estudiaremos las formas jurídicas que la legislación mercantil nos ofrece para la puesta a punto de nuestro negocio, y elegiremos aquella que más se adapte a nuestros intereses. Se deberán tener en cuenta factores como el capital mínimo, el número mínimo de socios, la responsabilidad de los mismos y las ventajas fiscales de las mismas.

Definiremos con detalle el proyecto a implantar, y realizaremos un análisis de las empresas de turismo rural en la comarca, así como las distintas subvenciones y ayudas que podemos percibir para la puesta en marcha del negocio, tanto por parte de la Unión Europea, del Estado, de la Comunidad Valenciana, y de los propios municipios de la comarca.

Posteriormente, se abarcará el tema de los requisitos legales, contables y fiscales que precisa la forma de empresa elegida; y comentaremos las acciones de marketing que desarrollaremos para dar a conocer la empresa a los futuros clientes. Acciones como las políticas de precio, de promoción y el propio producto turístico-rural.

Llevaremos a cabo un estudio de viabilidad para averiguar cómo podemos satisfacer las necesidades financieras que nos surgirán, y elegiremos la que mejor se adapte a éstas. También veremos si el proyecto a implantar es o no rentable.

Finalmente, se plasmarán ordenadamente las conclusiones extraídas del trabajo, y se hará referencia a las fuentes utilizadas para su realización.

### **3. INTRODUCCIÓN.**

#### **3.1. Concepto de turismo rural.**

Entendemos el concepto de turismo rural como la actividad turística que tiene lugar en un espacio rural, ya sea en localidades con menos de 2.000 habitantes, o en las zonas próximas a las ciudades pero alejadas de su casco urbano.

Las haciendas, las estancias y los caseríos son remodelados y reestructurados para que estén en condiciones de recibir a los turistas; y por tanto, la comodidad de los huéspedes está garantizada.

El turismo rural suele ser dirigido y atendido por los mismos propietarios de los campos o las estancias. Estos propietarios, suele ser habitual que muestren al visitante las actividades agrícolas que son típicas de la vida rural.

Por lo general, el turismo rural propicia un acercamiento entre los habitantes de las ciudades y las comunidades campesinas. Mientras los turistas disfrutan del ambiente natural y aprenden sobre las labores del campo, las localidades y comunidades receptoras se benefician al recibir los ingresos generados por la actividad turística.

*Imagen 01: Alojamiento Rural del norte peninsular al anochecer.*



*Fuente: [www.pueblos-espana.com](http://www.pueblos-espana.com)*

Surge como consecuencia de una revalorización de los espacios rurales, ya que estos ofrecen contacto directo con la naturaleza e interés antropológico y ecológico. Se trata de espacios que ofrecen atractivos tales como la ausencia de contaminación y ruido, alta calidad paisajística, la cordialidad y espontaneidad de sus habitantes, la gastronomía tradicional y la tranquilidad, como alternativas al ritmo frenético de la vida urbana.

Por otra parte, este tipo de turismo se perfila como creador y dinamizador del empleo y, por tanto, contribuye al desarrollo de la población rural, ya que le permite obtener fuentes de ingresos alternativas a la agricultura o la ganadería, además de potenciar las consiguientes demandas de infraestructuras y servicios.

*Imagen 02: Senderista en las proximidades de los Picos de Europa.*



*Fuente: [www.aldeanatural.com](http://www.aldeanatural.com)*

El agroturismo, el turismo de estancias, el ecoturismo y el enoturismo son algunas de las modalidades, entre muchas otras, que de acuerdo a sus características, pueden incluirse dentro del turismo rural.

Y entrando algo más en estos conceptos, entendemos por agroturismo aquel en el que se da contacto directo con las actividades agrarias tradicionales, y se resume en la modalidad turística en áreas agropecuarias, con el aprovechamiento de un ambiente rural la manifestaciones culturales y

sociales productivas en donde se busca que la actividad represente una alternativa para lograr que el campesino se beneficie con la participación de su actividad económica mediante la agricultura y el turismo.

El turismo de estancias es aquel cuyo atractivo consiste en el estilo arquitectónico, parques, fincas rurales, granjas, etc.

En el ecoturismo se privilegia la sostenibilidad, la preservación y la apreciación del medio natural y cultural que acoge a los viajeros. Se promueve como un turismo "ético", en el cual se tiene muy en cuenta el bienestar de las poblaciones locales, y esto se refleja en la estructura y funcionamiento de las empresas que se dedican a ofrecer tal servicio.

Por último, el enoturismo es aquel dedicado a potenciar y gestionar la riqueza vitivinícola de una determinada zona, en nuestro caso la comarca Utiel-Requena, objeto de estudio en el presente trabajo. Se relaciona tanto con el turismo gastronómico como con el cultural. Los turistas conocen cada zona vitivinícola a través de la degustación o cata de sus vinos y la visita a bodegas y viñedos.

### **3.2. Desarrollo y evolución del fenómeno rural en España.**

Las primeras experiencias de turismo rural las encontramos a mediados del siglo XX y se sitúan en países como Irlanda, Reino Unido, Austria y Francia.

En España, este tipo de turismo comienza tímidamente en los años sesenta, pero no es hasta la década de los ochenta cuando el turismo rural se desarrolla de una forma más generalizada, particularmente en el norte del país, sobre todo en las comunidades de Asturias, País Vasco y Navarra. Son especialmente destacables las iniciativas llevadas a cabo tanto en el País Vasco con el agroturismo como en Navarra con las casas rurales, iniciativas que se extendieron con posterioridad al resto de España.

Los inicios del Turismo Rural en España como actividad organizada hay que ubicarlos a principios de los 80, años en los que coinciden una serie de circunstancias determinantes:



- Crisis de la agricultura, marco en el que se aprecia al turismo como una alternativa capaz de generar rentas complementarias.
- Cierta agotamiento del modelo de sol y playa que una vez alcanzada la madurez del sector, ofrece escasas ventajas comparativas con nuevos destinos europeos, del norte de África y del Caribe.
- La aparición de nuevas tipologías de demanda turística con un consumidor cada vez más experimentado e interesado en completar sus vacaciones con actividades diversas como un ocio activo, naturaleza, cultura, gastronomía, etc.
- Sensación de pérdida de raíces culturales por parte de la población española que habiéndose hecho cada vez más urbanizada, echa de menos las tradiciones y la tranquilidad con las que identifica al medio rural de sus antepasados más cercanos.
- Un importante volumen de ayudas técnicas y financieras, como los programas LEADER y PRODER, que suponen un fuerte incentivo al sector. Estas ayudas financieras supusieron la base para el despegue con el apoyo del Estado y de las Comunidades Autónomas.
- Y el inicio de la preocupación por los problemas ambientales y por la conservación de los paisajes.

*Imagen 03: Logo programas LEADER*



*Fuente: LEADER*

En este sentido, el turismo rural se desarrolló con fuerza en nuestro país como vía de solución para intentar frenar el despoblamiento de las zonas rurales, a lo que contribuyó determinadamente la existencia de los programas

LEADER de la Unión Europea que dieron importantes inyecciones de dinero en la mayor parte de las zonas rurales de España durante esta década, en parte como programas de ayudas para compensar el descenso de rentas de la agricultura y así diversificar las economías rurales. Este aspecto, se verá más a fondo dentro del punto 7 del trabajo.

Esta manifestación de los años 80 dio lugar a un modelo que podría caracterizarse del siguiente modo:

- Busca diversificar la economía del espacio rural que se consideraba en ese momento, un territorio con pocas oportunidades y deficitario en empleos.
- Busca complementar rentas agrarias como estrategia fundamental para la supervivencia del medio rural.
- Busca diversificar la oferta turística española, excesivamente centrada en el producto sol y playa con clara pérdida de oportunidades para otros recursos existentes.
- Sus promotores son principalmente los propios habitantes del medio rural con un especial protagonismo de las mujeres.
- Fundamenta el producto turístico en la cultura local rural y en el paisaje, que considera sus principales atractivos diferenciándolo así del resto de los productos turísticos.
- Conserva el patrimonio rural y recupera el patrimonio arquitectónico tradicional junto a los elementos culturales relacionados con la vida rural. Está muy relacionado con las producciones locales y la artesanía.
- Predominan las casas rurales sobre otras tipologías de alojamientos.
- Se ponen en marcha empresas de actividades de ocio activo en la naturaleza, turismo deportivo, etc.

Sin embargo, a mediados de los 90 se aprecian ya algunos cambios en este modelo de turismo rural, de forma que los cambios dan lugar a un nuevo modelo de Turismo en el medio rural que se caracteriza por:

- Presencia cada vez mayor de promotores urbanos que utilizan el turismo rural como un negocio a tiempo parcial.
- Pérdida de los objetivos que había en un principio de diversificación y complementariedad de rentas agrarias.
- Cierta pérdida de identidad del producto de forma que el espacio rural deja de ser el protagonista para convertirse en un mero soporte donde desarrollar turismo convencional.
- Intereses inmobiliarios en el medio rural fomentados tanto por las propias autoridades locales como por los empresarios.
- Se pasa del modelo de alojamiento por habitaciones al modelo de alquiler completo como mayoritario, lo que lleva aparejado cierta pérdida del concepto original del producto en su componente de relación con la población local.

La filosofía original del turismo rural no era poner turismo en el medio rural sino ayudar a desarrollar el medio rural a través del turismo entre otras actividades, pero esto no siempre ha pasado de esta manera. Deben señalarse por tanto las diferencias entre el concepto original de “turismo rural” frente a lo que hoy podríamos denominar “turismo en el medio rural”.

El turismo rural tenía como objetivo recuperar el patrimonio, rehabilitar viviendas tradicionales y complementar las rentas agrarias, favoreciendo así el desarrollo local y frenando la despoblación. En la actualidad, el turismo rural ha seguido en España un camino distinto al previsto, de forma que los visitantes actuales demandan mayoritariamente la simple estancia en el alojamiento y los empresarios son con frecuencia habitantes urbanos que se trasladan simplemente los fines de semana al espacio rural a regentar su negocio, y a veces ni eso, concertando con el cliente la entrega de llaves del establecimiento a través de algún lugareño.

En este sentido, la evolución del turismo rural en España ha tenido ciertos conflictos, por ejemplo entre los propietarios locales y los nuevos llegados, entre los agricultores y los turistas, entre la población del lugar que ve

cómo sus rentas disminuyen y otros de fuera se aprovechan, y entre las personas que por encima de todo quieren la conservación del medio ambiente y los que ven en el espacio rural un nuevo territorio en el que realizar actividades deportivas no siempre sostenibles.

Por otro lado, han aterrizado en el sector algunos intereses que podrían considerarse inmobiliarios de baja intensidad, que han buscado en esta actividad rentabilizar pequeñas inversiones o pequeños patrimonios inmuebles en el medio rural, cuando no se han planteado inversiones directamente inmobiliarias en el mismo. Se ha producido la reconversión de la actividad en un motor de ingresos para propietarios urbanos de bienes rurales que encuentran aquí la manera de revalorizar propiedades ayudadas por fondos públicos.

En cualquier caso, y sea cual sea el modelo desarrollado, el turismo rural está siendo una estrategia de desarrollo local, una forma de recuperar patrimonio arquitectónico, una iniciativa más para frenar el despoblamiento y el abandono de zonas rurales, una vía para recuperar tradiciones y una acción de sostenibilidad ambiental.

*Imagen 04: Logo de la concejalía de turismo de Requena*



*Fuente: [www.requena.es](http://www.requena.es)*

#### **4. IMPORTANCIA DEL SECTOR TURÍSTICO EN ESPAÑA.**

Como ya sabemos, España es un país turístico, al que se acercan millones de turistas todos los años atraídos por sus playas, el abundante patrimonio artístico del país, y la variedad de ofertas gastronómicas, además de ser uno de los países más bellos y ricos en patrimonio cultural del mundo por su amplia variedad de destinos turísticos, a lo largo de toda su geografía.

El turismo es actualmente uno de los principales pilares de la economía de España. En épocas pasadas se promocionaba casi exclusivamente el turismo de sol y playa, a lo que contribuía el excelente clima del que disponemos. Es debido a ese motivo, que muchas localidades costeras, básicamente en el sur y el levante, se encuentren saturadas de hoteles, restaurantes y edificios de apartamentos al pie de la playa.

Al norte de España, con un clima más fresco y húmedo es dónde un gran número de españoles y extranjeros se sienten atraídos por el Camino de Santiago (este año 2.010 con mayor afluencia si cabe, debido a ser Año Xacobeo), las fiestas de San Fermín, la costa cantábrica o las rías gallegas.

*Imagen 05: Encierro de San Fermín en Pamplona.*



*Fuente: [www.pueblos-espana.com](http://www.pueblos-espana.com).*

*Imagen 06: Logo Xacobeo 2010. Camino de Santiago.*



[www.pueblos-espana.com](http://www.pueblos-espana.com)

#### **4.1. Situación actual del turismo en España.**

##### Turismo receptor:

España ostentaba hasta 2008 el segundo puesto como destino turístico más visitado del mundo, un puesto que cedió a Estados Unidos en ese año por la fortaleza del euro y la debilidad del dólar que hacía que los viajes de europeos saliesen muy económicos. Pero estalló la crisis y con todo el mundo inmerso en ella, en 2009, el país cedió su entonces tercer puesto a un mercado gigante, también a nivel turístico, como es China. Pero parece que 2011 comienza a poner a cada país de nuevo en su histórico lugar.

El turismo le reportó a España algo más de 48.000 millones de euros durante el año 2009, frente a los más de 51.000 millones de euros de los años 2007 y 2008, aunque este descenso no la priva de ser la segunda en cuanto a ingresos económicos, por detrás de Estados Unidos, y por delante de Francia e Italia.

España recibió un total aproximado de 52 millones de turistas extranjeros durante el año 2009, muy alejados de los cerca de 59 millones recibidos en 2007, según datos del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio. De estos, cerca de un 80% lo hizo por motivos de ocio o vacaciones.

Hasta el año 2007, la cantidad de turistas experimentaba un crecimiento notable desde 1950, pero no sus nacionalidades. En 2009, último año del que se obtienen datos completos, la mayor parte de los turistas proceden de Europa occidental y septentrional, y suelen ser ingleses, alemanes, franceses e italianos.

Para los turistas de fuera de nuestras fronteras, Cataluña es el principal destino de la geografía española. Los más de 12,7 millones de turistas extranjeros que recibió en el 2009 suponen casi un cuarto del total de las llegadas registradas en toda España.

El segundo destino turístico son las Islas Baleares, que recibieron poco más de 9 millones de turistas en ese mismo año. Las Islas Canarias, con 8,2 millones de turistas extranjeros, son el tercer destino turístico, en Canarias el principal destino turístico es la isla de Tenerife. Tras Canarias sigue Andalucía, que alcanzó los 7'4 millones, la Comunidad Valenciana, con 5'1 millones, y la Comunidad de Madrid, con 4'9 millones.

También es destacable el turismo de esquí en diversos sistemas montañosos. Podemos destacar lugares como Sierra Nevada o el Pirineo Aragonés. El turismo cultural e histórico también está muy desarrollado en España, destacando ciudades como Toledo, Segovia o Granada.

En cuanto a los principales mercados emisores, el 57,8% del turismo extranjero en España procedió en el 2009 de Reino Unido, Alemania y Francia. Como anécdota, citar que el principal mercado emisor, Reino Unido, trajo a España la impresionante cifra de 13.324.626 turistas en un año, lo que representa casi un cuarto del total de la población británica.

#### Turismo nacional:

Según fuentes del INE, en el año 2009, los residentes en España hicieron un total de 159.047.824 viajes y 684.574.730 pernoctaciones dentro del país.

Del total de viajes del turismo nacional, 81.113.556, que son los que realmente nos interesan, se hicieron por motivos de vacaciones u ocio, 43.856.547 por visitas a familiares o amigos, 18.951.595 por motivos de trabajo o negocios, 7.743.083 por estudios, y el resto por otros motivos. Además, los españoles hicieron un total de 10.676.395 viajes y 95.166.570 pernoctaciones al extranjero.

El turismo nacional está más equitativamente repartido por la geografía española que el de origen extranjero.

Andalucía es el principal destino turístico nacional, con el 19,1% de las pernoctaciones. Le sigue la Comunidad Valenciana, con el 13,1% de las pernoctaciones, y Cataluña con el 12,6% de las pernoctaciones. Tras estas, por número de pernoctaciones, se encuentran Castilla y León, Castilla-La Mancha, Galicia y la comunidad de Madrid por este orden.

*Imagen 07: Demanda turística por CC.AA. en España en 2.009.*



*Fuente: www.mcx.es.*

### Previsiones del turismo a nivel mundial:

Las previsiones para el turismo en 2012 tanto a nivel mundial como nacional tienen un cierto aire alentador, ya que la disminución en los últimos años no se espera que continúe durante el resto del año próximo.

Según la OMT, las llegadas turísticas internacionales tienen probabilidades de presenciar una recuperación moderada el próximo año, con un crecimiento que rondará del 1% al 3%. Esta perspectiva refleja la mejora gradual del turismo internacional en los últimos meses.

Europa y América probablemente tardarán más tiempo en recuperarse. En cambio las previsiones en África son positivas, con el impulso adicional de la celebración de pasada Copa Mundial de la FIFA de 2010 en Sudáfrica.



El final de la recesión en una serie de mercados clave es una buena noticia para el turismo, pero 2012 será un año difícil. El Fondo Monetario Internacional proyecta un crecimiento económico en el mundo del 3.1%, aunque dicho crecimiento seguirá siendo bastante lento para las economías de los países avanzados como la española, en torno al 1%, y más fuerte para los países emergentes, un 5% aproximadamente.

En lo que respecta a España, para el año 2012, la OMT prevé que las llegadas de turistas internacionales crezcan ligeramente, en torno al 3%, en consonancia con la media mundial.

#### **4.2. El turismo rural a nivel nacional. Oferta y demanda.**

La oferta española en turismo rural presenta considerables carencias en lo relativo a la calidad de los alojamientos y a la oferta complementaria. Por esta razón, es vital realizar un profundo análisis de la demanda de turismo rural, relacionada fundamentalmente con el tipo de visitante: nacionalidad, nivel económico, servicios complementarios que demanda, destinos preferidos, tradición y antigüedad de la oferta de turismo rural en los países de origen y forma en que el turista ha tenido conocimiento de la oferta, incluyendo la publicidad de la misma.

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

*Imagen 08: Playa de la Concha en San Sebastián*



*Fuente: [www.pueblos-espana.com](http://www.pueblos-espana.com)*

Los destinos favoritos del turista nacional son Castilla y León, Cataluña, Asturias, Cantabria y Galicia. La mayoría de los usuarios suelen viajar en familia y utilizan el coche como medio de locomoción principal, son respetuosos con las costumbres locales, tiene un nivel de estudios de grado medio o superior y se documenta antes de su estancia.

Frente a esto, llama poderosamente la atención que el porcentaje de visitantes o turistas extranjeros que eligieron la modalidad de turismo rural es, en comparación al de los españoles, muy inferior, ya que supone menos de un 10% del total. Estos turistas extranjeros proceden en su mayoría de otros países de la Unión, fundamentalmente Reino Unido y Alemania, que se consolidan como los principales mercados demandantes de apartamentos y alojamientos de turismo rural, seguidos de los procedentes de los Países Bajos, usuarios de campings. A estos les siguen en importancia los ciudadanos franceses.

En España, las islas Baleares es el principal mercado de turismo rural para los turistas extranjeros, seguido de Castilla y León, Andalucía y las islas Canarias. Esto se debe, por una parte, a su oferta, consistente en la unión de alojamiento, restauración y actividades al aire libre, y por otra parte, a la

extensión y localización de su territorio. También la Región de Murcia, con áreas turísticas principalmente costeras, alcanza una gran cantidad de pernoctaciones de turistas extranjeros en alojamientos de turismo rural.

Sin embargo, en Andalucía, el turismo rural no acaba de despuntar debido a dos razones: la primera, la fuerte atracción que sigue ejerciendo en el turista extranjero (fundamentalmente ingleses y alemanes) la modalidad de turismo de sol y playa, por lo que sólo visitan el campo o una localidad de interior cuando ésta posee una buena oferta monumental, cultural, histórica o paisajística; y la segunda, el llamado turismo residencial, que consiste en adquirir una segunda residencia en municipios costeros de la Costa del Sol, Cádiz, Huelva o el litoral granadino. Esto hace que las principales inversiones en promoción, publicidad y comercialización de estos destinos vayan enfocadas a la promoción del turismo de sol y playa y se priorice la promoción del turismo residencial frente a la oferta de turismo rural. Por ello, en las localidades costeras andaluzas se hace necesaria una fórmula que aúne la oferta de sol y playa con el turismo rural, como se ha conseguido en otras comunidades como Asturias, donde las excursiones a playas cercanas se han convertido en parte de la oferta complementaria y de la información que se les proporciona a los usuarios de alojamientos rurales, con lo que se ha logrado captar la atención de los posibles turistas europeos.

Respecto al perfil del turista extranjero que hace uso de la oferta de turismo rural, se trata de personas que suelen planificar el viaje por su cuenta. Según los datos del Instituto de Estudios Turísticos, más del 51% se ha informado antes de venir al destino sobre el alojamiento y la oferta complementaria, o por medio de amigos que visitaron ese lugar, o bien a través de guías especializadas, agencias, Internet, anuncios en medios de comunicación o en menor porcentaje, a través de ferias como FITUR.

Estos turistas buscan espacios abiertos en paisajes en los que no se perciba la intervención de la mano del hombre y donde sea posible contemplar especies animales y vegetales en su hábitat, así como practicar actividades lúdicas, deportivas y culturales.

*Imagen 09: Vista del stand de Costa Azahar en FITUR.*



*Fuente: [www.iet-tourspain.es](http://www.iet-tourspain.es)*

El motivo de su viaje suele ser por ocio o vacacional. La edad media del turista oscila entre los 35 y 45 años, aunque cada vez más se están incorporando los mayores de 55 años. Viajan en parejas, con niños o en grupos de amigos. Y en cuanto al gasto medio diario, hay que señalar que el de los turistas europeos es mayor al de los nacionales, ya que el primero invierte en restauración, alquiler de coches, ocio, visitas organizadas, etc. El nivel cultural del viajero europeo es alto.

Y aunque la opinión general del visitante europeo sobre la oferta turística es positiva, alabando las excelencias del clima, la hospitalidad y la tranquilidad, existen algunas quejas relativas a la falta de infraestructuras y servicios, como por ejemplo, la falta de limpieza, el poco cuidado con el medio ambiente o el idioma.

El turista europeo tiene una gran preocupación medioambiental e interés por el conocimiento del patrimonio histórico artístico de la región, de ahí la necesidad de proporcionarle información detallada (mediante folletos, guías, mapas, publicaciones especializadas y guías locales) en su lengua de origen.

Sin embargo, la mayor parte de las guías disponibles en el mercado están editadas en español, por lo que apenas existen publicaciones en otras lenguas de la Unión Europea.

*Imagen 10: Folleto informativo de Isla de La Palma, únicamente en castellano.*



*Fuente: Ayuntamiento de La Palma.*

Si a la demanda de información en destino se le une que el visitante hable una lengua diferente al prestador del servicio, se impone la necesidad de formación y cualificación profesional para los titulares de las explotaciones de turismo rural y sus empleados.

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

Otro de los problemas que influyen negativamente en la atracción del turista internacional demandante de servicios de turismo rural es la dificultad existente para promocionar y publicitar la oferta de este tipo de turismo. Esto es debido a dos factores: el primero, la falta de canales necesarios para las promociones, como consecuencia de la escasez de recursos a la que se

enfrentan los alojamientos rurales, gestionados normalmente por empresarios individuales o pequeñas empresas familiares. El segundo factor es la localización de las zonas donde se da este tipo de oferta turística: poblaciones con pocos habitantes cuyos ayuntamientos cuentan con bajos ingresos.

La solución definitiva a estos dos problemas pasa porque todos los sectores implicados en la oferta turística rural aúnen esfuerzos para ofrecer una información de calidad al cliente potencial. Esto sólo se puede conseguir a través de la configuración de una información realizada por profesionales, con la suficiente formación y capacitación en las diferentes lenguas que conforman la demanda de turismo rural.

A continuación incluimos los principales datos cuantitativos del sector a fin de dar expresión de su importancia actual:

El turismo rural suponía el 3,41% del total de los viajes turísticos en 2009, y la presencia de turistas extranjeros, tal y como se ha comentado con anterioridad, es escasa, abarcando un 9,5% del total.

Según datos del INE 2009, existen en España cerca de 10.500 establecimientos de turismo rural aunque cabe decir que esta cifra varía considerablemente según las fuentes, y según registros, los establecimientos existentes suponen entre 80.000 y 100.000 plazas

Las aperturas de nuevos establecimientos mostraban unas cifras imparables hasta 2007, a un ritmo creciente en torno al 10% anual, aunque se han visto estancadas desde entonces, debido al parón sufrido por casi la totalidad de los sectores, incidiendo de forma alarmante en el turístico.

Existe una amplia distribución territorial, concentrando Castilla León un 17% de los establecimientos lo que la convierte en la región con mayor oferta.

La estancia media se sitúa en 3,19 días que alcanza hasta una semana en los establecimientos rurales de zonas costeras, y la ocupación media anual de los establecimientos en 2009 es del 15,8%, aunque esta cifra ronda aproximadamente el 35% en zonas costeras. De hecho, se trata de un turismo

tan estacional como el de sol y playa, concentrándose la mayor parte de la demanda en fines de semana, puentes, Navidad y Semana Santa.

Genera un empleo directo que se estima en torno a 15.000 personas, y los trabajadores por establecimiento se sitúan en 1,75 siendo las camas por puesto de trabajo de 5,5, y el gasto medio por turista se sitúa en unos 60 euros en las zonas de interior y algo mayor en las zonas de costa.

*Imagen 11: Acueducto romano de Segovia.*



*Fuente: [www.castillayleon.com](http://www.castillayleon.com)*

En definitiva, puede afirmarse que aunque el volumen es pequeño, comparativamente hablando con otras modalidades, el sector genera importantes consecuencias en el medio rural. Así mismo, cabe señalar que la expansión de la oferta turística en el medio rural no ha sido solo cuantitativa sino también territorial porque prácticamente en todas las comunidades autónomas, tal y como se muestra a continuación, existe este tipo de oferta.

#### Tipos de alojamiento rural, por comunidades autónomas:

Andalucía: Existen las casas rurales, los hoteles rurales, las casas-cueva, los apartamentos turísticos, los complejos turísticos rurales, albergues,

aulas de la naturaleza, casa forestal, casa molino, chozas, casas de huerta, cortijo, granja-escuela, hacienda, refugio, y alojamientos especiales.

Aragón: Se distinguen las viviendas de turismo rural de alojamiento compartido, viviendas de turismo rural de alojamiento no compartido, apartamentos de turismo rural, casas de turismo rural, albergues y refugios.

Principado de Asturias: Casonas, casas aldeas, hoteles, albergues y campings.

Baleares: La oferta de alojamiento está configurada por agroturismo, turismo de interior, hoteles rurales y otra oferta complementaria.

Canarias: Casas rurales y hoteles rurales.

Cantabria: Palacios y casonas cántabras, posadas, casas de labranza, viviendas rurales y albergues turísticos.

Castilla-La Mancha: Casas rurales de alojamiento compartido, casas rurales de alquiler y casas de labranza.

Castilla y León: Posadas, centros de turismo rural, casa rural de alojamiento compartido y casas rurales de alquiler.

Cataluña: Masías, casas de pueblo y alojamientos rurales independientes.

Extremadura: Apartamentos turísticos, hotel rural, casas rurales, hospederías y agroturismo.

Galicia: Aldeas de turismo rural, pazos, castillos, monasterios, casas grandes y casas rectorales, casas de aldea y casas de labranza.

Comunidad de Madrid: Hotel rural, casa rural, apartamentos de turismo rural y alojamientos de turismo rural.

Región de Murcia: Hospedería rural, casa rural de alquiler, casa rural en régimen compartido, casa-torre, alquería, casa almazara, casa molino, casa huerto, casa palacio y alojamientos turísticos especiales en zonas de interior.



Navarra: Casas rurales de vivienda y casas rurales de habitación.

La Rioja: Casas rurales y posadas.

*Imagen 12: Salón de una casa rural en la provincia de Valencia*



*Fuente: Casa Rural Petra. Requena.*

Comunidad Valenciana: Alojamiento en casas rurales compartidas, acampada en finca particular con vivienda habitada y albergues turísticos de uso colectivo.

País Vasco: Alojamiento turístico agrícola, apartamentos turísticos, viviendas turísticas vacacionales, alojamiento en habitaciones de viviendas particulares, establecimientos de alojamiento turístico en el medio rural, agroturismo, casas rurales, hoteles rurales, campings rurales y apartamentos rurales.

### **4.3. El turismo rural en la Comunidad Valenciana.**

El turismo en la Comunidad Valenciana es una actividad consolidada, debido principalmente, como se ha comentado anteriormente, al segmento de “sol y playa”, que como ya hemos dicho, es el mayoritario en nuestra oferta.

Sin embargo, el desarrollo turístico que se ha producido en la segunda mitad del siglo XX en todo el territorio nacional, ha obligado a la Comunidad Valenciana a rediseñar su producto turístico para diferenciarlo, complementarlo y mantener así su posición competitiva en el mercado nacional e internacional.

Todo esto, unido a la sensibilidad hacia la conservación y disfrute de la naturaleza, la valoración de los modos de vida tradicionales y el contacto con el entorno natural, han dotado de gran importancia al turismo rural de la zona.

Aunque en nuestra Comunidad el turismo rural es todavía una actividad muy joven, se pretende incluir elementos del mismo al ya asentado modelo de “sol y playa”, y complementarlos para consolidar a la Comunidad Valenciana como una opción de destino para los turistas tanto nacionales como de fuera de nuestras fronteras. Y los estudios realizados sobre el turismo de interior de la Comunidad durante los últimos años, arrojan que éste se encuentra en una fase de transición y cuenta con un gran potencial de desarrollo.

#### Evolución de la oferta:

Durante la década de los noventa, la oferta de este tipo de alojamientos era escasa, por no decir prácticamente inexistente. Es a partir de ese momento cuando gracias a la Agencia Valenciana de Turismo y los programas europeos Leader y Proder, se comienza a crear infraestructura turística en el medio rural. Estas políticas producen un importante efecto tanto en la oferta como en la demanda.

La oferta en aquella época se caracterizaba por ser, principalmente, alojamiento de carácter residencial, bien por ser casas familiares de emigrantes que retornaban al pueblo de origen en los periodos vacacionales o por ser segundas residencias de veraneantes tradicionales. Si bien existían algunas plazas hoteleras, estas tenían un peso insignificante en el total de la oferta.

En la actualidad esta situación ha sufrido una profunda transformación. El producto turístico de interior en la Comunidad Valenciana, cuenta en estos momentos con un importante número de alojamientos turísticos.

En 2009, y según datos del INE, se ofrecieron de 8.656 plazas abiertas en la Comunidad Valenciana, en 931 alojamientos, situándola en sexto lugar en el conjunto de la oferta de alojamiento rural española, y basándonos en esta misma fuente, el grado medio de ocupación por plazas en 2009 fue del 11,49%, aunque en fines de semana llegó a alcanzar el 18,57%. Durante 2009 los

establecimientos rurales de la Comunidad Valenciana alojaron a un total de 119.002 viajeros, con 366.498 pernoctaciones, permaneciendo una media de 3,08 días.

#### Evolución de la demanda:

Si en los años noventa la demanda del turismo rural se restringía casi exclusivamente a los veraneantes tradicionales con segunda residencia, hoy en día, cerca del 40% no forman parte de este segmento.

Esta mayor diversidad también se ha podido observar en el desarrollo de diferentes hábitos de comportamiento de la demanda turística de los destinos de interior.

La evolución se puede observar en el cambio desde los modelos turísticos más tradicionales, que buscaban el descanso, el aire puro, el paisaje atractivo y la buena comida, hasta un modelo más moderno e interactivo representado, en el que los nuevos turistas buscan la experiencia de sumergirse en un estilo de vida radicalmente diferente al suyo, vivencias en la naturaleza, y el contacto con lo diferente a lo que se encuentran día a día.

El avance del consumo turístico es evidente y se prevé cada vez más acelerada. El actual turista desea tener la experiencia del destino, una experiencia que le introduzca integralmente en un nuevo estilo de vida, rompa con el habitual ritmo de su vida cotidiana en las ciudades y se adapte a lo que esperan a nivel cultural. Es en la necesidad de esa ruptura, donde va a poder desarrollarse nuestra oferta.

*Imagen 13: Balneario de Fuentepodrida en la comarca Utiel-Requena.*



*Fuente: Balneario de Fuentepodrida*

Según datos de la Consellería de Turismo en cuanto a la procedencia de la demanda en la Comunidad Valenciana en 2009, ésta está compuesta en su amplia mayoría por viajeros procedentes de la propia Comunidad (80,7%). Entre el turismo nacional, la demanda más significativa se centra en el ámbito geográfico más próximo a la Comunidad Valenciana (Cataluña, Albacete, Murcia y Teruel) y en el de las dos grandes ciudades españolas, Madrid y Barcelona. Por su parte, el turismo extranjero, siendo minoritario (10,2%), se concentra mayoritariamente en la provincia de Alicante.

Los principales países emisores extranjeros son Francia (3,6%) y Reino Unido (2,5%), y en cuanto a la modalidad de alojamiento empleado, solo un tercio de los turistas (35,4%) se alojan en establecimientos turísticos, mientras que los dos tercios restantes optan por los alojamientos no turísticos (64,6%).

A diferencia de otras modalidades de turismo, los intermediarios turísticos presentan una escasa incidencia en el proceso de comercialización del turismo rural, una mínima parte recurre a los intermediarios turísticos a la hora de realizar la reserva, siendo las búsquedas en Internet un factor muy importante para conseguir información acerca del destino y realizar la reserva con éxito, solo por detrás de las recomendaciones directas por parte de familiares, amigos o conocidos.

En el caso de la demanda extranjera los intermediarios turísticos si que desempeñan un importante papel ya que es el segmento que solicita más productos estructurados. El turista extranjero se interesa por productos que incluyen el desplazamiento al destino, alojamiento y el desarrollo de actividades complementarias y que se ofertan en Internet, a través de agencias de viajes especializadas.

El turismo rural en la Comunidad Valenciana es mayoritariamente familiar, en torno al 60% de la demanda. El turismo familiar se centra en los alojamientos no turísticos y en los campings, dirigiéndose los grupos vacacionales no familiares a casas rurales, albergues y hoteles.

La edad media está en torno a los 40 años. A pesar de que ésta pueda considerarse elevada, hay que considerar que únicamente el 17% de los turistas supera los 60 años, los menores de 30 años suponen una cuarta parte de la demanda y un 10% del total presenta edades inferiores a los 25 años. Con esto, puede afirmarse que el segmento de mercado joven es un segmento cuantitativamente importante. Así mismo, debemos señalar que los turistas son más jóvenes cuanto más cercana es la residencia respecto al destino. La edad media de la demanda es menor en albergues, viviendas cedidas y campings, mientras que los turistas hospedados en hoteles presentan una edad media superior.

En cuanto a las actividades practicadas en el destino rural, las que cuentan con más aceptación por parte de los turistas son pasear por el municipio, hacer senderismo, conocer parajes naturales, las rutas gastronómicas, y los baños en zonas naturales, incluyendo los balnearios dentro de esta categoría de alojamientos.

Y finalmente, respecto al gasto turístico, el alojamiento elegido es la variable con mayor incidencia en él. El turista valenciano es el que efectúa un menor gasto turístico, mientras que la demanda procedente de otras CCAA y del extranjero es la que más gasto realiza, tanto en alojamiento, como en el destino.

## **5 - IMPORTANCIA DEL SECTOR TURÍSTICO EN LA COMARCA UTIEL - REQUENA.**

### **5.1 – Situación de la comarca Utiel-Requena.**

Al oeste de la provincia de Valencia se encuentra la comarca de Utiel-Requena, también conocida como La Plana de Utiel o como El Altiplano. Constituido fundamentalmente por una gran meseta, cuya altitud media oscila entre los 600 y los 900 metros, y limitada al sur por las sierras de Martés y de Malacita, al noroeste por las sierras del Tejo y Negrete (el Pico del Tejo alcanza los 1.270 metros), y al oeste y al sur por el accidentado cauce del río Cabriel que, a lo largo de un centenar de kilómetros, comprendidos entre el Embalse de Contreras y la aldea de Casas del Río, sirve de frontera natural que separa los territorios de la Comunidad Valenciana de Castilla la Mancha (provincias de Cuenca y Albacete).

*Imagen 14: Localización de la comarca Utiel-Requena en la provincia de Valencia.*



*Fuente: [www.requena.es](http://www.requena.es)*

Se trata de la comarca más extensa, al contar con una superficie de 1.726 kilómetros cuadrados, y su población total asciende a 39.386 habitantes (A fecha de inicio de 2010). Y nos ofrece prácticamente de todo: un importante patrimonio histórico-artístico, centrado sobre todo en la arquitectura medieval de Requena y de Utiel; una naturaleza rica y variada (que detallaremos posteriormente en el punto 5.3.2.); una sabrosa gastronomía, completada por una amplísima carta de vinos con denominación de origen propia; y lo que nos interesa por encima de todo: unas amplias posibilidades para practicar el turismo activo: senderismo, cicloturismo, montañismo, deportes de aventura, caza y pesca, etc.

Integran la comarca los siguientes municipios: Camporrobles, Caudete de las Fuentes, Chera, Fuenterrobles, Requena, Sinarcas, Utiel, Venta del Moro y Villargordo del Cabriel, cuyo número de habitantes y extensión, mostramos en la tabla 1.

*Tabla 01: Municipios de la comarca, número de habitantes en 2011 y extensión.*

Municipio	Número de habitantes	Extensión en km <sup>2</sup>
Requena	21.278	814,2
Utiel	12.420	236,9
Venta del Moro	1.497	272,6
Camporrobles	1.439	89,5
Sinarcas	1.217	102,5
Caudete de las Fuentes	800	34,6
Fuenterrobles	733	49,5
Villargordo del Cabriel	685	71,6
Chera	611	54,5

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos de diciembre 2011.*

## **5.2 – Situación del turismo en la comarca Utiel-Requena.**

En los últimos veinte años, pero en mayor medida en la última década, la comarca Utiel-Requena ha experimentado un considerable aumento en cuanto a recepción de número de turistas, siendo muchos los encantos y factores los que pueden atraer al turista hacia la comarca Utiel-Requena. Estos son un bello patrimonio monumental, una gran riqueza natural, una rica gastronomía y unas excelentes y concurridas fiestas entre otros.

De los nueve municipios que forman nuestra comarca de estudio, los turistas se decantan principalmente por dos de ellos: Utiel, y sobre todo Requena.

Consciente de la potencialidad turística que posee la ciudad, el Ayuntamiento de Requena trabaja desde hace tiempo apostando por el turismo, intentando incrementar las pernoctaciones en la ciudad, para así superar la repercusión económica que el turismo de paso tiene actualmente, condicionada en gran medida por la corta duración de su estancia. Por ello se pretende desarrollar una oferta de servicios completa y de calidad, que facilite la creación de un producto turístico variado, y que favorezca mejoras en la economía de la zona.

Son por estos motivos por los que en 2010 en esta localidad se comienza a aplicar el Plan de Dinamización de Producto Turístico de Requena. Un programa que con la colaboración del Ministerio de Industria, Turismo y Comercio, la Consellería de Turismo y el propio Ayuntamiento de Requena, persigue potenciar Requena, e indirectamente su red comarcal, como destino de vacaciones.

Los objetivos del Plan son cinco:

- La adaptación de las instalaciones, el equipamiento y el material turístico de Requena.
  
- Una ampliación del contenido de la oferta turística actual.



- La formación del sector empresarial en la gestión de la calidad.

- Una sensibilización sobre la notoriedad turística de la ciudad.

- El posicionamiento de Requena en el mercado turístico como destino líder de turismo rural en la Comunidad.

Como consecuencia de estas actuaciones se conseguirá dinamizar el sector turístico local, y mejorar la calidad de vida de los requenenses optimizando sus expectativas y estabilizando la economía local, y las acciones previstas en el Plan se enmarcan en cinco grandes líneas de actuación:

- Configuración de producto turístico de interior, orientado al mercado de fines de semana y puentes vacacionales.

- Mejora de los servicios turísticos del destino.

- Formación y sensibilización para mejorar la competitividad de Requena como destino turístico de interior de calidad.

- Comunicación, promoción y comercialización, a fin de crear los soportes más adecuados para que Requena se posicione en el mercado turístico como destino vacacional de turismo rural.

- Gestión turística, necesaria para lograr el adecuado desarrollo del plan de inversiones que el Plan de Dinamización conlleva.

El Plan cuenta con casi dos millones de euros de presupuesto, y ha puesto en marcha una serie de actuaciones a desarrollar en tres años, una apuesta de futuro que permitirá el desarrollo de numerosas mejoras en el entorno, una revalorización de los recursos turísticos, y una apuesta por la calidad de los mismos.

### **5.3 – Factores de atracción del Turismo Rural en la comarca.**

Son diversos los factores que hacen de la comarca de Utiel-Requena una región pintoresca y muy atractiva tanto natural, arquitectónica y gastronómicamente.

#### **5.3.1. – Patrimonio monumental.**

La práctica totalidad de los monumentos históricos de la comarca, se encuentran en los municipios de Requena y Utiel, por tanto será en estas dos ciudades en las que nos centraremos.

Requena exhibe una historia rica, que se deriva de su estratégica ubicación, dominando desde tiempos remotos la ruta natural que unía Valencia con la meseta castellana, pasando por la Sierra de las Cabrillas y por el Puerto de Contreras. El casco antiguo de Requena refleja el esplendor de aquellos tiempos en los que, curiosamente, el municipio no dependía de la actividad vitivinícola, sino que su economía se centraba en la producción de la seda, funcionando centenares de telares, tal y como se recuerda en el Colegio del Arte Mayor de la Seda, situado en pleno Barrio de la Villa. Dicho barrio nos muestra espléndidos ejemplos del arte gótico, las iglesias de Santa María y del Salvador, por ejemplo, junto a importantes restos de la ciudad árabe: la Torre del Homenaje o parte de sus murallas. Una singularidad que Requena ofrece es la del recorrido por el subsuelo de la ciudad medieval, con un itinerario por las antiguas cuevas en las que se almacenaban, en grandes tinajas, vinos, aceites y cereales. Requena posee además, interesantes museos: el Municipal, el Museo Etnológico situado en la aldea de Sisternas, el Museo del Molino de Ester o el Museo del Arte Contemporáneo Florencio de la Fuente.

Otros rincones entrañables de la Requena medieval son la Alcazaba, la Medina, la Plaza del Castillo, la Cuesta de las Carnicerías, la Iglesia de San Nicolás, el Arco del Ovejero, el Callejón de Paniagua, la Judería, el Palacio del Cid, la Cuesta del Ángel, la Casa de Santa Teresa, la Plaza de la Villa, etc. El Monumento a La Vendimia recuerda a propios y extraños la importancia que en toda la comarca tiene actualmente la producción de vinos.

*Imagen 15: Portada de la Iglesia de Santa María.*



*Fuente: Elaboración propia.*

*Imagen 16: Museo Florencio de la Fuente de Requena.*



*Fuente: [www.requena.es](http://www.requena.es)*

*Imagen 17: Plaza de Albornoz – Plaza de la Villa de Requena.*



*Fuente: Elaboración propia.*

*Imagen 18: Torre del Homenaje y muralla de Requena.*



*Fuente: Elaboración propia.*

*Imagen 19: Monumento Universal a la Vendimia de Requena.*



*Fuente: Ayuntamiento de Requena.*

Utiel es en cuanto a dimensiones, la otra población importante de la comarca. Y exhibe, en el corazón del centro histórico, un magnífico templo gótico, la Iglesia de la Asunción. La Casa Consistorial, renacentista, es igualmente interesante, al igual que el recorrido por el casco antiguo, cuya trama urbana con estrechas y retorcidas calles recuerda el pasado árabe y medieval de la ciudad. El Museo del Vino de Utiel debe visitarse, porque en él se sintetiza todo el proceso de elaboración de los caldos que se obtienen en el ámbito territorial de la Denominación de Origen Utiel-Requena, que tiene precisamente aquí su sede.

Utiel, que posee una de las Plazas de Toros más antiguas de la Comunidad Valenciana, tiene en sus alrededores otro emblemático monumento, el Santuario de la Virgen del Remedio, en donde se venera a la Patrona de Utiel y que se halla en plena Sierra Negrete.

Al margen de estas ciudades podemos encontrar importantes yacimientos ibéricos en los municipios de Caudete de las Fuentes y Camporrobles.

*Imagen 20: Bodega Redonda – Museo del Vino de Utiel.*



*Fuente: Elaboración propia.*

*Imagen 21: Santuario de la Virgen del Remedio de Utiel.*



*Fuente: Elaboración propia.*

### **5.3.2. – Naturaleza y Medio Ambiente.**

La gran riqueza de la comarca permite destacar unos cuantos parajes de singular belleza, aún siendo conscientes de que quedan muchos por enumerar.

El cauce del río Cabriel y su entorno: desde el Embalse de Contreras en Villargordo del Cabriel hasta la aldea de Casas del Río (Requena), el río Cabriel sirve de frontera natural entre las provincias de Valencia (margen izquierda) y Cuenca y Albacete (margen derecha), a lo largo de unos cien kilómetros. Allí se encuentran, por ejemplo, los espectaculares “Cuchillos” y “Hoces” del Cabriel, que corresponden a los términos municipales de Villargordo del Cabriel, Venta del Moro y de Requena.

El Embalse de Contreras, inaugurado en la década de los 60 del pasado siglo, se encuentra situado en el límite entre las provincias de Valencia (Villargordo del Cabriel) y de Cuenca, almacenando aguas del río Cabriel. En

las proximidades del antiguo pueblo de Contreras se encuentra la famosa “Venta de Contreras”, que durante varios siglos funcionó como posada y albergue, donde se detenían los viajeros y mercaderes que se desplazaban de Valencia a Madrid y viceversa, un itinerario que duraba siete días. En ese mismo lugar se cambiaban los caballos para las diligencias y caballerías. Funcionan ahora instalaciones hosteleras y es un punto neurálgico para actividades deportivas y vinculadas con la naturaleza: escalada, senderismo, cicloturismo, rafting, paracaidismo, etc. Tanto en las poblaciones de Villargordo del Cabriel como en Venta del Moro o Requena, se ofrece amplia información sobre posibilidades para la práctica de un turismo activo en el embalse de Contreras y en el curso del río Cabriel.

El Parque Geológico de Chera: se trata del único parque de estas características situado en la Comunidad Valenciana, debido a las peculiares formaciones rocosas existentes en la zona delimitada por el Embalse del Buseo (Chera y Sot de Chera), el Pico Ropé, el Pico del Tejo, el río Reatillo, etc. Existen varias rutas para visitar este espectacular paraje, que ha sido promovido como Parque Geológico por la Diputación de Valencia y la Universidad de Valencia, inaugurado en la primavera de 1999.

El Parque de Fauna Ibérica de Requena: este parque, que abrió sus puertas en agosto de 1999, se encuentra en las proximidades de la aldea del Rebollar y del hermoso paraje de La Herrada, a 12 kilómetros de Requena. Es un espacio natural vallado perimetralmente que abarca 150.000 m<sup>2</sup>, donde abundan la coscoja, la carrasca, el romero, el tomillo, las aliagas y otras muchas especies vegetales. También hay una gran variedad de las especies animales más representativas de la península. Desde el oso pardo hasta la pequeña jineta, pasando por los lobos, nutrias o cabras.

Las Sierras del Tejo y Negrete: son las principales formaciones montañosas de la comarca. La primera de ellas se extiende desde el término municipal de Requena al de Chera, y tiene su principal cumbre en el Pico del Tejo. La Sierra Negrete se extiende por el término municipal de Utiel, en dirección al Embalse de Benagéber.

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

*Imagen 22: Hoces del Cabriel por Villargordo.*



*Fuente: [www.tucomarca.com](http://www.tucomarca.com)*

*Imagen 23: Parque Geológico de Chera.*



*Fuente: [www.ecoturismorural.com](http://www.ecoturismorural.com)*

*Imagen 24: Embalse de Contreras en Villargordo del Cabriel.*



*Fuente: [www.tucomarca.com](http://www.tucomarca.com).*



*Imagen 25: Logotipo Parque de la naturaleza Fauna Ibérica de Requena.*



*Fuente: [www.requena.es](http://www.requena.es)*

### **5.3.3. – Gastronomía.**

La comarca de Requena-Utiel es famosa por la cantidad y calidad de los vinos que en ella se producen y que están amparados por la denominación de origen propia, Utiel-Requena. A nivel de museos se pueden conocer las características de la elaboración de estos caldos, tanto en Utiel, Museo del Vino, como en Requena, Museo Municipal y Museo Etnológico de la aldea de Sisternas. Pero si se quiere seguir más de cerca el proceso para la producción de estos vinos, merece la pena visitar alguna de las numerosas bodegas, tanto particulares como pertenecientes a cooperativas.

En Requena se produce, además, el único cava de la Comunidad Valenciana, incluido en la respectiva denominación de origen. La calidad de los vinos de la comarca ha mejorado sensiblemente a raíz de la creación de la Denominación de Origen Utiel-Requena y del funcionamiento de las Escuelas de Viticultura y Enología de Requena, dependientes de la Diputación de Valencia.

Seguidamente, en la tabla 2, enumeraremos las bodegas que forman la Denominación de Origen Utiel-Requena.

*Tabla 02: Lista de bodegas de la D.O. Utiel-Requena*

Aranleon	Bodegas Utielanas	Bodegas y viñedos de Utiel
Casa del Pinar	Cherubino Valsangiacomo	Chozas Carrascal
Coop. del Campo	Coviñas	Criadores Artesanos
Crianzo	Cueva	Dagon Bodegas
Dominio de La Vega	Dominio del Arenal	Ecovitis
El Progreso	Emilio Clemente	Enotec
Finca San Blas	Finca Ardal	Fuente Seca
Fuso	Gil Carrión	Haecky drink & wine
Hijos de Ernesto Cárcel	Hispano Suizas	Hoya de Cadenas
Ibervino	Ntra. Sra. del Rosario	Iranzo
La Cubera	La Inmaculada	Latorre Agrovinicola
Mas de Bazán	Murviedo	Bodega Noble
Ntra. Sra. del Milagro	Ortiz Latorre	Pago de Tharsys
Palmera	Pedro Moreno 1940	Proexa
Purísima Concepción	Rebollar	Recrire

Romeral Vinícola	Sebirán	Bodegas Sisternas
Torre Oria	Torroja	Unión Vinícola del Este
Vegalfaro	Vera de Estenas	Vinícola del Oeste
Vicente Gandía	Vinícola Requenense	Virasa
Virgen de Loreto	Viticultores de Requena	Vitivinícola Santa Rita

*Fuente: Elaboración propia en base a información de la D.O. Utiel-Requena.*

La gastronomía de estas tierras es variada, rica y sabrosa. Algunos de sus productos más característicos han conseguido ya, por su calidad y por su elaboración artesanal, un indudable prestigio, como sucede con los embutidos, con los bollos de Requena y los dulces típicos de Utiel.

Las grandes citas alimentarias de la comarca son la Feria del Embutido de Requena en febrero, de la que en 2010 se han cumplido diecisiete ediciones, la Feria Utiel-Gastronómica en junio o la Feria Requenense del Vino. En la tabla 3, mostramos la evolución de visitantes a la Feria del Embutido en los últimos años.

*Imagen 26: Logo Feria del Embutido Artesano y de Calidad de Requena*



*Fuente: [www.requena.es](http://www.requena.es)*

Los platos tradicionales de la comarca son entre otros: El arroz de matanza, las patatas en caldo, el arroz y bajocas, el gazpacho tipo manchego, el ajoarriero, el morteruelo y el cachulí, sin olvidar los típicos bollos con magras y sardinas, y como dulces representativos, el alajú y el turruncillo.

*Imagen 27: Bollo de magras y sardinas.*



*Fuente: Elaboración propia.*

*Tabla 03: Evolución número de visitantes Feria del Embutido de Requena.*

	2005	2006	2007	2008	2009	2010
Visitantes	95.000	115.000	120.000	105.000	130.000	100.000
Incremento	-10%	21%	4%	-13%	24%	-23%

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos del Ayuntamiento de Requena.*

#### **5.3.4. – Fiestas.**

Las principales celebraciones festivas de la comarca tienen lugar con motivo de la vendimia, así, en Requena a finales de agosto y principios de septiembre se celebra la Feria y Fiestas de la Vendimia, en honor a la Virgen de los Dolores. En Utiel, se celebran del 6 al 15 de septiembre en honor a la Virgen del Remedio, con numerosas celebraciones religiosas y lúdico-festivas, entre las que destacan las fiestas de toros por las calles. En Villargordo del Cabriel se celebran del 14 al 21 de agosto en honor a San Roque. En Sinarcas

la última semana de agosto en honor a Santa Úrsula. En Caudete de las Fuentes en enero a S. Antonio Abad y en junio a S. Antonio de Padua. Camporrobles en febrero a Santa Águeda y en agosto a la Virgen de la Asunción. Fuenterrobles, la primera semana de febrero a La Candelaria y las Fiestas Patronales la segunda quincena de agosto. Y para terminar con el calendario festero, Venta del Moro con sus celebraciones en diciembre a la Virgen de Loreto.

*Imagen 28: Logotipo Fiesta de la Vendimia de Requena.*



*Fuente: [www.fiestadelavendimiarequena.com](http://www.fiestadelavendimiarequena.com)*

#### **5.4. Análisis del entorno PEST en la comarca Utiel – Requena.**

Realizaremos un breve análisis del entorno mediante un PEST, en el cual haremos referencia a factores Políticos, Económicos, Socio-demográficos, Tecnológicos y Legales.

##### **5.4.1. Factores Políticos.**

La estructura política de un país afecta a las decisiones que puede tomar la empresa. Muchas de las decisiones que puede tomar el Gobierno, hacen que la empresa deba cambiar sus estrategias, o adaptarlas a los cambios que se produzcan. Pero teniendo en cuenta que España está en una estabilidad política, los cambios de gobierno no modifican mucho su influencia en empresas. Al ser una PYME, los prestamos ICO a nivel nacional, o los que ofrece el IMPIVA a nivel autonómico, claramente nos benefician.

En cuanto al marco exterior, las políticas de internacionalización no nos afectan. Tampoco afecta a nuestra competencia porque actualmente no hay empresas extranjeras dedicadas a nuestra actividad empresarial ni en nuestra Comunidad ni en nuestro país.

#### **5.4.2. Factores Socio – Demográficos.**

Estos factores son los que más nos afectan ya que nuestra empresa está totalmente orientada al cliente, y han sido los cambios en los gustos de la sociedad, los que nos han hecho ver nuestra idea de negocio.

Los nuevos estilos de vida afectan a nuestra futura empresa de alojamiento rural, de forma muy positiva, ya que estamos en una sociedad donde el estrés ha pasado a formar parte de nuestras vidas, hecho que nos hace querer aprovechar al máximo el tiempo libre y de ocio, para el descanso y en algunos casos para la realización de actividades al aire libre.

En principio hemos decidido que nuestro público objetivo sean hombres y mujeres con cierta independencia económica, de entre 30 a 55 años por lo que la evolución demográfica nos favorece, ya que gracias al “baby boom” de los 70 en España nuestro nicho de mercado es muy amplio.

La opinión y actitud del consumidor y la imagen de marca y tecnología de empresa no sabemos aún como nos va a afectar porque somos una empresa de nueva creación, esperamos que una vez creada nos afecte positivamente ya que queremos crear una fuerte imagen de marca a nivel autonómico, porque a priori es lo que vemos que le faltan a nuestros competidores directos.

El cambio de los hábitos del trabajo es otro factor que nos ha ayudado a la hora de decidir nuestra idea de negocio, los horarios laborales, el estrés, y los muchas veces agobiantes desplazamientos al lugar de trabajo nos favorecen como empresa para comercializar nuestros servicios, ya que la gente necesita de unos días para “desconectar”, descansar, y realizar actividades impensables de hacer en el día a día.

La movilidad social hacia las grandes ciudades nos hace poder llegar a más clientes potenciales, ya que por norma general, la gente que reside en éstas, tiene un grado de estrés mayor que aquellas que lo hacen en pueblos o municipios menos concurridos; por lo que éste es un aspecto que nos beneficia, al convertirse en más necesario el uso de servicios como el que prestará nuestra empresa.

El hábito de compra en Internet nos beneficia porque nos permite vender nuestros servicios en la red, pero todos nuestros competidores lo utilizan así que no supone un aspecto a destacar, salvo si realizamos una estudiada y fuerte apuesta por la inversión en los servicios web.

#### **5.4.3. Factores económicos.**

La situación económica actual en la que nos encontramos a nivel nacional nos afecta negativamente. En este año 2011 nos indican que España aunque vaya teniendo tasas de crecimiento positivas no saldrá totalmente de la crisis en la que nos encontramos inmersos. Por ello los factores económicos que determinan el crecimiento de una economía y el desarrollo empresarial consiguiente hacen que la inflación, el PIB y la tasa de desempleo nos afecten negativamente. Sin embargo otro factor económico del crecimiento como son los tipos de interés nos afectaran positivamente a la hora de obtener financiación ya que el Banco Central Europeo pretende que reduciendo los tipos se favorezca al crecimiento económico, aunque también tenemos en cuenta la dificultad actual de obtener financiación.

Más concretamente sobre nuestro negocio de alojamiento rural, vemos que los servicios que ofrecemos son uno de los primeros de los que las familias prescindan o reducen debido a la crisis. Por ello nuestra idea es convencer al cliente de lo beneficioso y lo saludable que resultan nuestros servicios y actividades de cara a una vuelta más relajada a la vida laboral.

#### **5.4.4. Factores tecnológicos.**

Los factores tecnológicos no nos afectan demasiado, ya que no estamos en un sector puramente tecnológico, donde la innovación y el desarrollo sean factores de diferenciación. Las escasas tecnologías que usamos son conocidas y utilizadas por todos los competidores. Sí que es cierto que un nuevo desarrollo tecnológico en nuestros competidores podría levemente afectarnos negativamente pero al ser una tecnología básica la utilizada en el sector sería fácilmente imitable por todos los competidores.

#### **5.4.5. Factores Legales.**

La legislación mercantil la tenemos que tener en cuenta ya que somos una empresa y tenemos que seguir unas leyes determinadas según la forma jurídica que elijamos a la hora de crear la empresa.

La legislación fiscal también nos perjudica ya que al estar en una época de crisis económica, se realizan políticas fiscales más restrictivas, es decir, se aumentan los impuestos tanto empresariales que nos afectarían directamente, como personales que también nos perjudicarían al reducir el poder adquisitivo de nuestros posibles clientes.

### **5.5. Análisis DAFO del turismo en la comarca Utiel – Requena.**

A continuación, realizaremos un análisis DAFO, tanto con las debilidades y fortalezas turísticas de la comarca Utiel-Requena, como con los condicionantes externos, las oportunidades y las amenazas.

<u>Debilidades</u>	<u>Fortalezas</u>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Alto grado de desconocimiento sobre los atractivos turísticos por parte de la población local.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Conocida identidad comarcal.</li><li>• Riqueza patrimonial.</li></ul>



<ul style="list-style-type: none"> <li>• Carencia de promoción turística comarcal.</li> <li>• Clima extremadamente frío en invierno y caluroso en verano.</li> <li>• Carencia de asociacionismo y cultura turística.</li> <li>• Falta de concejalías de turismo en varios ayuntamientos de la comarca.</li> <li>• Carencia de personal cualificado para el sector turístico.</li> <li>• Malas condiciones de acceso a varios municipios, poco atractivos y excesivamente descuidados.</li> <li>• Mala distribución de la oferta de alojamiento hotelero, centrado casi en su totalidad en los núcleos de Requena y Utiel.</li> <li>• Proximidad a la central nuclear de Cofrentes.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Buenas comunicaciones por Autovía A-3 y tren de Alta Velocidad.</li> <li>• Elevado número de atractivos turísticos y variedad de los mismos.</li> <li>• Riqueza medioambiental.</li> <li>• Existencia de Oficinas de Turismo en los principales núcleos comarcales.</li> <li>• Adecuada señalización de los atractivos.</li> <li>• Excelente tranquilidad y calidad de vida, a cuarenta minutos del área metropolitana de Valencia.</li> <li>• Atractivos turísticos emblemáticos como la Muestra del Embutido, el Raid Altiplano, y la proximidad del Circuit de la Comunitat Valenciana.</li> </ul>
<p><u>Amenazas</u></p>	<p><u>Oportunidades</u></p>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poco consenso social que haga del turismo un motor de desarrollo.</li> <li>• Incremento de la oferta hotelera de la comarca de la Hoya de Buñol, y del Valle de Ayora, aspecto que</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Posibilidad de captar turismo de paso por la A-3 entre Valencia y Madrid.</li> <li>• Posibilidad de atracción turística a través de eventos existentes que</li> </ul>

<p>nos podría afectar negativamente.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Degradación del patrimonio histórico y cultural.</li><li>• Las autoridades pueden mostrar cierto poco interés por el cuidado y conservación del medio ambiente.</li><li>• Atracción a turistas poco respetuosos con el entorno comarcal.</li></ul>	<p>poseen mucha demanda en la actualidad en municipios próximos, como el G.P. de la Comunitat Valenciana de Motociclismo.</p> <ul style="list-style-type: none"><li>• Disponibilidad de los fondos procedentes de Leader y Proder.</li><li>• Mayor visión turística que las comarcas vecinas.</li><li>• Incremento de la demanda de alojamiento y restauración.</li><li>• Fuerza de la marcas Embutido de Requena y D.O Vinos de Utiel-Requena.</li></ul>
---	---

*Imagen 29: Estación de tren de Alta Velocidad de Requena-Utiel.*



*Fuente: [www.gva.es](http://www.gva.es)*

## **6 - EL MARCO LEGAL.**

Cuando se adopta la decisión de crear una empresa, ya sea en el ámbito turístico o en cualquier otro, es de gran importancia elegir de manera adecuada la configuración jurídica que mejor se adapte al proyecto empresarial.

La elección de la forma jurídica es el punto de partida del proyecto empresarial, y de una correcta decisión en este sentido depende el evitar futuros problemas que pudieran dificultar dicho proyecto. En este sentido, y dependiendo de la forma jurídica que adopte la empresa, los trámites a seguir para su constitución serán distintos, y también sus obligaciones en materia tributaria y jurídica.

Hay que tener en cuenta varios condicionantes en la elección de la forma jurídica a adoptar para poner en marcha una actividad empresarial:

- El número de personas, socios o promotores, que intervengan en el proyecto.
  
- El volumen de fondos requeridos legalmente para crear la empresa.
  
- En determinadas ocasiones, la Ley puede obligar a adoptar una forma jurídica concreta. Así lo establece la normativa aplicable en alguna Comunidad Autónoma cuando se ejerce la actividad de alojamiento de turismo rural.
  
- La legislación aplicable en cada Comunidad Autónoma puede suponer la existencia de determinados límites cuantitativos (límites de plazas o habitaciones por establecimiento) para la consideración y reconocimiento oficial de los alojamientos rurales, lo que determinará la dimensión del proyecto a desarrollar y las necesidades económicas derivadas.
  
- Los aspectos fiscales, es decir, la atribución fiscal de los beneficios que haya que efectuar según los resultados previstos de la actividad empresarial. Así, el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas tiene un tipo impositivo

creciente con el beneficio, mientras que para las sociedades el tipo impositivo es único.

Con la intención de servir de orientación en la elección de la fórmula jurídica a adoptar por el empresario, y para evitar problemas de inadecuación al proyecto empresarial, comentaremos a continuación las características generales de las formas jurídicas más usuales, en función de quién asume la titularidad de la empresa.

### **6.1 – El empresario individual.**

El empresario individual es una de las fórmulas empresariales más frecuentes a la que se opta para dar cobertura a la actividad de alojamiento turístico rural. Es una persona física que, disponiendo de capacidad legal, ejerce de forma habitual y en nombre propio una actividad comercial, industrial o profesional.

No existe ningún trámite previo que condicione la adquisición del carácter de empresario individual, si bien la persona que desee constituirse como tal deberá ser mayor de edad, tener libre disposición de bienes y ejercer, por cuenta propia y de forma habitual, una actividad empresarial.

La denominación de la empresa es el nombre de la persona física titular del negocio, si bien podrá actuar con nombre comercial.

Esta figura implica el control total de la empresa por parte del propietario, que dirige personalmente su gestión y responde de las deudas contraídas frente a terceros con todos sus bienes, no existiendo diferencia entre su patrimonio mercantil y su patrimonio civil.

Los empresarios individuales no están obligados a inscribirse en el Registro Mercantil, aunque pueden hacerlo si lo desean.

En el caso de ejercicio del comercio por persona casada hay que tener en cuenta que quedarán afectos al mismo los bienes del comerciante, y los adquiridos como consecuencia de la actividad comercial desarrollada y, de no

existir oposición por parte del otro, los bienes comunes de ambos, que podrán enajenarse e hipotecarse. Los bienes propios del cónyuge no comerciante sólo podrán obligarse con el consentimiento expreso del mismo. La oposición al ejercicio del comercio por parte del cónyuge no comerciante deberá hacerse constar en escritura pública inscrita en el Registro Mercantil donde, asimismo, deberán registrarse las capitulaciones matrimoniales, en el caso de existir.

Los beneficios que obtengan los empresarios individuales en el desarrollo de su actividad empresarial tributan a través del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF). Para determinadas actividades ejercidas por el empresario individual, existe la posibilidad de acogerse a un régimen fiscal que supone unas menores obligaciones contables y registrales. Dicho régimen es el de estimación objetiva en el IRPF y el de IVA simplificado.

En lo que al Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) se refiere, los comerciantes minoristas se encuentran sujetos al régimen especial del Recargo de Equivalencia.

## **6.2 – Sociedades Civiles.**

La sociedad civil está constituida por dos o más personas que ponen en común dinero, bienes o industria con el propósito de repartir entre si las ganancias. Se regulan por lo establecido en el contrato suscrito por las partes y en lo no pactado se estará a lo dispuesto en el Código Civil.

Están destinadas a la explotación de un negocio o profesión no necesitarán para su constitución de ninguna solemnidad, pudiendo formarse mediante contrato privado o público, salvo en el caso de que se aporten bienes inmuebles o derechos reales, en cuyo caso será necesario su constitución en escritura pública ante notario.

Como denominación social se puede adoptar cualquier nombre que se acompañara con la expresión “Sociedad Civil”.

No se exige un capital mínimo, que podrá estar formado por las aportaciones de los socios en dinero, bienes o industria. El número mínimo de

socios es dos, no existiendo número máximo. Puede haber dos tipos de socios, los que aportan dinero o bienes y los socios industriales que aportan trabajo.

A falta de pacto la administración de la sociedad civil será ejercida por cualquiera de los socios.

Las pérdidas y ganancias se repartirán conforme a lo pactado. A falta de pacto la parte de cada socio en la ganancia y pérdida debe ser proporcional a lo que haya aportado.

Las sociedades civiles están reconocidas en la Ley General Tributaria como entidades de atribución de rentas, con capacidad de obrar en el tráfico jurídico.

- Impuesto de Actividades Económicas: las sociedades civiles son sujetos pasivos del este impuesto y obligadas a su pago en caso de no estar exentas.

- Impuesto sobre la Renta: las sociedades civiles no tributan por el impuesto sobre sociedades ni por el IRPF. Los rendimientos obtenidos por entidad, que se calcularán conforme al IRPF, se imputarán a sus socios o comuneros con arreglo a su participación. Los regímenes para determinar el rendimiento neto de las actividades económicas de estas entidades son: estimación directa normal o simplificada y estimación objetiva.

- Impuesto sobre Valor Añadido: las sociedades civiles son sujetos pasivos de este impuesto, y pueden acogerse a los mismos regímenes de IVA que el empresario individual.

### **6.3 – Sociedades Mercantiles.**

El empresario también puede desarrollar su proyecto creando un ente jurídico distinto, con su propia personalidad jurídica, que será distinta de la personalidad de los socios que conformen la sociedad. Esta entidad

diferenciada es la que va a asumir la titularidad de la empresa, y nace como persona jurídica en el momento en que se inscribe en el Registro Mercantil.

Es de destacar que en la oferta de alojamientos rurales en España, los casos de sociedades son excepcionales. Pese a ello, las sociedades son fórmulas empresariales a las que se recurre cuando se requiere cierta cobertura legal, por ejemplo a la hora de solicitar un crédito bancario para acometer una elevada inversión inicial o a la hora de sufragar costosas reformas.

### **6.3.1 – Sociedad de Responsabilidad Limitada.**

La sociedad de responsabilidad limitada se presenta como una sociedad de tipo capitalista en la que el capital social, integrado por las aportaciones de los socios, se encuentra dividido en participaciones indivisibles y acumulables, que no tienen el carácter de valores y no pueden estar representadas por medio de títulos o anotaciones en cuenta, ni denominarse acciones.

Tiene personalidad jurídica propia y carácter mercantil, cualquiera que sea la naturaleza de su objeto. En la denominación de la sociedad deberá figurar necesariamente la expresión "Sociedad de Responsabilidad Limitada", "Sociedad Limitada" o sus abreviaturas "S.R.L." o "S.L".

La constitución de la sociedad se realiza mediante escritura pública que deberá ser inscrita en el Registro Mercantil. A partir de ese momento la sociedad adquiere personalidad jurídica.

La sociedad fijará su domicilio en el lugar en el que se lleve su efectiva administración y dirección, o en el que radique su principal establecimiento o explotación.

Las sociedades de responsabilidad limitada no podrán acordar ni garantizar la emisión de obligaciones u otros valores negociables agrupados en emisiones.

No existe un número mínimo de socios para constituir una sociedad de responsabilidad limitada, pudiendo constituirse con un único socio (sociedad

unipersonal de responsabilidad limitada). Las sociedades constituidas con un único socio harán constar expresamente su condición de unipersonal en toda su documentación, correspondencia, notas de pedido y facturas, así como en todos los anuncios que hayan de publicar por disposición legal o estatutaria.

El capital social no podrá ser inferior a 3.012 euros y desde su origen habrá de estar totalmente suscrito y desembolsado. Los socios no responden personalmente de las deudas sociales, estando limitada su responsabilidad al capital aportado, que podrá ser en metálico, bienes o derechos.

En caso de aportaciones no dinerarias, los socios responderán solidariamente, frente a la sociedad y frente a terceros, de la realidad de las aportaciones y del valor que se les haya atribuido en la escritura. En ningún caso, podrán ser objeto de aportación el trabajo o los servicios.

La transmisión de las participaciones sociales no puede realizarse libremente a personas alejadas a la sociedad y se formalizará en documento público.

Dentro de los tres meses siguientes a la fecha de cierre del ejercicio social, los administradores de la sociedad deberán formular las cuentas anuales, que comprenderán el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias y la memoria.

Las sociedades que no superen determinados parámetros económicos y cumplan otros requisitos adicionales pueden utilizar el denominado régimen de contabilidad simplificada.

Las cuentas anuales deben presentarse para su depósito en el Registro Mercantil dentro del mes siguiente a su aprobación, pudiendo hacerse en soporte papel o informático.

Las sociedades de responsabilidad limitada tributan a través del Impuesto sobre Sociedades y no pueden acogerse al Régimen Simplificado ni al del Recargo de Equivalencia del Impuesto sobre el Valor Añadido. El tipo aplicable en el Impuesto de Sociedades es el 30%. Existe un régimen fiscal especial, dentro del Impuesto sobre Sociedades, para las empresas de



reducida dimensión, quedando reducido al 25% el tipo impositivo para los primeros 120.202,41 euros de beneficios. (Cifras de 2011).

### **6.3.2 – Sociedad Anónima.**

Prácticamente ninguna de las empresas de alojamiento rural a nivel nacional está constituida como Sociedad Anónima, por tanto, solo daremos una breve pincelada, no entraremos en demasiados matices sobre las características de la misma.

El capital social se encuentra dividido en acciones, siendo el mínimo exigido de 60.101,21 euros. Los socios no responden personalmente de las deudas sociales. Las acciones, parte alícuota de capital social, son de fácil transmisión, así como la condición de socio.

El número mínimo de fundadores es de uno, adoptando en este caso la denominación de Sociedad Anónima Unipersonal.

### **6.3.3 – Sociedades cooperativas.**

La sociedad cooperativa, a diferencia de las sociedades mercantiles, se presenta como una asociación de personas físicas o jurídicas que, teniendo intereses o necesidades socio-económicas comunes, desarrollan una actividad empresarial, imputándose los resultados económicos a los socios, una vez atendidos los fondos comunitarios, en función de la actividad cooperativa que realizan. Se presenta pues, como una sociedad de marcado carácter social cuyo objeto es facilitar a sus socios determinados bienes o servicios al precio mínimo posible (cooperativas de consumo), o retribuir sus prestaciones al máximo posible (cooperativas de producción).

Las cooperativas pueden ser de primer grado, con un mínimo de tres socios, cuando sus socios son personas físicas o jurídicas, y de segundo o ulterior grado cuando están constituidas por dos o más cooperativas de la misma o distinta clase.

El capital social no puede ser inferior a 1.804 euros; excepto para las cooperativas de escolares que podrá ser de cualquier cuantía.

El importe total de las aportaciones de cada socio no podrá exceder del cuarenta y cinco por ciento del capital social en las cooperativas de primer grado, y éstas se acreditarán mediante títulos nominativos, que en ningún caso tendrán la consideración de títulos valores, numerados correlativamente, pudiendo emitirse títulos múltiples.

Las aportaciones se realizarán en moneda de curso legal y si lo autoriza la Asamblea General, también podrán consistir en bienes y derechos evaluables económicamente.

Los administradores responderán solidariamente frente a la cooperativa y frente a los acreedores sociales de la realidad de las aportaciones y del valor que se les haya atribuido a las no dinerarias.

Los estatutos sociales fijarán la aportación obligatoria para ser socio de la cooperativa. Podrán prever que su cuantía sea igual para todos o proporcional a la actividad cooperativizada desarrollada o comprometida por cada socio.

Los socios no responderán personalmente de las deudas sociales, salvo disposición en contrario de los estatutos, en cuyo caso se indicará el alcance de la responsabilidad; y existirá un fondo de reserva obligatorio destinado a la consolidación, desarrollo y garantía de la cooperativa; un fondo de reserva voluntaria que tiene como finalidad reforzar el anterior, y una reserva de educación y promoción, con la finalidad de desarrollar acciones formativas para los socios y trabajadores.

Las sociedades cooperativas tributan a través del Impuesto sobre Sociedades y no pueden acogerse al Régimen Simplificado ni al del Recargo de Equivalencia del Impuesto sobre el Valor Añadido.

#### **6.3.4 – Sociedad Limitada Nueva Empresa.**

La Sociedad Limitada Nueva Empresa (SLNE) se rige por el Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital.

Es una especialidad de la Sociedad de Responsabilidad Limitada (SRL), y al igual que ésta, su capital social está dividido en participaciones sociales y la responsabilidad frente a terceros está limitada al capital aportado.

El número máximo de socios en el momento de la constitución se limita a cinco, que han de ser personas físicas. Se permite la Sociedad Limitada Nueva Empresa unipersonal. El número de socios puede incrementarse por la transmisión de participaciones sociales. Si como consecuencia de la transmisión, son personas jurídicas las que adquieren las participaciones sociales, éstas deberán ser enajenadas a favor de personas físicas en un plazo máximo de tres meses.

El capital social mínimo, al igual que en la Sociedad de Responsabilidad Limitada, deberá ser desembolsado íntegramente mediante aportaciones dinerarias en el momento de constituir la sociedad, y es de 3.012 euros y el máximo de 120.202 euros.

El objeto social es genérico para permitir una mayor flexibilidad en el desarrollo de las actividades empresariales sin necesidad de modificar los estatutos de la sociedad.

Se podrán utilizar unos estatutos sociales orientativos que reducen los tiempos de notarios y registradores a un máximo de 24 horas cada uno, y hay dos formas de constitución: telemática y presencial.

Los órganos sociales son una Junta General de socios y un Órgano de administración unipersonal o pluripersonal. Pueden continuar sus operaciones en forma de SRL por acuerdo de la Junta General y adaptación de los estatutos.

#### **6.4 - Ventajas e inconvenientes de las distintas formas de empresa.**

En este punto se analizarán los pros y los contras de las distintas formas de empresa, respecto a parámetros como el volumen de actividad, el nivel de responsabilidad, la fiscalidad, los trámites de constitución, y los libros a cumplimentar.

- Si nos atenemos al volumen de actividad, en el caso de empresas de reducido tamaño y escaso volumen económico, donde la actividad de alojamiento adopte carácter de renta complementaria a otras actividades ejercidas por el empresario, se considera como forma jurídica idónea al empresario individual, al ser más sencillo y económico el no crear persona jurídica distinta del propio empresario. La Sociedad de Responsabilidad Limitada o la SLNE es la idónea para las empresas de mediano o reducido tamaño, en las que se pretenda ejercer un control personal sobre la gestión empresarial (ya que de cierta manera se dificulta la entrada de nuevos socios), al tiempo que se le suman las ventajas de no tener que responder con nuestro patrimonio ante terceros.

- En lo que respecta a la responsabilidad, el empresario individual responde individual e ilimitadamente, con su patrimonio personal, de las deudas generadas en su actividad. Los integrantes de las Sociedades Civiles responden entre todos de forma ilimitada frente a terceros. En el caso de las cooperativas, la responsabilidad de los socios frente a terceros es limitada, salvo que en los estatutos ponga lo contrario. Las sociedades de responsabilidad limitada, la SLNE y las sociedades anónimas limitan la responsabilidad de sus socios a sus aportaciones, sin responder personalmente de las deudas de la sociedad. Estas formas jurídicas se suelen utilizar cuando la inversión inicial supone un desembolso excesivo para ser asumido de forma unipersonal y exigen solicitar créditos bancarios.

- Desde el punto de vista fiscal, las sociedades de responsabilidad limitada y las sociedades anónimas tributan por el impuesto sobre sociedades al 30% sobre los beneficios. Este tipo impositivo se reduce al 25% para la base imponible comprendida entre 0€ y 120.202,41€, y el 30% para el resto de la base imponible. Esto constituye una ventaja en el caso de empresas de cierta

rentabilidad, que de tener forma jurídica distinta, estarían sometidas a un tipo impositivo creciente con el beneficio. Éste sería el caso del empresario individual, cuyo régimen fiscal es el IRPF, tributando por tipos más elevados cuanto mayor es el volumen de su renta. Además, en las sociedades de responsabilidad limitada, SLNE y las sociedades anónimas se permite descontar como gastos, y por tanto excluir del gravamen sobre beneficios, aquellos necesarios para la realización de la actividad, lo que no siempre es posible para el empresario individual, como sería el caso de los empresarios que tributan en módulos. En cuanto a las cooperativas, los resultados cooperativos están bonificados, tributando, en general, al 20%, aunque se encuentran obligadas por Ley al establecimiento de determinados fondos de reserva de carácter irrepartible. Con todo, y pese a que el propio concepto de cooperativa no está unido al de lucro mercantil, esta forma jurídica se configura como una interesante elección.

- Respecto a los trámites de constitución y funcionamiento, el empresario individual es quien menos gestiones y trámites ha de realizar para llevar a cabo su actividad, puesto que no tiene que realizar actos ni formalizar documento alguno para adoptar personalidad jurídica. El cumplimiento de un mayor número de formalidades contables y registrales hace menos atractiva la opción por una forma societaria. La constitución de una sociedad requiere del cumplimiento de una serie de requisitos formales para que adquiera personalidad jurídica propia, que en el caso del empresario individual no hay que seguir. La Sociedad de Responsabilidad Limitada conlleva una serie de trámites para su constitución, que no se justifican cuando la actividad empresarial es de escaso volumen económico. Es favorable si queremos que las características personales de los socios tengan mucha importancia, además de ser una opción muy aconsejable si no se precisan grandes inversiones iniciales o si se realizan aportaciones no dinerarias a la sociedad. En el caso de la Sociedad Anónima, los trámites para su constitución y funcionamiento se justificarían por la necesidad de dar seguridad jurídica y patrimonial a quienes forman parte de estas sociedades. La facilidad en la transmisión de la condición de socio la convierte en la mejor forma para aquellas empresas en las que es necesaria una importante acumulación de capital.

- Los libros que obligatoriamente debe cumplimentar el empresario individual resultan de mayor sencillez que aquellos libros exigidos para las sociedades. Según el Código de Comercio, los libros obligatorios para las sociedades y cooperativas son el libro de inventarios y cuentas anuales y el libro diario, debiendo añadir los libros exigidos por el Impuesto Sobre Sociedades y el Impuesto sobre el Valor Añadido, además de llevar un libro de actas. Los empresarios individuales deberán llevar los libros relacionados con el Impuesto sobre el Valor Añadido y el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas, en función de la actividad que ejerzamos. Pero aunque parezca muy incómodo para el empresario individual el cumplimentar dichos libros, es un instrumento de información y control sobre los resultados económicos y contables, que nos puede llegar a servir de mucho, convirtiéndose en un eficaz instrumento de gestión.

Por tanto, y viendo esta comparativa, extraemos que la SLNE es la forma jurídica que más se ajusta a nuestra idea de negocio, y serán los requisitos de ésta, los que veremos más detallados en el punto 8 del trabajo.

*Imagen 30: Logotipo de PAIT, para la creación de nuevas empresas.*



*Fuente: [www.mityc.es](http://www.mityc.es)*

## **7. PROYECTO DE EMPRESA A IMPLANTAR EN LA ZONA.**

### **7.1. Análisis de las empresas de turismo rural en la comarca.**

Un aspecto primordial a la hora de llevar a cabo la puesta a punto de nuestro proyecto de casa rural, es saber el número de empresas similares a la nuestra que tenemos en nuestro entorno; o lo que es lo mismo contra quien vamos a competir en el mercado de atraer clientes hacia nuestro establecimiento. Es por esto por lo que en este punto citaremos los alojamientos rurales y la oferta de deportes de aventura que se ofrecen en la zona, incidiendo en aquellos que tienen más cosas en común con el nuestro.

#### **7.1.1. Alojamientos.**

Casa Petra: Es una casa de principios del siglo XVII restaurada en estilo rústico, con muebles antiguos y adornos de la época, sin dejar de contar por eso con unas cómodas camas y servicios modernos. Mantiene el encanto de una casa típica del casco antiguo de la villa medieval de Requena, donde podrá disfrutar de la tranquilidad que le proporcionan sus entramados callejones. Cuenta con una cueva subterránea descubierta en la rehabilitación de la vivienda y de un pozo que abastecía de agua a sus propietarios. Como características destacar el baño en la habitación, calefacción, chimenea, cocina, comedor, leña, sala de estar, sauna y televisión en la habitación. Dispone de 5 habitaciones de matrimonio y 1 doble.

La Atalaya: Enclavada en Villargordo, se ofrece la posibilidad de pasar unos días junto a las Hoces del Gabriel, uno de los parajes más bonitos de España. Se puede optar por disfrutar de la tranquilidad que ofrece la comarca y sus alrededores, o realizar deportes de aventura como el rafting o el puenting. La casa está dividida en tres plantas, y tiene 2 habitaciones dobles y 2 individuales. En total, la casa entera tiene capacidad para 12 personas, y hay posibilidad de reservar solo una de las dos plantas. Las cocinas, los baños y las habitaciones están totalmente equipadas con calefacción, televisión, armario, etc.

Casa Isabel: Es una casa rural de nueva construcción, situada en el centro de Requena, que dispone de todas las comodidades, para que el cliente se encuentre como en su propia casa. La casa se alquila completa a grupos de entre 4 y 12 personas. En la casa encontrará el visitante toda la información de Requena y su comarca, y sobre las distintas actividades que se pueden realizar en dicha zona.

Otros alojamientos rurales en la ciudad de Requena son: El cantón del Ángel, Casa Collada, Los Cubillos, y Casa Rocío.

### **7.1.2. Deportes de aventura.**

El tipo de turismo que se practique, va a depender en gran medida de la oferta de actividades complementarias que se nos ofrezcan. Los turistas demandantes del turismo rural se caracterizan por ser en su mayoría gente muy activa.

La comarca de Utiel-Requena es una plataforma con una altitud media de 750 metros. Destacan las Sierras de Bicuerca (Camporrobles y Fuenterrobles), Negrete (Utiel), Juan Navarro (Requena), el Tejo (Chera y Siete Aguas) y el Rubial (Villagordo del Cabriel). La Sierra de la Ceja, pequeña elevación del centro de la Meseta, la divide en dos cuencas hidrográficas: la del Magro al norte y la del Cabriel al Sur. Las aguas del Cabriel, rápidas y encañonadas están reguladas por el embalse de Contreras, frontera con tierras de Cuenca. La Sierra de las Cabrillas al sur del Rebollar representa el paso de entrada a Valencia desde la Meseta. Destacan desde el punto de vista forestal y paisajístico, las anteriormente comentadas Hoces del Cabriel y los montes de Sinarcas. Ambos espacios son excelentes para la práctica del excursionismo y deportes al aire libre.



*Imagen 31: Senderistas de la GR7 a su paso por la comarca.*



*Fuente: [www.ecoturismorural.com](http://www.ecoturismorural.com)*

En la comarca Utiel-Requena pueden identificarse diferentes tipos de actividades recreativas y deportivas entre las que se pueden citar senderismo, cicloturismo de montaña, tirolina, rafting, piragüismo, descenso de barrancos, escalada y rutas en quad entre otros. A continuación explicaremos las principales características de algunos de éstos en la comarca que estudiamos.

### Senderismo en Utiel-Requena.

El senderismo en la comarca se centra en el GR-7, que une Gibraltar y el Peloponeso atravesando la provincia y Comunidad de norte a sur, cruzando nuestra comarca entre otras. Los diferentes senderos nos muestran zonas de interés natural y geológico como en Sinarcas o Chera, siendo posible realizar rutas de montaña con guías especializados. Los bosques de Utiel-Requena ofrecen al senderista una visión diferente de la comarca: barrancos, cumbres, extensiones de pinos y carrascas, zonas de ribera y antiguos molinos, que son sin duda un elemento de atracción para el senderista.

Deportes de riesgo:

Para aquellos turistas que busquen el llamado turismo de aventura, en la comarca, a la altura de las Hoces del Cabriel, encontramos el centro de turismo rural y multiaventura Ven y Volverás.

*Imagen 32: Logotipo del centro de turismo rural y multiaventura Ven y Volverás.*



*Fuente: Ven y volverás.*

En el mismo se podrán practicar diversos circuitos con distintas alturas, longitudes, accesos como redes de abordaje, rampas y rocódromos, unidos por diversos tipos de puentes y diferentes salidas en tirolina, fast rope y rapel.

*Imagen 33: Prácticas de tirolina en las Hoces del Cabriel.*



*Fuente: Ven y volverás.*

También rutas a caballo, campo de Paintball, campo de Tiro con Arco, barranquismo, piragüismo y rafting.

Todas las actividades están dirigidas por monitores e incluyen seguro de responsabilidad civil y de accidentes, equipos y materiales homologados y botiquín de primeros auxilios.

En cuanto a opciones para alojamiento, destacar La Hostería, con 12, 9 y 4 literas, y cabañas con 3 dormitorios dobles y 1 sofá-cama, además de Café-Restaurante.

## **7.2. Impulso para la creación de empresas de Turismo Rural.**

Una vez tomada la decisión de empezar el negocio, y habiendo comprobado mediante un arquitecto colegiado, que realmente el edificio donde queremos llevar a cabo nuestra actividad se puede rehabilitar, es el momento de acudir a las instituciones públicas para poder optar a las subvenciones que se ofertan para poner en marcha los negocios. Estas subvenciones están encaminadas principalmente a la rehabilitación de los inmuebles, y pueden llegar en forma de préstamos sin intereses o ayudas a fondo perdido. Lo más importante es cumplir los requisitos que se piden que por norma general son bastante restrictivos, y suelen variar en función de la Comunidad Autónoma donde se vaya a establecer el negocio.

Los trámites que exigen las comunidades van desde darse de alta como empresa turística en la Consellería de Turismo correspondiente, a la presentación de avales y proyectos, y también se le exigirán una serie de condiciones al alojamiento en cuestión, que serán certificadas siempre por un inspector. La información sobre todos estos trámites se obtiene en la delegación provincial de la Consejería de Turismo de cada Comunidad Autónoma, y será allí también donde podamos informarnos sobre las ayudas.

Los requisitos más comunes que se plantean a la hora de optar por las subvenciones son básicamente los mismos en todas las comunidades, aunque algunas cosas pueden variar.

La casa o casas deben tener una arquitectura tradicional y una antigüedad mínima, y disponer de todos los servicios y acometidas, así como de calefacción. También se pide una capacidad mínima y máxima de plazas, una superficie mínima de las habitaciones y una altura mínima de techos. Por cada 4-6 plazas debe haber un baño completo y todas las habitaciones han de tener ventilación directa al exterior. Las casas han de contar con teléfono, extintor y botiquín, y haber obtenido la certificación adecuada de eliminación de aguas residuales, así como mobiliario apropiado y cocina completa. Y todo esto, sin olvidarnos que en algunos lugares se exige que el propietario esté empadronado en el municipio donde está el alojamiento.

Las ayudas y subvenciones que se facilitan suelen proceder de fondos comunitarios, como los programas PRODER y LEADER, que proporcionan entre el 20 y el 60% de la inversión. Para evitar fraudes, hay establecidos requisitos como una antigüedad mínima en funcionamiento de 2 años para el pago de la ayuda, o un compromiso de mantenimiento de la actividad de entre 5 y 10 años.

### **7.2.1. Ayudas Comunitarias.**

Los programas que cuentan con fondos comunitarios son los denominados Feder, Leader y el Plan Futures. Los dos últimos, gestionados por la Secretaría General de Turismo, se conceden con el fin de desarrollar zonas rurales deprimidas, fomentar la recuperación de costumbres locales y proteger el entorno medioambiental.

Estas ayudas se conceden después de la formación de un programa de acción local, que decide dónde y cómo se va a repartir ese apoyo económico. El Programa Leader, cuya segunda fase se puso en marcha en el año 2000, ha destinado unos 200 millones de euros en subvenciones al turismo rural.

El objetivo es consolidar la economía de estas zonas, y para ello, concede anticipos a los grupos de acción local de cada zona (cooperativas, interlocutores públicos o privados, asociaciones...), una vez que se ha justificado el cumplimiento de los requisitos correspondientes.

Existen 800 proyectos de turismo rural subvencionados por este programa europeo. De ellos, unos 150 son españoles y están repartidos por todas las comunidades. La financiación de cada proyecto suscrito al Programa Leader recibe un 50% de fondos públicos y un 50% de fondos privados. A la hora de conceder una subvención se valoran aquellas instalaciones turísticas y de ocio que respetan el medio ambiente, las actividades de promoción y la revalorización de parajes naturales o construcciones de interés artístico, histórico y cultural.

El Plan Futures subvenciona hasta un máximo del 7'5% de la inversión. Ese porcentaje no podrá superar en ningún caso la cantidad de 150.000 euros. El plan pretende favorecer la competitividad y calidad del sector turístico, así como la transparencia y libre competencia del mercado. Para ello, hace hincapié en la innovación de los proyectos presentados que revaloricen el entorno, el patrimonio histórico o los recursos naturales.

### **7.2.2. Ayudas del Estado.**

La concesión de las subvenciones estatales es defendida por las comunidades autónomas en el Ministerio de Economía y Hacienda, en Madrid.

La región más beneficiada ha sido Extremadura, que hasta septiembre de 2011 ha aprobado siete proyectos relacionados con el turismo, concediendo subvenciones por valor de 4,82 millones en total para unas inversiones estimadas de 23,37 millones de euros. Con ellas, la previsión es que se creen 133 empleos. En este caso, la ayuda cubre el 20,6% del gasto. También en muchas regiones han ampliado casi hasta el 25% la cobertura de la inversión con recursos a fondo perdido.

En Andalucía, una región muy turística, se ha destinado casi la misma subvención (4,59 millones de euros) a cuatro proyectos turísticos que supondrán una inversión total para sus promotores de 43,8 millones. Es decir, una comunidad que es siete veces mayor que la región extremeña ha dedicado los mismos recursos públicos que ésta a su turismo.

En lo que nos repercute a nosotros, en comunidades como la Valenciana, llama la atención que no se haya subvencionado ningún proyecto turístico de carácter rural en 2011. Lo mismo ocurre en Castilla y León, referente del turismo rural, Castilla-La Mancha y Cantabria.

Este hecho no significa que en estas regiones no se hayan concedido ayudas al turismo, ya que es posible que en ninguna de las comunidades citadas anteriormente, no se haya presentado proyecto de turismo rural alguno. Puede ser que se haya concedido ayuda, pero que nadie haya querido acogerse a los requisitos para recibirla.

Las empresas que solicitan estos fondos se han reducido de las 1.267 de 2010, a las 211 de 2011. Este descenso de demanda nos hace pensar que la administración debería rebajar las exigencias técnicas, ya que éste es el principal escollo que encuentran las empresas para ver aceptada su petición.

### **7.2.3. Ayudas de las CC.AA. y provinciales.**

Todas las comunidades ofrecen programas de ayuda que financian proyectos de formas muy variadas. Las subvenciones oscilan desde el 30% de un máximo de 40.000 euros de inversión (en algunas comunidades), a un 75% del coste total en el caso de algunos ayuntamientos, siempre que el proyecto no supere los 600.000 euros.

En el caso de la Comunidad Valenciana, los pasos que hay que seguir son los siguientes:

- Presentación de la solicitud y documentación requerida.
- El órgano competente para la ordenación e instrucción del procedimiento de concesión de la subvención es el Área de Desarrollo del Medio Rural de la Consellería de Agricultura, Pesca y Alimentación.
- Las solicitudes relativas a municipios del Espacio RURALTER, serán evaluadas por la Comisión de Valoración Territorial correspondiente a la zona en que ese municipio esté. Todas las comisiones estarán presididas por la

persona titular de la dirección general competente en materia de desarrollo del medio rural, que contará con voto de calidad en caso de empate. Actuará como suplente la persona titular de la Subsecretaría.

- Recibida la propuesta de resolución, el titular de la Secretaría Autonómica de Agricultura, Pesca y Alimentación, emitirá la correspondiente resolución, con conformidad al artículo 47.3. del TRLHP de la Generalitat Valenciana.

- La resolución de las ayudas será notificada al interesado dentro del plazo de seis meses contados desde la fecha de inicio del plazo de presentación de solicitudes de ayuda. El silencio administrativo tendrá carácter desestimatorio.

- Las subvenciones concedidas se publicarán también en el Diari Oficial de la Comunitat Valenciana, con expresión de la convocatoria, el programa y crédito presupuestario al que se imputan, beneficiario, cantidad concedida y finalidad de la subvención.

#### **7.2.4. Ayudas municipales.**

Para finalizar con el apartado de las ayudas y subvenciones, comentaremos que en la actualidad el Ayuntamiento de Requena no tiene en sus presupuestos una partida destinada al tema que estamos tratando.

Tal y como hemos citado en el apartado 5.2. del TFC, sí que se está llevando a cabo un Plan de Dinamización del Turismo Rural en la localidad, pero no existen ayudas municipales para la construcción de alojamientos o pensiones rurales.

#### **7.3. Idea inicial de la empresa de alojamiento rural “Villa Bienestar”.**

En este punto vamos a llevar a cabo la descripción minuciosa de la empresa a desarrollar, la cual pertenece al sector terciario, más concretamente a lo que conocemos como Turismo Rural.

Si atendemos a la Clasificación Nacional de Actividades Económicas (CNAE), podríamos clasificar esta actividad de la siguiente forma:

- *“5: Transporte y logística, turismo y entretenimiento”.*
- *“55: Hostelería”.*
- *“551: Hoteles”.*
- *“5512: Hoteles, moteles, hostales y pensiones sin restaurante”.*

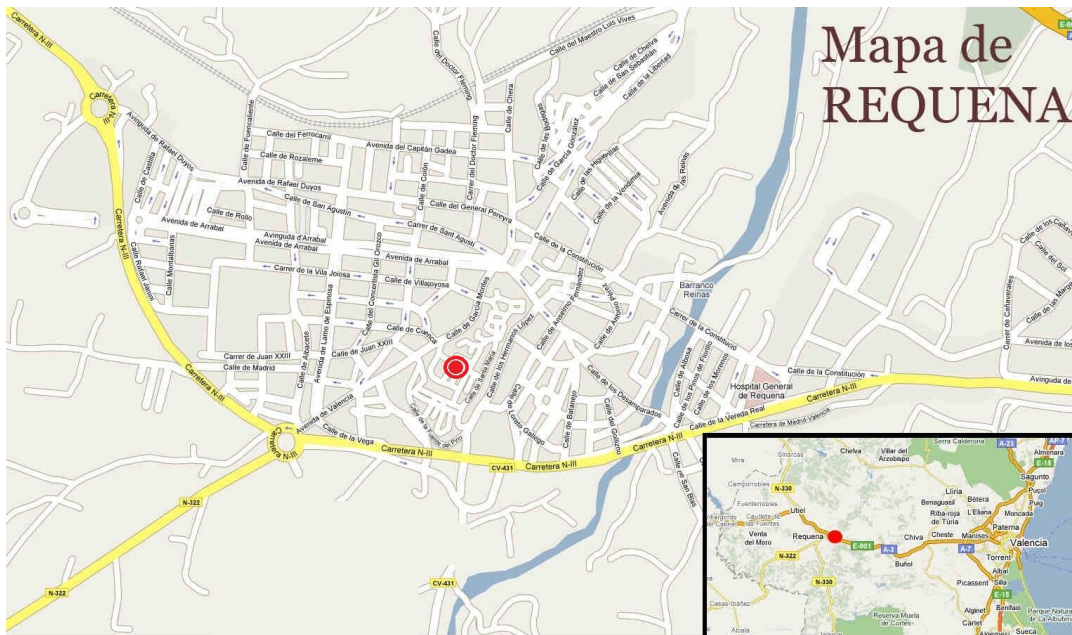
El objeto social de esta empresa es el desarrollo de actividades relacionadas con el Turismo Rural. En un primer momento, es decir, durante sus primeros años de vida se centrará en la oferta de unas instalaciones ubicadas en un entorno rural para el disfrute de los clientes allí alojados. Aunque se ha de considerar que dichos clientes no solo podrán disfrutar de las instalaciones sino que también cuenta con una situación privilegiada para disfrutar del entorno y las costumbres de la zona.

Con el paso del tiempo, y en función de los resultados obtenidos durante los primeros años de vida, se prevé aumentar dicha oferta con la oportunidad de realizar otras actividades de ocio y deportivas como senderismo, descenso de cañones, paseos a caballo, rutas en quads, etc. Esta ampliación estará, como ya hemos dicho, condicionada en todo momento a los resultados obtenidos los primeros años y las expectativas futuras que tenga la empresa. Si no pudiésemos llevar a cabo la oferta de dichas actividades por nuestra cuenta, nos plantearíamos la posibilidad de hacer algún tipo de convenio con empresas de la comarca que lo oferten, y subcontratar estos servicios.

La empresa de Turismo Rural, es decir, la casa que se va a habilitar para llevar a cabo la actividad, está ubicada en la comarca valenciana de Utiel-Requena, dentro de lo que corresponde al término municipal de Requena, el núcleo más popular y que más opciones de ocio aglutina de toda la zona. También goza de excelentes comunicaciones con la capital valenciana y existen previsiones a medio plazo de expansión de la ciudad.



Imagen 34: Plano de la ciudad de Requena.



Fuente: www.requena.es.

Si observamos el plano anterior podemos ver la ubicación exacta de la casa rural, situada en el círculo. Vemos que se encuentra cerca del centro de la población, lo que facilita notablemente el acceso a la misma. También hay que destacar que está situada en el casco antiguo de la ciudad de Requena, existiendo la posibilidad de las visitas a cuevas subterráneas, y divisar varias construcciones de época medieval casi por accidente.

Imagen 35: Vista de la Alcazaba o Castillo de Requena.



Fuente: www.requena.es.

En la siguiente imagen podemos ver la fachada central del inmueble que somos propietarios, y que vamos a transformar en nuestro alojamiento rural mediante las obras citadas con anterioridad.

*Imagen 36: Fachada central del inmueble a reformar.*



*Fuente: Elaboración Propia.*

La casa, con una superficie construida de 200 metros cuadrados, constará de cinco habitaciones, todas ellas dobles, un salón central, dos baños totalmente habilitados, una cocina completa y una zona exterior de 20 metros cuadrados.

En la fachada central aparecerá sobre la puerta principal en cristal mate, el logotipo o imagen corporativa de nuestra empresa.

*Imagen 37: Logotipo de Villa Bienestar SLNE.*



*Fuente: Elaboración propia.*

La zona en la que está ubicada la casa es conocida como el Barrio de La Villa, lugar de interés paisajístico donde se pueden contemplar la mayoría de construcciones del punto 5.3.1. del proyecto, siendo La Villa el máximo exponente de la riqueza monumental de Requena.

## **8. DISTINTOS ASPECTOS DE NUESTRA EMPRESA.**

### **8.1. Requisitos legales.**

Los aspectos legales que tenemos que tener en cuenta para la creación de Villa Bienestar, nuestra casa Rural, están reflejados en el Decreto 188/2005, de 2 de diciembre, del Consejo regulador del Alojamiento Turístico Rural en el Interior de la Comunidad Valenciana (DOG núm. 5150 de 07.12.2005).

A continuación citaremos los artículos en los que aparece algún aspecto que nos afecte en cualquier circunstancia de cara a la puesta en marcha de la empresa:

#### “Artículo 5. Casas rurales.

*Se entiende por alojamiento en casas rurales el ofrecido mediante precio y de forma habitual en viviendas, ocupadas o no por sus propietarios o usuarios, que cumplan los requisitos establecidos por el presente Decreto.*

#### Artículo 11. Requisitos generales.

*Para desarrollar la actividad de alojamiento turístico de interior, los establecimientos deberán disponer como mínimo de:*

- a) Abastecimiento de agua y suministro de energía garantizados.*
- b) Suministro de agua apta para el consumo humano.*
- c) Sistemas autorizados de eliminación de residuos sólidos y de aguas residuales.*

- d) Disponibilidad de comunicación telefónica, cuando no se encuentre en el propio local.*
- e) Equipo sanitario de primeros auxilios.*
- f) Medidas de prevención y extinción de incendios conforme a lo establecido en la NBE CPI-96.*
- g) Información sobre servicios de farmacia, entidades financieras y recursos turísticos de la zona en que se encuentren ubicados.*
- h) Calefacción en habitaciones, cuartos de baño y zonas de uso común.*

#### *Artículo 12. Edificaciones.*

*Los edificios donde se ubiquen los establecimientos de alojamiento turístico rural deberán presentar un buen estado de conservación, tanto en los elementos externos como internos. No se encontrarán situados dentro del espacio que delimita la línea de edificación de las carreteras que formen parte de la red de carreteras del Estado, ni de las que integren la red básica de la Comunidad Valenciana.*

#### *Artículo 13. Salones, comedores y mobiliario.*

*1. Las superficies destinadas a salones y comedores guardarán relación con la capacidad del establecimiento, de forma que se garantice a los usuarios una estancia confortable. En todo caso, se garantizará una superficie mínima que en ningún caso sea inferior a 14 m<sup>2</sup>.*

*2. El mobiliario estará en perfecto estado de uso y conservación y, como mínimo, garantizará un número de asientos equivalente al número de plazas del establecimiento.*

#### *Artículo 14. Otras dependencias.*

*Las cocinas y baños tendrán ventilación directa o forzada para la renovación de aire. Las habitaciones y demás dependencias de uso común dispondrán de ventilación directa al exterior o a patios no cubiertos. Las*

*habitaciones estarán dotadas del aislamiento necesario para preservarlas de ruidos e impedir el paso de luz a voluntad del cliente.*

#### *Artículo 18. Requisitos generales.*

*1. Las casas rurales, para obtener la correspondiente declaración como alojamiento turístico rural, deberán estar dotadas, como mínimo, de las siguientes instalaciones:*

*a) Agua caliente en cocina y cuarto de baño.*

*b) Puntos y tomas de luz en todas las habitaciones y zonas de uso común.*

*c) Un cuarto de baño completo, con bañera o ducha, para cada seis plazas, incluidos los usuarios de la vivienda. Dos cuartos de baño hasta doce plazas y tres cuando la capacidad exceda de doce plazas. En el cómputo se descontarán los cuartos de baño incorporados a las habitaciones y el número de plazas de éstas.*

*d) Las especialidades “masía”, “alquería”, “riurau” y “casa de pueblo” dispondrán de salón-comedor independiente de la cocina, que será otra estancia distinta.*

*2. Las casas rurales podrán tener una capacidad máxima de hasta 16 plazas, incluidas las camas supletorias. Éstas sólo se autorizarán en dormitorios que superen el 25 por ciento de la superficie mínima exigida. Previa petición del cliente y excepcionalmente, el titular del establecimiento podrá instalar camas supletorias en dormitorios que no cumplan la citada condición en viviendas de uso compartido.*

*3. En ningún caso podrán instalarse camas supletorias o sofás-camas en el comedor, en el salón, en el salón-comedor, u otras estancias análogas.*

#### *Artículo 19. Requisitos específicos.*

*Las casas rurales dispondrán, además de los requisitos a que se refiere el artículo anterior, de los siguientes requisitos específicos:*

<u>I. Servicios generales</u>	<i>Estándar</i>	<i>Superior</i>
1. Información sobre recursos turísticos	Sí	Sí
2. Cajas fuertes individuales	-	Sí
3. Aire acond. o climatización en todo el alojamiento	-	Sí

II. Zona de clientes

<i>I. Habitaciones:</i>	<i>Estándar</i>	<i>Superior</i>
<i>- a) Superficies (no incluidos cuartos de baño):</i>		
1. Dobles	12 m <sup>2</sup>	15 m <sup>2</sup>
2. Individuales	8 m <sup>2</sup>	10 m <sup>2</sup>
<i>- b) Dotación:</i>		
1. Camas (*)	Sí	Sí
2. Papelera	Sí	Sí
3. Televisión color	-	Sí
4. Mesitas noche	Sí	Sí
5. Sillas	Sí	2
6. Armario con puertas	Sí	Sí
7. Perchas	Sí	Sí
8. Punto de luz junto a las camas	Sí	Sí
9. Espejo	Sí	Sí

*(\*) Como mínimo de 1,35 x 1,80 en caso de ser dobles, y 90 x 1,80 si son individuales. El colchón será de muelles o similar. En categoría superior dispondrán de canapé o similar.*

<i>II. Servicios higiénico-sanitarios:</i>	<i>Estándar</i>	<i>Superior</i>
<i>- a) Superficies:</i>		
<i>1. Incorporados a habitaciones</i>	<i>3,5 m<sup>2</sup></i>	<i>4,5 m<sup>2</sup></i>
<i>2. En resto del alojamiento</i>	<i>4,5 m<sup>2</sup></i>	<i>5,5 m<sup>2</sup></i>
<i>- b) Dotación:</i>		
<i>1. Lavabo</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>2. Bañera o ducha</i>	<i>&gt; 90</i>	<i>&gt;1,60</i>
<i>3. Bidé</i>	<i>-</i>	<i>Sí</i>
<i>4. Inodoro</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>5. Espejo</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>6. Toma de corriente junto lavabo</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>7. Toallero</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>8. Perchero</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>9. Secador de pelo</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>10. Cubo higiénico</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>11. Banqueta</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>12. Repisa para objetos de tocador o similar</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>III. Cocina:</i>	<i>Estándar</i>	<i>Superior</i>
<i>- a) Superficies:</i>	<i>5 m<sup>2</sup></i>	<i>8 m<sup>2</sup></i>
<i>- b) Dotación:</i>		
<i>1. Cocina (mínimo 3 fuegos)</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>
<i>2. Horno</i>	<i>Sí</i>	<i>Sí</i>

3. Frigorífico con congelador	Sí	Sí
4. Plancha	Sí	Sí
5. Extractor de humos	Sí	Sí
6. Lavadora	Sí	Sí
7. Batidora y cafetera	Sí	Sí
8. Lavavajillas	-	Sí
9. Microondas	-	Sí

#### Artículo 20. Alojamiento compartido

*La modalidad de alojamiento compartido reunirá las siguientes particularidades:*

- a) Se podrá incluir, con carácter obligatorio para el cliente, el servicio de pensión alimenticia completa, media pensión o desayuno.*
- b) Cuando al cliente no se le facilite toda o parte de la pensión alimenticia, se facilitará el uso de la cocina, menaje y nevera con congelador y horno. Se realizará diariamente la limpieza de habitaciones y cuartos de baño.*
- c) El servicio de toallas y ropa de cama se cambiará con la entrada de nuevos clientes o cada 3 días.*
- d) Se prestará el servicio de lavado y planchado de ropa, o se facilitarán plancha y lavadora para el uso de los clientes.*

#### Artículo 21. Alojamiento no compartido

*La modalidad de alojamiento no compartido reunirá las siguientes particularidades:*

- a) Se dispondrá de mobiliario, enseres, menaje y vajilla en buen estado de conservación y utilización.*



*b) Se proporcionará a los clientes doble servicio de toallas y ropa de cama, excepto para estancias no superiores a tres días, así como combustible suficiente para cocina, calentador y calefacción”.*

## **8.2. Requisitos contables.**

La contabilidad utilizada en la Sociedad Limitada Nueva Empresa se encuentra definida en el Real Decreto 296/2004, de 20 de febrero, por el que se aprueba el régimen simplificado de la contabilidad.

Éste sistema simplificado de contabilidad, cumple con el fin de facilitar la gestión de la Sociedad Nueva Empresa. Se contempla la posibilidad de aplicar un sistema simplificado de contabilidad de forma que, a través de un único registro contable, se permita el cumplimiento de las obligaciones que el ordenamiento jurídico impone en materia contable y fiscal.

Para la consecución de este objetivo se prevé la posibilidad de aplicar un sistema simplificado de llevanza de contabilidad, y un modelo simplificado de presentación de las cuentas anuales.

### **8.2.1. Régimen simplificado de contabilidad.**

Este régimen simplificado de la contabilidad podrá ser utilizado por todos los sujetos contables que, debiendo llevar la contabilidad ajustada al Código de Comercio, reúnan durante dos ejercicios consecutivos, a la fecha del cierre, al menos dos de las siguientes circunstancias:

- Que el total de las partidas de activo no supere el millón de euros.
- Que el importe neto de su cifra anual de negocios sea inferior a dos millones de euros.
- Que el número medio de trabajadores empleados durante el ejercicio, no sea superior a diez.

Adicionalmente, para poder utilizar este sistema de contabilidad, las empresas deberán cumplir entre otros requisitos el de que el capital no esté constituido por varias clases de acciones o participaciones, no ser socio colectivo de otra, no pertenezca a un grupo de empresas, no realice operaciones de arrendamiento financiero de terrenos o solares u otros activos no amortizables o no sean entidades sometidas a la supervisión del sistema financiero.

En cualquier caso, las empresas que realicen operaciones que no se contemplen en este esquema deberán aplicar el Plan General de Contabilidad.

Los empresarios que se decidan a aplicar este sistema tendrán la posibilidad de elaborar un Libro Diario, basado en un sistema columnar que a su vez, les va permitir obtener, por la suma de sus columnas las principales masas patrimoniales, y por diferencia entre ingresos y gastos el resultado del ejercicio, evitando tener que llevar aparte un Libro Mayor.

Deberán abrirse cuantas columnas sean necesarias para proporcionar el oportuno y adecuado detalle de las partidas incluidas en las cuentas anuales, al objeto de que la contabilidad refleje una imagen fiel de la empresa.

Por otra parte, con el objetivo de facilitar el cumplimiento de las obligaciones fiscales derivadas del impuesto sobre el Valor Añadido, se deberán abrir dos cuadros adicionales, uno para informar sobre las operaciones realizadas relativas a bienes de inversión y otro para informar de las operaciones intracomunitarias realizadas. No obstante aquellos que tributen en los regímenes especiales deberán atenerse al Reglamento del Impuesto sobre el Valor Añadido y al Reglamento de Impuestos Especiales.

Una de las novedades más significativas de este sistema de llevanza de contabilidad es la posibilidad de que los usuarios de arrendamiento financiero (leasing) o similares puedan contabilizar las cuotas devengadas en el ejercicio como gasto en la cuenta de pérdidas y ganancias, simplificando de manera significativa el método normal de contabilización de estas operaciones. En su caso, en el momento de ejecutar la opción de compra se registrará el bien en el activo con arreglo al principio de adquisición.

### **8.2.2. Cuentas anuales simplificadas.**

El segundo elemento de este nuevo sistema de contabilidad es el modelo simplificado de cuentas cuyo objetivo es facilitar el cumplimiento de las obligaciones de información a terceros, como por ejemplo al Registro Mercantil, sobre la situación de la empresa.

El modelo de las cuentas anuales simplificadas comprende solamente el balance, la cuenta de pérdidas y ganancias, y la memoria; y deberán redactarse con claridad mostrando la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la entidad. Además, deberá añadirse cualquier información no incluida en el modelo de memoria simplificada que sea necesaria para la comprensión de las cuentas anuales.

En lo principal, este sistema contable no difiere, por el hecho de ser una Sociedad Limitada Nueva Empresa, del que utiliza una Sociedad Limitada que cumpla los criterios para la utilización de la contabilidad y cuentas simplificadas.

### **8.3. Requisitos fiscales.**

Toda actividad empresarial está sujeta a diferentes tributos (tasas, contribuciones especiales e impuestos), que tienen gran relevancia a la hora de escoger una determinada forma jurídica para crear una empresa. Tanto los costes que puedan suponer los impuestos en sí mismos, como las obligaciones formales a las que la empresa estará sujeta por acogerse a uno u otro régimen fiscal, pueden tener una influencia notable en la rentabilidad obtenida, y llegar a significar un freno o una motivación adicional para iniciar y consolidar las actividades de turismo rural en nuestro país.

Por ello en este punto del trabajo es necesario analizar los impuestos principales que afectan a la actividad de Turismo Rural. Estos son el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA), y el impuesto que grava los beneficios de la actividad, el Impuesto de Sociedades (IS), ya que estamos hablando de una sociedad. En caso de que la forma jurídica que hubiésemos elegido fuera la de un empresario individual o

sociedad civil, el impuesto que gravaría los beneficios de la actividad sería el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF).

A continuación citaremos las principales características fiscales de la Sociedad Limitada Nueva Empresa:

- Aplazamiento sin aportación de garantías del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos documentados (ITP/AJD), por la modalidad de operaciones societarias, derivada de la constitución de la Sociedad durante el plazo de un año desde su constitución.
- Aplazamiento sin aportación de garantías, de las deudas tributarias del Impuesto sobre Sociedades correspondientes a los dos primeros periodos impositivos concluidos desde su constitución.
- No obligación de efectuar pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades, a cuenta de las liquidaciones correspondientes a los dos primeros periodos impositivos desde su constitución.
- Cuenta ahorro-empresa cuyos fondos deben destinarse a la constitución de una empresa, con una duración mínima de dos años con, al menos, un local y un empleado con la forma jurídica de SLNE, y cuyo régimen fiscal es similar al de la cuenta ahorro vivienda (devolución en el IRPF del 15% del importe depositado en la cuenta con el límite de 9015,18 euros anuales durante un plazo máximo de 4 años).

### **8.3.1. El Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.**

El Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados (ITP y AJD) es un tributo que grava las transmisiones patrimoniales onerosas, las operaciones societarias, y los actos jurídicos documentados.

La empresa con forma societaria (no para empresarios individuales autónomos) por el mero hecho de constituirse se encuentra sujeta al pago de

este impuesto, y lo tendrá que hacer dentro de los 30 días hábiles siguientes al otorgamiento de la escritura de constitución.

El tipo de gravamen a aplicar será del 1% del capital social, salvo para las sociedades laborales y cooperativas que gozan de bonificaciones y exenciones.

En la constitución de una SLNE se puede realizar la petición de aplazamiento del ITP y AJD (Aplazamiento durante un año desde su constitución sin aportación de garantías por la modalidad de operaciones societarias), o en su caso la liquidación telemática o presencialmente del Impuesto.

La tramitación se realiza a través de las oficinas de recaudación de las Comunidades Autónomas, ya que se trata de un impuesto transferido, o a través de la compra de documento donde va incluido el impuesto, caso de las letras de cambio o los contratos oficiales de arrendamiento, o liquidándolo directamente a través de los honorarios de los notarios.

### **8.3.2. El Impuesto de Actividades Económicas.**

El IAE es el Impuesto de Actividades Económicas, es de carácter municipal, y viene a gravar el mero ejercicio de una actividad económica. Para entenderlo mejor es conveniente conocer la definición de actividad económica que ofrece Hacienda, contenida en el artículo 80.1 de la Ley 39/1988, de 28 de Diciembre, Reguladora de las Haciendas Locales, que dice lo siguiente:

*“...se considera que una actividad se ejerce con carácter empresarial, profesional o artístico, cuando suponga la ordenación por cuenta propia de medios de producción y de recursos humanos, o de uno de ambos, con la finalidad de intervenir en la producción o distribución de bienes o servicios”.*

En el caso de nuestra empresa, la administración tributaria establece que los servicios prestados junto al alojamiento deben ser considerados, respecto de este impuesto, como actividades independientes. Por tanto, los

servicios de alojamiento dentro de la iniciativa de fomento del turismo rural, deben tributar por el epígrafe 685 de la sección 1 del IAE: “Alojamientos turísticos extrahoteleros”. Asimismo podrán prestar servicios complementarios consistentes en proporcionar actividades de ocio y tiempo libre, tales como senderismo, buceo, vela, tenis, etc., aunque siempre que estos se exploten directamente por los titulares de la actividad de alojamiento y se destinen a uso exclusivo de sus clientes. Si las actividades consistentes en la organización de recorridos guiados por la naturaleza, excursiones deportivas, culturales y recreativas pasan de ser accesorias al alojamiento a convertirse en actividad principal, se clasificarían dentro del grupo 755 de la sección 1 de las tarifas “Agencias de viajes”.

Sin embargo, en el caso de que su actividad se circunscriba al hospedaje en hostales, hoteles, moteles, etc., le serán de aplicación, según el caso, los epígrafes 681, 682 y 683 que podemos ver en la tabla 4.

*Tabla 04: Epígrafes de IAE*

681	Servicios de hospedaje en hoteles y moteles de 1 ó 2 estrellas
682	Servicios de hospedaje en hostales y pensiones
683	Servicios de hospedaje en fondas y casas de huéspedes
685	Alojamientos turísticos extrahoteleros
755	Agencias de viajes

*Fuente: Elaboración propia.*

Sin embargo, debe tenerse presente que tras la reforma practicada en este impuesto a través de la Ley 51/2002, están exentos del mismo, los empresarios que inicien su actividad en el territorio español durante los dos primeros años, las personas físicas en general y también los que teniendo un importe neto de la cifra de negocio inferior a un millón de euros en el ejercicio anterior sean sujetos pasivos del Impuesto sobre Sociedades, Comunidades de

Bienes o entidades del artículo 33 de la Ley General Tributaria. La exención se refiere únicamente al pago del impuesto por lo que no se libera a aquellos que realicen actividades económicas de sus obligaciones formales.

De esta forma, los empresarios siempre estarán obligados a presentar declaraciones censales de alta a través de las cuales comunican a la Administración todos los datos necesarios para incluirlos en la Matrícula del Impuesto y deberán comunicar así mismo el epígrafe del IAE en el que se incluyen.

### **8.3.3. El Impuesto sobre Sociedades.**

El Impuesto sobre Sociedades es un impuesto de carácter directo y naturaleza personal que grava la renta de las sociedades y demás entidades jurídicas no sometidas al impuesto sobre la renta de las personas físicas, así como las entidades sin personalidad jurídica cuando así lo determine su legislación específica.

A través de este impuesto se grava la renta obtenida por la sociedad, dentro del periodo impositivo que normalmente coincidirá con el año natural aunque puede fijarse otro en los estatutos siempre que no exceda de doce meses, entendiéndose por renta los rendimientos obtenidos una vez deducidos los gastos de las actividades económicas desarrolladas por la sociedad y los posibles incrementos de su patrimonio.

En general, están sujetas aquellas personas jurídicas reguladas por el Código de Comercio y se excluyen aquellas que efectúen actividades contempladas en el Código Civil (agricultura, artesanía...), con algunas excepciones como las Sociedades Agrarias de Transformación.

La SLNE, como cualquier otra sociedad, está sometida al Impuesto sobre Sociedades (IS). Éste es un impuesto de carácter proporcional que grava el beneficio obtenido a un tipo constante con independencia del montante del beneficio. En la actualidad, el tipo de gravamen general es del 30% pero si la empresa factura menos de 10 millones de euros, se contemplan dos tramos,

hasta 120.202,42 euros de beneficio, se tributa por el 25% y el resto de beneficios por el 30%.

La Administración Tributaria podrá conceder el aplazamiento de las deudas tributarias del Impuesto sobre Sociedades correspondientes a los dos primeros periodos impositivos concluidos desde su constitución. El ingreso de las deudas del primer y segundo periodos deberá realizarse a los doce y seis meses respectivamente, desde la finalización de los plazos para presentar la declaración-liquidación correspondiente a cada uno de dichos periodos.

#### **8.3.4. El Impuesto sobre el Valor Añadido.**

El IVA está regulado en la Ley 37/1992 de 26 de diciembre y por el Real Decreto 1624/1992 de 29 de diciembre que aprueba el Reglamento que lo desarrolla.

El IVA es un impuesto que recae sobre el consumidor final de un producto o servicio, y por tanto, neutral para los intermediarios de la cadena de producción-comercialización. Los empresarios son los responsables de la gestión de dicho impuesto a su paso por el eslabón de la cadena en el que se encuentra, tanto de las cuotas recaudadas a través de sus ventas (IVA devengado), como de las soportadas en sus compras (IVA deducible), mediante la aplicación del Régimen General desarrollado por la Ley. Asimismo se establecen una serie de regímenes especiales que se justifican con el objetivo de simplificar en lo posible el Régimen General:

- Régimen Simplificado.
- Régimen Especial de Recargo de Equivalencia.
- Régimen Especial de Agricultura, Ganadería y Pesca.
- Régimen Especial de las Agencias de Viajes.
- Régimen Especial de bienes usados, objetos de arte y antigüedades.
- Régimen Especial aplicable a servicios prestados por vía electrónica.



El Régimen General se aplicará ya por renuncia a los regímenes especiales, ya por no reunir las condiciones de aplicación de los mismos o por realizar actividades excluidas.

En cambio, los regímenes especiales son forzosos salvo renuncia, por lo que cuando se reúnan las condiciones señaladas en la normativa para acogerse a uno de ellos, se está sometido automáticamente al mencionado régimen, salvo que se renuncie expresamente. Todos los Regímenes Especiales son voluntarios (se puede renunciar a ellos) excepto el del Recargo de Equivalencia, Agencias de Viajes y operaciones con oro de inversión.

Los Regímenes Especiales del IVA están asociados a la estimación objetiva del IRPF, en el sentido que si en nuestras actividades nos acogemos al REAGP o al régimen simplificado del IVA, forzosamente tendremos que tributar en el IRPF en estimación objetiva; al igual que si se tributa en el IVA a través del régimen general, se nos obliga a calcular el IRPF en estimación directa.

Se utilizará el Régimen Simplificado del IVA para facilitar la gestión del impuesto, en caso de que se cumplan las siguientes condiciones:

- a) Que sean personas físicas o entidades en atribución de rentas integradas por personas físicas.
- b) Que realice cualquiera de las actividades incluidas en la Orden Ministerial que lo desarrolla para cada año, y siempre que no supere los límites siguientes:
  - Volumen de ingresos: 450.000 euros en general, salvo actividades agrarias, donde el límite se reduce a 300.000 euros.
  - Volumen de compras: 300.000 euros.
- c) Que no haya renunciado al mismo, ni a Estimación Objetiva del IRPF.
- d) Que ninguna de las actividades del sujeto pasivo se encuentre en Estimación Directa del IRPF o en alguno de los regímenes incompatibles del IVA.

En nuestro caso, nos encontramos ante una Sociedad Limitada de Nueva Empresa que tributará bajo el Régimen General del IVA, ya que estamos hablando de una sociedad mercantil, y no de una persona física.

En el IVA el tipo general es el 18%, y se aplica a todas las actividades que no vayan al tipo reducido del 8%, o al superreducido del 4%. Podemos citar las principales. El tipo reducido del 8% se aplica a:

- Sustancias y elementos relacionados con la nutrición animal y humana, excepto bebidas alcohólicas y refrescos.
- Medicamentos para uso animal.
- Aparatos y complementos para el diagnóstico o alivio de enfermedades humanas o animales.
- Edificios y viviendas.
- Flores y plantas vivas.
- Transporte de viajeros.
- Servicios de hostelería.
- Entradas a teatros, circos, conciertos, cine, etc.
- Servicios funerarios.
- Asistencia sanitaria dental y curas termales.
- Servicios de peluquería.

El tipo superreducido del 4% se aplica a ciertos bienes y servicios calificados como de primera necesidad:

- Entregas de pan, leche, huevos, quesos, verduras, frutas, hortalizas y tubérculos naturales, que no hayan sido modificados.
- Libros, periódicos y revistas.

- Medicamentos de uso humano.
- Viviendas de Protección Oficial.

Por lo tanto el tipo aplicable en la actividad a desarrollar en este proyecto sería del 8%, ya que corresponde a servicios de hostelería.

Para poder deducirse el IVA soportado del IVA repercutido, es necesario ser empresario o profesional y haber soportado el IVA en la adquisición de bienes y servicios necesarios para la actividad que se desarrolla. Si los bienes no son necesarios para la actividad en cuestión, no podemos deducir el IVA de esos bienes.

A efectos de la deducción, hay que distinguir entre dos tipos de bienes: de inversión y corrientes. Los bienes de inversión son aquellos que pueden utilizarse como instrumentos de trabajo por más de un año (por ejemplo la maquinaria). Los corrientes serían aquellos como las existencias o los bienes destinados a la reventa.

En el caso del IVA soportado en servicios y en la adquisición de otros bienes, la deducción del IVA soportado está limitada al uso exclusivo del bien o servicio en la actividad en cuestión. Es decir, si se usa parcialmente en la actividad económica y parcialmente de forma privada, no puede deducirse.

La Ley prohíbe la deducción del IVA en determinados casos, como los alimentos y espectáculos de carácter recreativo, joyas y alhajas y las atenciones a clientes o proveedores. Es necesario también poseer factura que acredite la cuantía del IVA soportado.

La deducción se obtiene restando el IVA soportado del IVA que nos han cobrado e ingresando la diferencia o solicitando su compensación si hemos pagado de más, en Hacienda al presentar el modelo 303.

Si el empresario solo realiza operaciones con derecho a deducción, no hay problemas y puede deducirse todo el IVA soportado. Sin embargo, si realiza también actividades sin derecho a deducción, no puede deducírsele todo. En este caso, se aplica la regla de prorrata, por la que se deduce solo el

resultado de aplicar un porcentaje a todo el IVA soportado. Ese porcentaje es el resultado de dividir el IVA soportado en operaciones con derecho a deducción entre el importe de todas las operaciones, y multiplicar por 100 redondeando a la unidad superior.

No deberemos olvidar las obligaciones formales de los empresarios sujetos al Régimen General del IVA. La primera obligación de los empresarios sujetos al IVA es la de expedir facturas de todas sus operaciones e identificar debidamente a sus destinatarios, así como conservar las facturas que reciban de sus proveedores. Así como llevar los siguientes libros:

- Libro Registro de facturas emitidas.
- Libro Registro de facturas recibidas.
- Libro Registro de bienes de inversión.
- Libro Registro de operaciones intracomunitarias.

También están obligados a presentar el modelo 303 los días 20 de abril, julio y octubre y el 30 de enero de cada año. En él, realizarán los pagos fraccionados sobre el periodo total del año. Si da una cantidad a pagar, deberá ingresarse. Si en cambio, da una cantidad negativa, no se obtiene su devolución inmediatamente sino que se guarda para compensarse con el trimestre siguiente (a no ser que nos acojamos a la devolución mensual, previo cumplimiento de una serie de requisitos).

La devolución se obtiene si a lo largo del año se pagó más IVA del que se cobró, y queda reflejado en el modelo del IVA presentado el último trimestre del año. A esta fecha también se ha de presentar el resumen anual del IVA, modelo 390.

### **8.3.5. El Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas.**

El impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas grava los ingresos de los ciudadanos, por tanto, no es un impuesto que recaiga sobre ninguna

entidad con personalidad jurídica. Sin embargo, en la medida en que desde nuestra entidad se satisfagan rentas de trabajo, honorarios profesionales, becas, etc., deberemos retener parte de esas rentas e ingresarlas en la Hacienda Pública, periódicamente, tal y como se explica en los apartados siguientes:

En el Artículo 72 del Real Decreto Legislativo 3/2004 del 5 de Marzo por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley del IRPF, se dice textualmente:

1. Las personas o entidades contempladas en el artículo 74 de este Reglamento que satisfagan o abonen las rentas previstas en el artículo 73, estarán obligadas a retener e ingresar en el Tesoro, en concepto de pago a cuenta del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas correspondiente al percceptor, de acuerdo con las normas de este Reglamento. Igualmente existirá obligación de retener en las operaciones de transmisión de activos financieros y de transmisión o reembolso de acciones o participaciones de instituciones de inversión colectiva, en las condiciones establecidas en este Reglamento.

2. Cuando las mencionadas rentas se satisfagan o abonen en especie, las personas o entidades mencionadas en el apartado anterior estarán obligadas a efectuar un ingreso a cuenta, en concepto de pago a cuenta del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas correspondiente al percceptor, de acuerdo con las normas de este Reglamento.

3. A efectos de lo previsto en este Reglamento, las referencias al retenedor se entenderán efectuadas igualmente al obligado a efectuar ingresos a cuenta, cuando se trate de la regulación conjunta de ambos pagos a cuenta.

Las sociedades mercantiles y por lo tanto las SLNE como la nuestra, en el caso de tener empleados o colaboradores profesionales, deben practicar trimestralmente las correspondientes retenciones del Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) a la Agencia Española de la Administración Tributaria (AEAT).

A las SLNE, previa solicitud, se les permite aplazar o fraccionar las retenciones a cuenta del IRPF que se devenguen durante el primer año desde

la constitución. Pero las cantidades aplazadas o fraccionadas devengarán intereses de demora y su concesión es potestativa.

#### **8.4. Documentos necesarios para la autorización.**

Remitiéndonos al artículo 22 del decreto mencionado en el apartado 8.1 de nuestro proyecto, la solicitud de autorización de casa rural e inscripción en el Registro General de Empresas, Establecimientos y Profesiones Turísticas de la Comunidad Valenciana, cumplimentada en modelo normalizado, se dirigirá al Servicio Territorial de Turismo de la provincia donde se ubique el establecimiento, órgano competente para la ordenación e instrucción del procedimiento, acompañada de la siguiente documentación:

- a) Acreditación de la personalidad física o jurídica del titular de la explotación.
- b) Acreditación de la disponibilidad del inmueble para su uso como alojamiento turístico en casa rural.
- c) Certificado del Ayuntamiento relativo a las siguientes materias:
  - Garantías de funcionamiento del abastecimiento de agua y suministro de energía.
  - Calidad del agua para el consumo humano.
  - Efectividad de los sistemas de eliminación de residuos sólidos y evacuación de vertidos.
- d) Cédula de habitabilidad de la vivienda, o certificación de técnico municipal sobre el cumplimiento de las normas de habitabilidad y diseño de viviendas.
- e) Cuando proceda, por encontrarse el establecimiento sito en suelo no urbanizable común, la declaración de interés comunitario que atribuya el correspondiente uso y aprovechamiento turístico.
- f) En el caso de solicitarse la especialidad de “masía”, “alquería” o “riurau”, documentación que las identifique como tales.

g) Para obtener la especialidad “casa de pueblo”, se requerirá certificación municipal acerca de la conservación o rehabilitación de la vivienda de conformidad con la arquitectura y materiales tradicionales de la zona donde se ubique.

h) Documento en el que conste el cumplimiento de las medidas de seguridad y, en especial, la normativa vigente en materia de protección contra incendios, NBE-CPI 96.

En cuanto a los trámites de constitución específicos de nuestra forma jurídica, la mayoría de éstos podrán realizarlos de forma gratuita a través del Servicio de Ventanilla Única Empresarial, en la Cámara de Comercio.

A continuación, en la tabla 5, podemos ver un resumen que nos muestra el ahorro de tiempo que supone la creación de una SLNE frente a una Sociedad Limitada:

*Tabla 05: Comparativa del tiempo de constitución de la sociedad.*

Tipo	Registro nombre	Ingreso de cap. social	Firma escritura	Total
SLNE	1 día	0 a 4 días	1 a 2 días	2 a 7 días
SL	4 a 6 días	0 a 4 días	1 a 3 días	5 a 13 días

*Fuente: Elaboración propia.*

Observamos como la SLNE requiere de menos tiempo para su constitución. Concretamente, para este tipo de sociedad existen dos métodos de tramitación, la presencial y la telemática.

#### Tramitación presencial:

En la tramitación presencial se deben seguir los siguientes pasos:

a) Solicitud del Código Alfanumérico (ID-CIRCE) y reserva de la denominación social.

Antes de realizar cualquier trámite, los socios fundadores de este tipo de sociedad deberán elegir a uno de ellos como titular de la denominación social, el cual indicará su nombre y dos apellidos, número de DNI, su dirección completa, y el código ID-CIRCE generado por el sistema informático será el único aceptado por el Registro Mercantil Central.

Antes de constituirse la sociedad, se ha de obtener la Certificación de Denominación Social, y un código alfanumérico, que se solicita a través de la página Web: [www.circe.es](http://www.circe.es), y su coste es de aproximadamente 30 euros. Con esta certificación se acredita que el nombre registrado de la empresa no figura en otra empresa.

El proceso de asignación del código alfanumérico ID-CIRCE, es telemático completamente telemático, y se realiza accediendo al Portal de Internet de la Dirección General de la Política de Pequeña y Mediana empresa ([www.circe.es](http://www.circe.es) o [www.ipyme.org](http://www.ipyme.org)). Será suficiente con que el nuevo empresario que desee tramitar de forma no telemática, disponga de un acceso a Internet para obtener el ID-CIRCE.

Aquellos emprendedores que no dispongan de acceso a Internet podrán dirigirse a un Punto de Asesoramiento e Inicio de Tramitación (PAIT) para solicitar el ID-CIRCE y proceder a la reserva de la correspondiente Denominación Social. Este procedimiento consta de dos partes:

- Solicitud del Código ID-CIRCE: El nuevo emprendedor accede al Portal del Centro de Información y Red de Creación de Empresas ([www.circe.es](http://www.circe.es)) o al portal PYME ([www.ipyme.org](http://www.ipyme.org)) y solicita un código ID-CIRCE.

- Reserva de la denominación social: Obtenido el código alfanumérico ID-CIRCE, se realiza un acceso directo al Portal de Internet del Registro Mercantil Central donde se solicita la reserva de la denominación social.



Una nota importante a tener en cuenta, es que la generación del ID-CIRCE no supone, en ningún caso, la reserva automática de la denominación social, por lo que el emprendedor deberá realizar los trámites legalmente establecidos para solicitar la reserva de dicha denominación ante el Registro Mercantil Central accediendo al mismo desde el sistema CIRCE sin necesidad de desplazarse.

Con la Certificación de Denominación Social, el código alfanumérico, y el acuerdo de voluntades firmado por los socios, se solicita el CIF provisional de la empresa, que se puede gestionar en la Cámara de Comercio de Valencia, concretamente en el Departamento de la Ventanilla Única Empresarial, pero siempre con cita previa.

Una vez obtenida la certificación de la denominación social, que el Registro Mercantil Central le remitirá, el emprendedor puede constituir su sociedad siguiendo la tramitación presencial prevista en la Ley 7/2003, de 1 de abril, de acuerdo con los procedimientos actualmente establecidos para crear una empresa.

Hay que señalar que en este caso, el emprendedor podrá beneficiarse de los plazos de respuesta de 24 horas, tanto para notarios como para registradores mercantiles, que establece la Ley siempre y cuando opte por los estatutos orientativos aprobados al efecto por el Ministerio de Justicia para la constitución de su empresa.

b) Otorgamiento de la escritura pública de constitución de la sociedad y protocolización de estatutos ante notario.

Éste es un trámite común a todas las sociedades, consiste en la legalización por el notario de los trámites aprobados por los socios junto con la escritura de constitución.

c) Declaración de Alta Censal. Solicitud del CIF. Solicitud de alta en el IAE.

Toda esta tramitación se puede realizar en la Delegación Provincial de Hacienda en Valencia o en la Cámara de Comercio de Valencia, siempre con cita previa. Para realizar esta tramitación utilizaríamos el modelo 036.

d) Liquidación del ITP y ADJ.

Consiste en la cumplimentación y presentación del impuesto de declaración-liquidación así como el pago del impuesto en el organismo de Hacienda competente. En este caso es la Consellería de Economía, Hacienda y Empleo. El plazo para realizar dicha liquidación es de 30 días hábiles desde la legalización de la escritura pública de constitución.

e) Inscripción en Registro Mercantil para adquirir plena capacidad jurídica.

Se realiza en el Registro Mercantil de Valencia, donde se deberán presentar las acreditaciones obtenidas en los trámites anteriores, es decir, primera copia de la escritura de constitución, certificado de denominación social y la carta de pago del impuesto.

Si comparamos la Sociedad Limitada Nueva Empresa con una Sociedad Limitada normal, observamos que la primera de ellas tarda una media de 24 horas en estar inscrita en el Registro Mercantil, mientras que la segunda tarda en torno a 2 o 3 semanas.

f) Inscripción de la empresa en la Seguridad Social y obtención del número patronal.

Esto solo se ha de llevar a cabo en caso de que hayan trabajadores en la empresa, entonces se darían de alta en el Régimen de Accidentes de Trabajo y Enfermedad Profesional o en una Mutua Patronal de Accidentes de Trabajo y además se afiliaría a los trabajadores de la empresa en el Régimen de la Seguridad Social. Todo esto se tramitaría en la Tesorería General de la Seguridad Social.

g) Licencia de obras (si se han de realizar estas en el local), licencia de apertura y obtención del resto de autorizaciones municipales.

Para ello, nos dirigimos al Ayuntamiento de Requena, ya que es esta la población donde se va a crear la empresa como ya se ha comentado en apartados anteriores. En éste se realizan los siguientes pasos para poder obtener la licencia de obra de la empresa.

Se rellena una instancia dirigida al arquitecto del ayuntamiento, donde se explica que se va a realizar una obra de reforma, y el lugar exacto donde se va a llevar a cabo dicho proyecto, en nuestro caso, en la casa ubicada en el barrio de "La Villa". Esta instancia se deja en el registro de entrada del ayuntamiento.

El arquitecto responderá a dicha instancia indicando si es viable o si se puede llevar a cabo dicho proyecto. En caso afirmativo, pasaremos a los siguientes pasos que se explican a continuación, y en caso contrario se decidirá el cambio de la localización de la empresa.

A la hora de solicitar la licencia de obra se ha de rellenar la solicitud de licencia de obra y adjuntar la siguiente documentación:

- Solicitud de licencia de obra.
- Proyecto básico.
- Proyecto de ejecución.
- Plan de seguridad y salud.
- Ficha urbanística.
- Presupuesto de la obra.
- Memoria de materiales y maquinaria.

## **9. ACCIONES DE MARKETING A DESARROLLAR.**

Una vez que el negocio de turismo rural haya comenzado y la casa rural esté lista y autorizada, y la marca local identificada, comienza el trabajo de promover los servicios de tal modo que atraigan al mayor número de clientes. Para eso, necesitaremos, al igual que cualquier dueño de casa rural, un plan marketing.

*Imagen 38: Relación Marketing-Beneficio-Satisfacción.*



*Fuente: [www.camaravalencia.com](http://www.camaravalencia.com)*

El concepto marketing es una innovación del siglo XX que rige tanto la teoría económica como las prácticas económicas diarias. Los orígenes etimológicos de la palabra marketing vienen del inglés, y hoy en día es considerado como el elemento esencial de cualquier organización.

La noción "marketing" es usada en la práctica en varios contextos diferentes:

- El proceso de marketing, que funciona en el nivel del canal de marketing que hace la conexión entre la empresa de producción y su mercado.

- El marketing como conjunto de medios de acción de la empresa en su relación con los clientes, que incluye los cuatro componentes del marketing mix, producto, precio, distribución y promoción.

- La orientación del marketing, que tiene en cuenta tanto a los consumidores como a los productores y facilita al mismo tiempo el proceso y el concepto de marketing.

- El marketing como un modo de maximizar el beneficio.

Los numerosos significados asociados al concepto de marketing han generado también una diversidad de definiciones del concepto. De este modo, no queremos hacernos partidarios de una cierta orientación pero debemos construir una teoría completa presentando algunos conceptos fundamentales de la actividad de marketing, enfocando nuestra atención en el marketing y en el turismo rural.

El marketing de turismo rural impone una doble referencia, por un lado a nivel del contexto macroeconómico general (nivel turístico macroeconómico) y por otro a nivel restringido de la actividad económica (nivel turístico microeconómico).

De este modo, podemos considerar el concepto de marketing turístico macroeconómico como el proceso de cambio económico de los productos turísticos y servicios en el nivel nacional, regional o local. Asimismo se llama marketing turístico microeconómico al proceso de realizar beneficios como consecuencia de las actividades de cambio que se desarrollan con productos turísticos y servicios por una empresa, pensión, casa de hospedaje, etc.

De la misma forma que el marketing general, el marketing turístico también tiene instrumentos específicos que actúan como un todo unitario y están en relacionados de forma dependiente formando un sistema, de tal forma que los componentes producto, precio, distribución, y promoción, están en una relación complementaria y guardando un equilibrio impuesto por la estrategia

comercial escogida. La forma que tienen de complementarse los instrumentos de marketing como resultado de las decisiones asumidas, se conoce bajo el nombre de marketing-mix.

*Imagen 39: Internet. Nuevas formas de marketing.*



*Fuente: labogado.com*

Los elementos principales que diferencian el marketing del turismo rural de otras formas de turismo pueden ser sintetizados como sigue:

- La decisión de comprar el producto turístico está basada sobre todo en relación con el factor emocional y racional. Esta razón está basada en el hecho de que el turismo rural se practica sobre todo en el contexto familiar, y el éxito de adquirir los productos turísticos rurales depende de la imagen y la experiencia turística de todos los miembros de familia y también en la forma en que ofrece o puede ofrecer satisfacciones a todos la misma.

- La complejidad de los servicios en el turismo rural tiene un carácter relativo, significando que la diversidad de las actividades complementarias (restauración, trato, cultura etc.) está comparativamente restringida relativamente a otras formas de turismo.

- La promoción de productos de turismo rural recae en la mayor parte de los casos sobre un intermediario (la agencia de turismo, empresas especializadas, alojamientos de web especializados etc.) o es realizado

directamente por nosotros. De este modo, la decisión del consumidor de los productos turísticos rurales depende en mayor medida, de la imagen que los intermediarios le ofrecen en cuanto a la calidad de los servicios rurales turísticos, desempeñando un papel de expertos en opinión del consumidor.

- El carácter estacional del producto turístico y los servicios causados por los factores naturales, sociales o culturales influyen directamente en los elementos del marketing mix. Por esto, las actividades de promoción son realizadas sobre todo durante los períodos fuera de temporada; el precio y la distribución están en el nivel máximo durante la estación y después de esto, otra vez, vienen los períodos de trabajos de reparación y mantenimiento y los proyectos para los futuros productos turísticos.

### **9.1. El mercado turístico-rural.**

El mercado turístico rural tiene una oferta y una demanda. Por una parte, la oferta es la producción turística y por otra parte la demanda es el consumo de los servicios turísticos.

A diferencia del mercado de bienes consumibles, el mercado de turismo rural tiene los elementos específicos siguientes:

- El lugar de la oferta es el mismo lugar del consumo, pero puede ser distinto del lugar de la demanda. En nuestro caso es la ciudad de Requena, en la provincia de Valencia.

- La oferta del turismo rural es el resultado de una imagen mental que el consumidor potencial (el turista) tiene a través de información recibida directa o indirectamente.

- La oferta turística no es flexible, lo que significa que no es elástica ni en tiempo ni en espacio y no puede ser almacenada ni transformada.

- La demanda del turismo rural es muy elástica y está bajo una dinámica permanente generada por varios factores de naturaleza: económica, social y circunstancial.

- Esto se dirige, momentáneamente, a un segmento de mercado restringido o nicho de mercado, y que llega a los consumidores de productos y servicios rurales turísticos.

Hay que tener en cuenta que este consumidor está dispuesto a pagar precios mayores por aquellos productos que mejor se adaptan a sus exigencias. Nuestro consumidor potencial son principalmente las familias o parejas españolas, que buscan unos días de relax en contacto con el medio ambiente.

En contraste con el mercado de bienes, el mercado turístico especialmente el mercado de turismo rural, vende servicios y productos con un alto grado de abstracción, productos y servicios relativamente invisibles, que pueden ser cuantitativa y cualitativamente estimados solamente de forma parcial e indirecta.

En realidad el mercado rural turístico debe ser visto como una relación de cambio permanente entre la demanda y la oferta turística. El éxito del equilibrio de los dos partes será la consecuencia indirecta de la segmentación permanente del mercado.

Los elementos que constituyen el mercado turístico rural pueden ser resumidos de esta forma:

- El suministro de los productos rurales turísticos puede ser presentado por un gran número de agentes económicos (Sociedades Limitadas, agencias de turismo, personas autorizadas, etc.) quienes desarrollan actividades de transporte, alojamiento, alimentación, ocio, excursiones, etc., todos ellos son elementos del “producto turístico”.

- La demanda de los productos turísticos rurales comprende la amplia masa de consumidores, bien locales, o externos (de fuera de la localidad, incluyendo los turistas extranjeros).

- El marco legal vigente, que regula el régimen de la circulación turística, duración de las vacaciones, condiciones de movilidad en el territorio, el



transporte público, las formas de los servicios de acreditación, la categoría cualitativa de los productos y servicios turísticos, etc..

- Los canales de distribución de los productos del turismo rural, tienen varias formas, desde la distribución directa de los productos hasta la distribución por redes especializadas, ahora representadas por agencias turísticas. En nuestro caso estaremos representados en la totalidad de agencias de la localidad, y en varias de la ciudad de Valencia.

- La información y la promoción necesitan medios para llamar la atención y transmitir al consumidor de todos los productos turísticos ofrecidos por las empresas especializadas.

- La competencia de los productos rurales turísticos, está representada por el conjunto de otros productos turísticos rurales que existen en el mercado, ofrecidos por otras empresas turísticas, agentes económicos, etc., tanto del país como del extranjero, que están en el mercado al mismo tiempo.

- El contexto turístico en el espacio rural se refiere al medio ambiente físico de los recursos naturales existentes y al mismo tiempo, a la influencia de los factores sociales, económicos, culturales e incluso políticos en los que los agentes económicos de las organizaciones turísticas desarrollan su actividad. (En nuestro caso, hemos profundizado este aspecto en el apartado 5.4 del presente trabajo).

## **9.2. Producto turístico-rural.**

El producto de turismo es el elemento esencial del marketing-mix en el agro-turismo; todos los elementos se determinan estrictamente porque el producto se distribuye, promociona y se establece el precio.

El producto turístico debe satisfacer la diversidad de las necesidades de los consumidores y para que "el productor" obtenga un beneficio ventajoso, debe determinar la naturaleza multidimensional de la demanda y suministrar sólo aquellos bienes que reclaman los turistas.

El producto de turismo ofrecido por el turismo rural, incluye un conjunto de productos y servicios (manutención, alojamiento, entretenimiento, etc.) explotado dentro de un contexto específico, influido por los factores naturales de una región o de un lugar.

La calidad del producto turístico está directamente relacionada con la explotación del patrimonio turístico de la zona, considerando los recursos naturales, la infraestructura general y sobre todo la calidad de los recursos humanos implicados en la actividad turística.

El producto de turismo rural puede ser diseñado también en relación con la información obtenida previamente, respecto a:

- Los turistas o consumidores: En este caso nos relacionamos con una segmentación del mercado que usa los criterios: edad, profesión/ocupación, residencia, ingresos, hábitos etc.

- La concurrencia: Relacionando la oferta turística existente en el mercado respecto de otros operadores de turismo rural, se puede identificar y permanentemente adaptar la oferta personal de servicios turísticos y productos, personalizarlo y diferenciarlo de la oferta de la concurrencia y al mismo tiempo promoverlo de manera eficiente.

- El potencial turístico del área: Supone conocer y emplear bien los recursos turísticos colocados en las áreas de destino: recursos naturales, valores culturales, infraestructura, hospitalidad, objetivos históricos o religiosos, etc.

Los elementos fundamentales de un producto turístico que tiene que ser distribuido por redes especializadas (agencias de turismo, operadores de turismo etc.) pueden ser sintetizados así:

- Recursos atractivos: Clima, paisajes, servicios históricos, culturales, turísticos como una motivación para venir otra vez al mismo lugar.

- Infraestructura: Las carreteras de acceso, el medio de transporte, telecomunicaciones, servicios de transporte, que puede ser incluido en el paquete de servicios para que el cliente pueda escoger.

- Posiciones de recepción y restaurantes: La recepción, el alojamiento y ofertas de alimentos, son el ingrediente primario del producto turístico y la premisa para fidelizar al visitante.

Los equipamientos complementarios pueden ser de forma:

Permanente: Diversiones, instalaciones deportivas y culturales, son los rasgos especiales de un centro turístico para un tiempo libre variado y atractivo.

Ocasional: acontecimientos culturales, artísticos, y comerciales (ferias, exposiciones, festivales).

Sintetizando las características del producto rural turístico, se debe mencionar que este debe tener las exigencias de cualquier otro producto ofrecido en el mercado y la mayoría de los aspectos siguientes:

- Marca registrada, Villa Bienestar en nuestro caso.
- Relación óptima: Calidad-precio y competitividad.
- Singularidad y originalidad en el mercado turístico local y nacional.
- Diversificación de los servicios turísticos.

### **9.3. Precio.**

Es un elemento más del marketing mix; el precio es la cantidad de dinero que el comprador (el turista) está dispuesto y es capaz de pagar al productor a cambio de los servicios y productos turísticos que éste es capaz de ofrecerle.

El precio es el elemento menos controlable para el proveedor de los productos y servicios turísticos rurales, porque su verdadero nivel está establecido en el mercado por la influencia de varios factores objetivos o subjetivos que él no puede determinar. Él sólo puede influir en ellos por la

cantidad de los productos turísticos ofrecidos y el nivel de los gastos de producción que realizó. Sin embargo, puede ser el elemento menos flexible en cuanto a la intervención del proveedor de los servicios turísticos rurales. El precio puede ser influido fácilmente durante un período corto de tiempo.

Incluso siendo el elemento menos controlable a nivel interno, el precio genera efectos mucho más rápidos e inmediatos comparando con otros elementos del marketing mix. Así, la demanda de servicios y productos turísticos rurales, sobre todo debido a la concurrencia en el mercado turístico, reacciona mucho más fácilmente a la variación del precio que por los cambios de la imagen o la distribución de los productos turísticos.

Cuando se elabora la política de precios para la oferta de productos y servicios turísticos, el proveedor (la pensión agro-turística o el operador de turismo) debe confiar tanto en los factores internos como en los factores externos.

a) Los factores internos que tienen relación con el precio son:

El coste de producción: esto significa un conjunto de gastos que el proveedor de los servicios turísticos rurales hace para realizar sus servicios o productos específicos.

La fase del ciclo de vida: del producto/servicio es un factor que debe ser tenido en cuenta porque por lo general en la fase introductoria se alcanzan relativamente altos precios; la fase de crecimiento tiene precios moderados y en la fase de madurez el precio comienza a disminuir y en la fase declinante, relacionado con otros factores, el precio puede tanto crecer como disminuir.

La estrategia de distribución: influye en el precio por el acceso a los canales de distribución.

La estrategia de la promoción: está correlacionada con el precio, que puede ser un instrumento promocional.

La organización interna: diseña las responsabilidades y controla los precios dependiendo de la estructura de organización de la empresa.

b) Los factores externos ejercen la presión más fuerte a la hora de establecer el precio de un producto o servicio turísticos. Estos son:

La demanda de productos y servicios turísticos, se cuantifica por el número de turistas que adquieren los servicios y productos turísticos rurales dentro de un período determinado de tiempo. Por lo general entre el precio de los productos y servicios turísticos rurales y la demanda de mercado, hay una relación inversa.

La concurrencia revela la estructura del mercado turístico rural, local, regional o nacional en el cual el alojamiento rural ofrece sus servicios y productos turísticos. En relación a la concurrencia de mercado es importante distinguir entre la naturaleza de la concurrencia y ser capaz de adaptarse a esa concurrencia mediante la estrategia de precios de los productos y servicios que se ofrecen.

La oferta de los productos y servicios turísticos rurales se refiere a la capacidad de producción de la empresa, que se va a manifestar en el precio. De este modo, el proveedor turístico debe escoger entre dos extremos: un precio mayor con una oferta pequeña o una oferta más grande con un precio más pequeño. La investigación de la demanda debe ofrecer la posibilidad de seleccionar la mejor solución.

Otros factores socioeconómicos como la coyuntura económica, la fase del ciclo económico, la protección social de los consumidores etc., que si es necesario deben ser observados por cada empresa.

En nuestro caso, los precios por regímenes que ofreceremos a los clientes, los explicaremos en el apartado 10 del proyecto, y conforme a éstos, comprobaremos si es viable o no la puesta en marcha del negocio.

#### **9.4. Promoción.**

La promoción es el cuarto elemento del marketing mix. Muchos teóricos la consideran como la más importante para el éxito en el negocio del turismo

rural. Las promociones son un conjunto de actividades, con los medios de información que llaman la atención de los clientes potenciales (turistas) para que acudan a los puntos de venta. Para el turismo rural, en la mayor parte de estos casos los puntos de venta son las propias casas rurales, aunque para darnos mayor difusión mediática, se podrán contratar nuestros servicios mediante portales como Booking y Atrápalo. Todo ello se hace con el objetivo de satisfacer las necesidades y deseos de los turistas, e implícitamente el proveedor de productos y de servicios turísticos procurará una mayor eficacia económica.

El empleo complementario de las herramientas y técnicas de la promoción para lograr los objetivos propuestos, está definido en el marketing mix. Los componentes de la mezcla promocional son: la publicidad, la venta al por menor, la promoción de las ventas y las relaciones públicas. Cada uno de ellos, tiene particularidades diferentes.

Hablando del turismo rural, se considera que el elemento más eficiente de todo el conjunto de promociones es la publicidad.

Para la promoción de los servicios y productos turísticos rurales se recomienda acudir a intermediarios, en este caso a los operadores de viaje, quienes, en la mayor parte de casos, están integrados en redes. Para disfrutar de las ventajas que los operadores de viaje son capaces de ofrecer, se deben observar las siguientes exigencias: la calidad de los productos y servicios turísticos, el volumen del suministro, la originalidad/singularidad del operador de agro-turismo, el valor añadido comercial necesario para cubrir los costes del marketing y finalmente, las ventajas financieras que van a obtener todos los socios implicados en este circuito.

La eficacia de las actividades de promoción para los servicios y productos turísticos rurales puede ser conseguida si la promoción se realiza en los siguientes niveles:

- A nivel de las explotaciones rurales/pensiones rurales: en este caso se recomienda realizar los materiales publicitarios ofreciendo información sobre la granja, el alojamiento y condiciones de transporte, información sobre la cocina

de la familia, la artesanía etc. En nuestro caso, Villa Bienestar dispondrá de sendos espacios en Facebook y Twitter, principales redes sociales en la actualidad.

- A nivel local, y de la zona turística, la promoción puede ser realizada usando un material publicitario escrito (guía turística), cds, etc. Este material debe catalogar todas las casas rurales que están preparadas para el agroturismo, incluyendo toda la información sobre el entorno, los puntos interesantes, etc. Nuestra empresa dispondrá de trípticos y folletos informativos en las agencias de la localidad.

*Imagen 40: Alojamiento rural de estilo norteamericano.*



*Fuente: [www.revistaiberica.com](http://www.revistaiberica.com)*

- A nivel regional, debería editarse un material más amplio que muestre los elementos más característicos de ese conjunto.

- A nivel nacional, puede publicarse una guía, una guía agro-turística que pueda orientar sobre un área con potencial turístico. Cualquier material que promueva servicios y productos turísticos rurales debe incluir las categorías siguientes de información:

a) El nombre del lugar, el nombre de la familia, la fotografía de la casa/pensión, los símbolos de los animales que son criados en la granja.

- b) Información detallada sobre la casa agro-turística (número de habitaciones, número de camas, instalaciones, servicios adicionales, etc.).
- c) El número de comidas y los productos que pueden ser servidos en la granja.
- d) Otros elementos específicos: artes y oficios, ventas directas etc.

*Imagen 41: Simbolismo del significado del marketing.*



*Fuente: [www.labogado.com](http://www.labogado.com)*

- e) El camino por el que se llega al pueblo o zona, (el camino, la distancia a la ciudad más cercana, el medio de transporte, restricciones del camino etc.) hasta un esquema con el lugar de granja relacionado con el acceso de caminos y el medio de transporte que el turista puede usar.
- f) Los elementos más interesantes de la oferta agro-turística.
- g) Las campañas de promoción para los servicios y productos agro-turísticos pueden ser realizadas también organizando exposiciones con las fotos de las granjas, la publicidad hecha sobre algunas ferias de muestras, los periodos de vacaciones, actividades relacionadas con las costumbres de la zona (principalmente agrícolas), u organizando ciertas rutas turísticas, con comidas tradicionales o degustaciones de vino, frutas etc.



Con todos estos materiales de publicidad distribuidos y que representan la zona y las posibilidades de agro-turismo, se puede hacer una buena campaña de promoción.

Una forma de hacer una promoción moderna, accesible para los turistas, es la presentación de los servicios turísticos y el suministro de productos, usando Internet y diseñando una página web, que debería contener: una descripción corta del área, el ambiente geográfico en cuanto al descanso, el clima, la vegetación, la fauna, etc., al igual que los mitos, las costumbres y las tradiciones.

Además tendríamos que incluir la oferta de servicios: con catálogo de los alojamientos disponibles, los períodos de tiempo en el cual pueden ser alquilados, personal, precios, posibilidades de acceso, opciones para el tiempo libre, servicios suplementarios, etc.

## **10. ESTUDIO DE VIABILIDAD.**

En este punto vamos a llevar a cabo el estudio de viabilidad del proyecto a implantar, así que en función de los resultados obtenidos se tomará la decisión de seguir adelante, en caso de que resulte viable, o de no continuar en el caso contrario.

*Imagen 42: Plaza del albornoz, Barrio de La Villa de Requena.*



*Fuente: Elaboración propia.*

Un estudio de viabilidad es un análisis que permite evaluar las garantías de llevar a término con éxito el proyecto objeto de estudio. Podemos diferenciar distintos tipos de viabilidad:

- Viabilidad económica: Análisis de costes y beneficios para determinar la rentabilidad del proyecto o valoración económica de los recursos utilizados y de los beneficios potenciales que se derivan de la puesta en marcha del estudio propuesto.
- Viabilidad técnica: Cuantificar los objetivos para poder estimar los recursos necesarios. Estudio de funcionalidad, rendimiento y restricciones que pueden afectar a la posibilidad de realización de un sistema aceptable.
- Viabilidad operativa: Se centra en los requisitos de mercado y la competencia, así como las posibles restricciones a la puesta en marcha.
- Viabilidad legal: Determinación de cualquier posible infracción, violación o ilegalidad que pudiera resultar del desarrollo e implementación del sistema. Es decir, asegurarse el cumplimiento de las normativas.

En este punto nos vamos a centrar en el estudio de la viabilidad económica, es decir, ver si el proyecto resulta rentable o no.

### **10.1. Necesidades financieras de la inversión.**

Para llevar a cabo el estudio de viabilidad debemos de conocer las necesidades financieras de nuestra inversión. Para ello consideramos como inversión el incremento neto del capital, y por capital entendemos al factor de producción constituido por inmuebles, maquinaria o instalaciones de cualquier género, que, en colaboración con otros factores, principalmente el trabajo, se destina a la producción de bienes.

A continuación se va a realizar una lista con los gastos en los que hay que incurrir para poner en marcha el proyecto “Villa Bienestar”:

- Estudios previos a la puesta en marcha, como asesoramiento, contratos, estudio de viabilidad..., estimados en 1.250 euros.
- Proyectos de arquitecto, ingenieros..., estimados en 4.000 euros.
- Proyecto de decoradores. Lo ciframos en 1.000 euros.
- Gastos de constitución: Son los gastos inherentes a dicha operación, siendo la nota más característica su naturaleza jurídica formal. Entre ellos se incluye: los honorarios de letrados, notarios y registradores, impresión de memorias, tributos, escrituras, comisiones y otros gastos, siempre que hayan sido ocasionados con motivo de la constitución de la entidad. Estimado en 1.750 euros.
- Gastos de primer establecimiento: Gastos necesarios para que la empresa inicie su actividad productiva. Dentro de ellos se pueden considerar los siguientes: honorarios, gastos de viajes y otros para los estudios previos de naturaleza técnica y económica, etc. Lo estimamos en 500 euros.
- Terrenos: En nuestro caso, aunque se trate de un proyecto de restauración y rehabilitación de una casa en mal estado, que hay que derribar por completo y comenzar desde cero, supondremos un coste de los terrenos de 20.000 euros.
- Obra civil: Incluye la obra más todas las instalaciones necesarias como carpintería, fontanería, aire acondicionado, electricidad, pintura o decoración. Ésta es la partida a la que más dinero destinaremos, lo ciframos en 130.000 euros.
- Obras exteriores: Acondicionamiento de caminos, abastecimiento de agua, luz, gas, teléfono, sistema de vigilancia y seguridad y alcantarillado. También incluye obras de jardinería exterior incluidas plantas y una pequeña fuente. Estimado en 13.000 euros.

- Equipamiento interior: Se trata de dejarlo totalmente listo para la puesta en marcha. Hemos de tener en cuenta todo el mobiliario de la vivienda y los utensilios necesarios. Lo valoramos en 25.500 euros.
- Equipos contra incendios, estimados en 1.250 euros.
- Licencia de obras y licencia de apertura del ayuntamiento: En este caso nos hemos puesto en contacto con el Ayuntamiento de Requena para informarnos de los precios a pagar por ambas licencias. El importe asciende en nuestro caso a 1.750 euros.

Con estas cifras, hemos estimado para la realización del proyecto unas necesidades económicas de 200.000 euros incluyendo todos los apartados anteriores.

*Imagen 43: Sucursales de entidades financieras españolas.*



*Fuente: [www.basefinanciera.com](http://www.basefinanciera.com)*

## **10.2. Fuentes de financiación.**

Una vez llega el momento de hallar como cubrir las necesidades financieras para poner en marcha el proyecto, hemos de tener en cuenta las distintas fuentes de financiación que podríamos aplicar en este caso.

### **10.2.1. Recursos propios.**

Los recursos propios, también llamados fondos propios, son la suma de las aportaciones de los propietarios de la empresa y de los beneficios que no se han repartido y que permanecen en el balance, bien como reservas o bien como resultados no distribuidos. En nuestro caso disponemos de los mínimos recursos propios para poner en marcha la empresa, por lo que vemos como condición necesaria obtener financiación ajena.

### **10.2.2. Prestamos con entidades financieras.**

Suele ser la principal fuente de financiación de los proyectos. A la hora de solicitarlo hay que tener claras tres cosas: cuánto dinero vamos a necesitar, el plazo de devolución del mismo, y las garantías que ofrecemos.

También, por supuesto, se deberá explicar el negocio que pensamos instalar. No obstante, y debido al contexto económico en el que nos encontramos, aunque el negocio sea bueno, y ofrezcamos garantías, no tenemos el cien por cien de posibilidades de que nos concedan la financiación.

### **10.2.3. Subvenciones.**

La creación de empresas, la generación de puestos de trabajo, la ayuda a la actividad económica en el medio rural, entre otras, son iniciativas que si cumplen con los requisitos establecidos pueden gozar de ayudas y subvenciones públicas de carácter local, provincial, autonómico, estatal o europeo.

En el apartado 7.2 de este trabajo hemos visto un resumen de las distintas ayudas que se podrían percibir en nuestro caso, tanto a nivel comunitario como autonómico.

#### **10.2.4. Instituto de crédito oficial (ICO).**

El ICO es una entidad pública empresarial, adscrita al Ministerio de Economía y Hacienda a través de la Secretaría de Estado de Economía y con consideración de agencia financiera del Estado.

El ICO trabaja por el crecimiento y la mejora de la distribución de la riqueza nacional y fomenta aquellas actividades económicas que por su trascendencia social, cultural, innovadora o ecológica merezcan una atención preferente. Por eso el ICO apoya los proyectos de inversión de las empresas españolas, para que sean más competitivas y contribuyan al progreso económico de nuestro país.

*Imagen 44: Logotipo del ICO.*



*Fuente: [www.ico.es](http://www.ico.es)*

La financiación del ICO se dirige a impulsar sectores como la industria cinematográfica, el transporte, favorecer los proyectos de innovación tecnológica, las energías renovables y potenciar la presencia de nuestras empresas en el exterior.

También colabora con los programas de política económica, en situaciones de crisis o catástrofes naturales, en apoyo a la exportación o para facilitar créditos a personas fuera de los canales habituales de financiación mediante la línea de microcréditos. Su objetivo es favorecer el crecimiento económico compatible con una mayor cohesión social y territorial.

El ICO tiene diversas funciones según de que forma actúe:

Como entidad de crédito especializada, financia a medio y largo plazo las inversiones productivas de las empresas establecidas en España o de empresas españolas que se establezcan en el exterior. En esta faceta, el ICO actúa de dos formas: Líneas de mediación (donde los créditos se solicitan en los bancos y cajas de ahorros) y operaciones directas (donde las empresas solicitan la financiación directamente al ICO).

Como agencia financiera del estado, financia por indicación expresa del Gobierno, a los afectados por situaciones de graves crisis económicas, catástrofes naturales u otros supuestos semejantes. En estos casos, el ICO actúa previa dotación de fondos públicos o mediante compensación de diferenciales de tipos de interés. Asimismo, el ICO gestiona los instrumentos de financiación oficial a la exportación y al desarrollo.

El ICO dispone de diversas líneas de financiación cuya finalidad es impulsar y apoyar las inversiones productivas de las empresas españolas. A través de estas líneas el ICO ofrece financiación a los proyectos empresariales de colectivos que tienen un difícil acceso al crédito, como son las pequeñas y medianas empresas principalmente o los emprendedores que inician su actividad empresarial, a las inversiones en sectores estratégicos, a las inversiones en el exterior y a aquellas que incorporan la innovación tecnológica a los procesos productivos. Esta faceta el ICO actúa a través de líneas de mediación y de operaciones directas. En el primer caso los beneficiarios solicitan los préstamos en el banco y cajas de ahorro implantados en el territorio nacional.

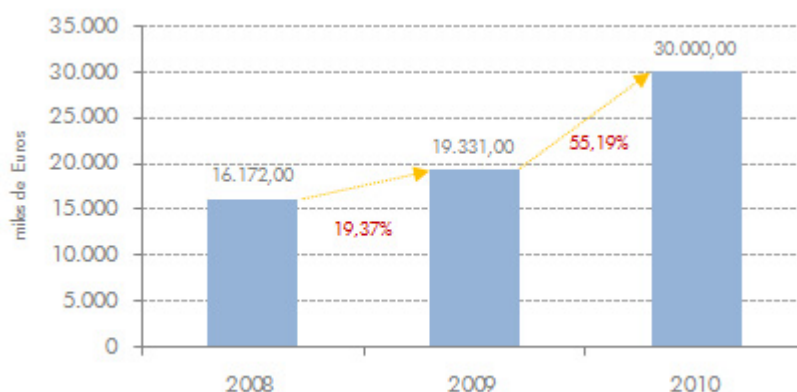
En este sentido hay que destacar que el ICO mantiene acuerdos de colaboración con la práctica totalidad de las entidades financieras, lo que contribuye de forma importante a la difusión y utilización de estas líneas. En el caso de las operaciones directas, las empresas interesadas en obtener financiación se dirigen directamente al ICO, que se encarga del estudio del proyecto y de la tramitación del préstamo. La evolución desde 2008 a 2010, la mostramos en la tabla 6.

Las diversas líneas de financiación son las siguientes:

- Emprendedores
- Autónomos
- Pymes
- Grandes empresas
- Catástrofes naturales
- Instituciones y empresas públicas.

La línea de financiación que nos interesa en este caso es la línea para emprendedores, dentro de la cual podemos encontrar:

*Tabla 06: Gráfico de evolución de los créditos ICO.*



*Fuente: [www.ico.es](http://www.ico.es)*

- Línea ICO de microcréditos para España: Su objetivo es financiar la puesta en marcha de pequeños negocios y el fomento del autoempleo de personas con dificultades de acceso a los canales habituales de financiación.

- Línea ICO-PYME: Su objetivo es financiar en condiciones preferentes las inversiones en activos fijos productivos llevadas a cabo por Pymes.



- Línea ICO-Transporte: Su objetivo es financiar las inversiones destinadas a mejorar la actividad del transporte público por carretera. Se dirige a los profesionales con autorización para realizar transporte de viajeros y mercancías por carretera.
  
- Línea ICO-IDAE de Energías Renovables: Su objetivo es financiar las inversiones destinadas al aprovechamiento de las fuentes de energía renovables o a la mejora de la eficiencia energética.
  
- Línea ICO-Ministerio de Defensa: Su objetivo es financiar las inversiones en activos nuevos productivos llevadas a cabo por el personal de las fuerzas armadas que se incorporen a la vida laboral civil.
  
- Líneas Regionales: Su objetivo es financiar las inversiones en activos nuevos productivos de las empresas instaladas en las regiones con las que se han suscrito convenios, con el fin de contribuir a su desarrollo económico. Las líneas vigentes en este 2011 se encuentran en la Región de Murcia, Castilla La Mancha, Baleares, Galicia y Extremadura.

En este caso observamos que las únicas líneas de financiación que nos pueden ser útiles son las dos primeras, por lo tanto vamos a pasar a desarrollarlas con más detalle.

#### **10.2.4.1. Línea ICO de Microcréditos.**

La línea Microcréditos es un instrumento financiero dirigido a aquellas microempresas, personas físicas o actividades económicas que encuentren dificultades de acceso a los canales habituales de financiación.

El ICO apuesta, de este modo, por el microcrédito como medio para promover la creación de empresas, favorecer la aparición de emprendedores e impulsar un desarrollo económico y social equilibrado, buscando crear las condiciones para eliminar la exclusión social.

- Recursos disponibles: 12.500.000 euros.

- Beneficiarios: Aquellas personas físicas que por carecer de garantías e historial crediticio tengan dificultades de acceso a la financiación por los canales habituales del sistema financiero. Con carácter general, se establecen como preferentes para obtener la financiación los que cumpliendo el requisito definido anteriormente, se encuadren dentro de los grupos de población siguientes: mayores de 45 años, hogares monoparentales, inmigrantes, mujeres, discapacitados y parados de larga duración. Podrán asimismo acceder a esta línea de financiación otros beneficiarios no encuadrados en la relación anterior, siempre que cuente con un proyecto de inversión viable, no dispongan de garantías que avalen la operación y sigan el procedimiento de tramitación establecido. Asimismo, se podrá contemplar la financiación de aquellos proyectos de inversión cuya operación sea formalizada por una persona física para la aportación de fondos a una microempresa, siempre que el capital suscrito represente al menos el 20% del total y sea trabajador de la misma.

- Tramitación:

1. Las entidades de crédito colaboradoras designarán un equipo de trabajo especializado para la recepción, estudio, aprobación y seguimiento de los proyectos. Éstas, así como los equipos designados por cada una de ellas, con la dirección y teléfonos de contacto estarán disponibles en la página web del ICO.

2. El beneficiario final presentará su solicitud de crédito al equipo designado por la entidad de crédito que haya elegido.

3. La entidad de crédito, a través de su equipo especializado, será la encargada de prestar la asistencia técnica necesaria, realizar la evaluación del proyecto de inversión, determinar su viabilidad y hacer de forma periódica, un seguimiento del mismo.

- Inversiones financiables: Son financiables las inversiones en activos nuevos productivos. Si el proyecto presentado incluye inversión en circulante, ésta no será superior al 50% del importe de la inversión total a financiar. El proyecto de inversión deberá contar con la aprobación del equipo de trabajo específico designado por cada entidad de crédito. Además este equipo deberá acreditar que la inversión no tiene una antigüedad mayor de seis meses a contar desde la fecha de formalización de la operación.

- Inversión máxima: 95% de la inversión neta a realizar.

- Importe mínimo de financiación por beneficiario: No será superior a 25.000 euros por proyecto de inversión y año, ya sea en una operación de préstamo o leasing, o en el cómputo global de operaciones formalizadas por el beneficiario final.

- Plazos de amortización: 5 años, sin carencia o con 6 meses de carencia a elección del beneficiario final y del equipo de trabajo específico de cada entidad de crédito que analice el proyecto de inversión.

- Tipo de contrato: El beneficiario puede optar entre préstamo o leasing.

- Tipo de interés al beneficiario final: Fijo: 5%

- Comisiones: El tipo de interés que el ICO comunica es TAE y las entidades de crédito no pueden cobrar cantidad alguna en concepto de comisiones de apertura, estudio o disponibilidad.

- Cancelación anticipada: Permitida sin penalización debiendo coincidir, en cualquier caso, con la fecha de liquidación de los intereses.

- Garantías: Por la propia definición de beneficiarios finales no se solicitarán avales o garantías de ningún tipo.

- Documentación: El beneficiario final presentará la documentación que justifique el proyecto de inversión a realizar, normalizado en los documentos establecidos.

#### **10.2.4.2. Línea ICO-PYME.**

- Recursos disponibles: Esta línea pone a disposición de las PYME 4.000 millones de euros.

- Beneficiarios: Pequeñas y medianas empresas, que según definición adoptada por la Comisión Europea, cumplan los siguientes requisitos:

1. Microempresas: De 1 a 9 empleados con un volumen de negocio anual o importe neto de cifra de negocio no superior a 2 millones de euros. No ha de estar participada en un 25% o más por empresa o conjunto de empresas que no cumplan los criterios antes citados.

2. PYME: De 10 a 249 empleados con un volumen de negocio anual no superior a 50 millones de euros. No ha de estar participada en un 25% o más por empresa o conjunto de empresa que no cumplan los criterios antes citados.

*Imagen 45: Publicidad online de las líneas ICO.*



*Fuente: [www.ico.es](http://www.ico.es).*

- Inversiones financiables: Activos fijos nuevos. Entre los requisitos previos para considerar financiable un proyecto de inversión, deberán cumplirse los siguientes límites.

1. Si el proyecto presentado incluye inversión inmobiliaria, ésta no será superior al 80% del importe de la inversión total a financiar.

2. Si el proyecto incluye inversión en activos inmateriales “tecnológicos”, destinados a la innovación o modernización tecnológica de las PYME, tales como redes de uso local, programas informáticos o páginas web, no estará sujeta a limitación.

3. Si el proyecto presentado incluye inversión en activos inmateriales “no tecnológicos”, tales como concesiones, licencias, franquicias, traspasos y otros similares contemplados por el Plan General Contable, no será superior al 50% de la inversión total a financiar.

4. Las partidas de activo material no están sujetas a limitación.

5. Se financian los gastos de constitución y primer establecimiento en empresas de nueva creación (antigüedad no superior a 12 meses).

6. Si la inversión contempla gastos de constitución y primer establecimiento, éstos no pueden representar más del 20% del total de la inversión neta a financiar.

7. En todo caso no se financian, reestructuraciones de pasivo o refinanciaciones de circulante, IVA y otros impuestos ligados a la inversión.

- Inversión máxima: 80% del proyecto de inversión neto para las microempresas y hasta el 70% para el resto de las PYME, de acuerdo con las definiciones antes citadas.

- Plazos de amortización: El empresario puede elegir entre 3 años sin carencia, 5 años sin carencia o con un periodo de carencia de 1 año, o 7 años.

- Importe máximo de financiación por beneficiario: El importe máximo de financiación será de 1.500.000 euros por beneficiario y año, ya sea en una única operación o varias.

- Tipos de interés: El empresario puede optar entre:

a) Tipo Fijo: según referencia ICO + 0,40 puntos porcentuales.

b) Tipo Variable: Referenciado a EURIBOR 6 meses + 0,40 puntos porcentuales. En los préstamos de interés variable se aplicará en concepto de corretaje un 0,025%.

- Comisiones: El tipo de interés que el ICO comunica es TAE y las entidades de crédito no pueden cobrar cantidad alguna en concepto de comisión de apertura, estudio o de disponibilidad.

- Cancelación anticipada: Podrá efectuarse la cancelación anticipada, total o parcial, de la operación de préstamo/leasing. En las operaciones formalizadas a tipo fijo se imputará un 2% sobre las cantidades reembolsadas por anticipado. En las operaciones formalizadas a tipo variable, no llevarán penalización las amortizaciones anticipadas voluntarias, debiendo realizarse en las fechas de revisión semestral del tipo de interés.

- Tramitación: Directamente en las oficinas de los principales bancos y cajas de ahorros establecidas en España. Las solicitudes son estudiadas, aprobadas y formalizadas por bancos y cajas en las condiciones indicadas.

- Documentación: El empresario tendrá que presentar la documentación que cada entidad de crédito considere necesaria para estudiar la operación. El empresario debe poder acreditar la realización de la inversión financiada comprometiéndose a aportar facturas, cartas de pago, proyectos, escrituras o cualquier otro documento que pueda servir como comprobante de la inversión realizada.

- Garantías: Cada entidad de crédito analiza la solicitud del préstamo y, en función de la solvencia del solicitante y de la viabilidad del proyecto de inversión, determina las garantías a aportar, que pueden ser por ejemplo: hipotecarias, personales, Sociedades de Garantía Recíproca y avales mancomunados o solidarios.

- Compatibilidad de ayudas: Esta línea está sometida a las condiciones de la Unión Europea y es compatible con las ayudas recibidas de las Comunidades Autónomas u otras instituciones, debiendo respetar los límites máximos en cuanto a la acumulación de ayudas públicas establecidas por la Unión Europea.

### **10.3. Inversión a realizar.**

El concepto de inversión hace referencia a la renuncia a una serie de recursos financieros actuales y ciertos, a cambio de la esperanza de obtener un beneficio futuro e incierto.

Para conocer la viabilidad de nuestro proyecto de casa rural, es necesario estudiar distintos aspectos de la inversión (VAN, TIR, Pay-back, devolución de préstamos o créditos, etc.). Para ello es necesario conocer los parámetros que caracterizan cada una de las inversiones, es decir, se ha de conocer la vida de la inversión así como los cobros y pagos esperados, de forma que se puedan calcular los flujos de caja futuros que se prevean obtener de dicha inversión.

#### **10.3.1. Periodo de la inversión.**

La vida de la inversión estará definida por el inmovilizado que tarde mayor tiempo en amortizarse, que sin duda son las construcciones en las que se desarrolla la actividad de Turismo Rural. Estimamos que estas se amortizarán en un periodo de 30 años, con lo que la inversión tendrá una vida de la misma cantidad de años.

### **10.3.2. Opciones de financiación.**

Una vez llegados a este punto ya se conoce el desembolso necesario para llevar a cabo la inversión, y plantearemos a continuación tres hipotéticos escenarios en base a si se nos concede o no la subvención de los fondos de la Unión Europea, y en caso de que se nos conceda, se haga del 90% del importe o del 50%. Por lo que el siguiente paso es establecer y decidir el tipo de financiación para poder llevar a cabo la puesta en marcha del proyecto.

El primer paso es realizar un estudio de las distintas opciones existentes, centrándonos en la financiación de las principales entidades bancarias, que mostramos en la tabla 7; y del ICO, ya que estas resultan ser las opciones más interesantes.

*Tabla 07: Principales bancos y cajas de ahorro en España.*

Banco Santander	BBVA	La Caixa
Bankia	Banco Sabadell	Banco Popular
BBK	Bankinter	Banco de Valencia
Deutsche Bank	Banesto	Barclays

*Fuente: Elaboración propia en base a sucursales en la ciudad de Valencia.*

A continuación, en la tabla 8, se muestran las características de financiación a través de la línea del ICO. Si comparamos la dificultad de que nos concedan crédito en las diferentes entidades financieras, debido a la complicada coyuntura económica actual, con las opciones ofrecidas por el ICO, llegamos a la conclusión de que es preferible optar por la segunda de las opciones.

Por lo tanto se puede llegar a la conclusión de que la opción de financiación elegida finalmente vendrá del ICO, siendo en esta línea de financiación donde centraremos el estudio.



*Tabla 08: Características de financiación del ICO (4 Julio al 17 Julio de 2011).*

<b>F/V</b>	<b>Años</b>	<b>Años de carencia</b>	<b>Periodicidad de la cuota</b>	<b>Tipo de amortización</b>	<b>Tipo de interés</b>
Fijo	3	-	Mensual	Cuota cte.	6,474
Fijo	5	-	Mensual	Cuota cte.	6,746
Fijo	5	1	Mensual	Cuota cte.	6,773
Fijo	7	-	Mensual	Cuota cte.	6,986
Fijo	7	2	Mensual	Cuota cte.	7,051
Variable	3	-	Mensual	Cuota cte.	5,964
Variable	5	-	Mensual	Cuota cte.	5,964
Variable	5	1	Mensual	Cuota cte.	5,964
Variable	7	-	Mensual	Cuota cte.	5,964
Variable	7	2	Mensual	Cuota cte.	5,964

*Fuente: Elaboración propia en base al ICO.*

El tipo de interés se calcula de la siguiente forma:

- Tipo Fijo: Según referencia ICO + 0,40 puntos porcentuales.
- Tipo Variable: Referenciado a EURIBOR 6 meses + 0,40 puntos.

Una vez analizada esta línea de financiación y reunidos los requisitos para obtenerla, se ha de tener en cuenta que como máximo el ICO financiará el 80% del desembolso necesario para llevar a cabo la inversión. Por lo tanto, se ha de calcular el importe del préstamo para cada uno de los escenarios que hemos comentado con anterioridad.

Según hemos desglosado anteriormente en el punto 10.1, el importe que necesitaremos para hacer frente al proyecto asciende a un total de 200.000 euros.

Cálculo financiación por parte del ICO:

Supondremos a continuación, que se nos conceden subvenciones del 90%, del 50%, o que no se nos conceden, respectivamente, siendo el 80% el importe del crédito ICO en los tres escenarios.

- Escenario optimista:  $200.000 \times 0,9 \times 0,8 = 16.000$  euros.
- Escenario intermedio:  $200.000 \times 0,5 \times 0,8 = 80.000$  euros.
- Escenario pesimista:  $200.000 \times 0,8 = 160.000$  euros.

El 20% restante para poner en marcha el proyecto lo aporta el socio. Dicha cantidad será el Capital Social de la empresa. A continuación, en la tabla 9, podemos ver la cantidad a aportar en función del escenario en que nos encontremos:

*Tabla 09: Aportaciones de Capital Social en euros.*

	<b>Esc. Optimista</b>	<b>Esc. Intermedio</b>	<b>Esc. Pesimista</b>
Coste de inversión	200.000	200.000	200.000
Subvenciones	180.000	100.000	0
<b>Financiado por ICO</b>	<b>16.000</b>	<b>80.000</b>	<b>160.000</b>
<b>Recursos propios</b>	<b>4.000</b>	<b>20.000</b>	<b>40.000</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

En los tres casos, el capital social asciende a más de 3.006 euros, cantidad mínima para crear una Sociedad Limitada Nueva Empresa. Por lo tanto, vamos a trabajar con los datos que nos proporciona la tabla.

A continuación vamos a introducir las pautas para desarrollar los correspondientes cuadros de financiación de las distintas opciones que propone el ICO para un tipo de interés fijo. Las doce opciones las tenemos desarrolladas año a año en los anexos. No se ha de olvidar en ningún momento que las líneas de financiación con interés variable son mucho mejor si se comparan con el resto, pero tienen el inconveniente de que el cuadro de financiación es muy difícil de prever ya que el tipo de interés va cambiando con los años, por lo tanto se establece que el tipo de interés sea fijo.

El tipo de amortización es de cuota constante. Con este método se paga lo mismo todos los meses. Para conocer dicha cantidad se aplica el sistema francés a partir de la siguiente fórmula.

$$C = \frac{P (1+i)^n \cdot i}{(1+i)^n - 1}$$

Siendo:

P: Importe del préstamo (Sin descontar gastos iniciales y comisiones).

i: Tipo de interés mensual.

C: Cuota total mensual (amortización + intereses).

n: Número de cuotas mensuales.

Mediante el cálculo del importe de la cuota, podemos estudiar la conveniencia de devolver el préstamo en menos plazos pero de mayor cuantía, o por el contrario en más plazos pero de una cifra menor.

En el anexo 1 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario optimista y de que se elija un préstamo a 3 años sin periodo de

carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,474%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 16.000 euros
- Plazo amortización: 3 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,540%
- Pagos: 36
- Cuota: 490,19

En el anexo 2 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario intermedio y de que se elija un préstamo a 3 años sin periodo de carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,474%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 80.000 euros
- Plazo amortización: 3 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,540%
- Pagos: 36
- Cuota: 2.450,97

En el anexo 3 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario pesimista y de que se elija un préstamo a 3 años sin periodo de carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,474%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 160.000 euros
- Plazo amortización: 3 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,540%
- Pagos: 36

- Cuota: 4.901,95

En el anexo 4 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario optimista y de que se elija un préstamo a 5 años sin periodo de carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,746%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 16.000 euros
- Plazo amortización: 5 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,562%
- Pagos: 60
- Cuota: 314,91

En el anexo 5 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario intermedio y de que se elija un préstamo a 5 años sin periodo de carencia con un tipo de interés nominal de 6,746% anual. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 80.000 euros
- Plazo amortización: 5 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,562%
- Pagos: 60
- Cuota: 1.574,53

En el anexo 6 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario pesimista y de que se elija un préstamo a 5 años sin periodo de carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,746%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 160.000 euros

- Plazo amortización: 5 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,562%
- Pagos: 60
- Cuota: 3.149,05

En el anexo 7 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario optimista y de que se elija un préstamo a 5 años con 1 año de carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,773%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 16.000 euros
- Plazo amortización: 5 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,564%
- Pagos: 60
- Cuota: 315,11

En el anexo 8 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario intermedio y de que se elija un préstamo a 5 años con 1 año de carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,773%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 80.000 euros
- Plazo amortización: 5 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,564%
- Pagos: 60
- Cuota: 1.575,54

En el anexo 9 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario pesimista y de que se elija un préstamo a 5 años con 1 año de carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,773%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 160.000 euros
- Plazo amortización: 5 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,564%
- Pagos: 60
- Cuota: 3.151,08

En el anexo 10 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario optimista y de que se elija un préstamo a 7 años sin periodo de carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,986%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 16.000 euros
- Plazo amortización: 7 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,582%
- Pagos: 84
- Cuota: 241,37

En el anexo 11 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario intermedio y de que se elija un préstamo a 7 años sin periodo de carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,986%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 80.000 euros
- Plazo amortización: 7 años

- Tipo de interés nominal mensual: 0,582%
- Pagos: 84
- Cuota: 1.206,87

Por último, en el anexo 12 se muestra el cuadro de amortización en el caso de un escenario pesimista y de que se elija un préstamo a 7 años sin periodo de carencia con un tipo de interés nominal anual de 6,986%. En este caso, para calcular la cuota mensual se parte de los siguientes datos:

- Importe: 160.000 euros
- Plazo amortización: 7 años
- Tipo de interés nominal mensual: 0,582%
- Pagos: 84
- Cuota: 2.413,73

Como conclusión de este punto se va a proceder a la elección de la forma de amortizar el préstamo más adecuado para la empresa. Ya se ha comentado con anterioridad, que las líneas de financiación con interés variable quedaban descartadas desde un principio debido a su dificultad para llevar a cabo la predicción. También han quedado definidas las causas por las cuales se prefiere la financiación del ICO que las ofrecidas por las propias entidades bancarias.

Se ha de tener en cuenta que una vez llegado el momento de solicitar la financiación, su forma variará en función del escenario, ya que para el pesimista es necesario el plazo más largo para que la cuota mensual no sea tan elevada, mientras que si la situación es la del escenario optimista podría plantearse una opción a más corto plazo.

Por lo tanto, y para resumir, si se da el escenario optimista la fuente de financiación más interesante sería con un plazo de 3 años y sin periodo de



carencia. De esta forma la cuota a pagar sería de 490,19 euros, cantidad no muy elevada para hacer frente a ella mensualmente. Por otra parte, el hecho de ser el menor plazo posible del ICO hace que también sea la opción en la que menos intereses se paguen, ya que en total la carga financiera asciende a 1647,01 euros, mientras que en el plazo de 5 años y en el de 7 años son muy superiores.

En cuanto al periodo de carencia, es preferible para la empresa que no exista, ya que de esa forma se puede conseguir minorar la carga financiera que se deriva.

Respecto a los escenarios intermedio y pesimista, la necesidad de financiación es mayor con lo que se llega a la conclusión de que la opción más interesante la de mayor plazo sin carencia, es decir la de 7 años. De esta forma, al ser mayor el plazo, las cuotas mensuales serán menores, lo cual evitará posibles problemas de liquidez durante los primeros años de la empresa. Si se optara por este método de financiación, la cuota mensual sería de 1.206,87 euros para el escenario intermedio y de 2.413,73 euros para el escenario pesimista.

### **10.3.3. Presupuesto de tesorería.**

Todas las actividades que lleva a cabo la empresa tienen repercusión en la tesorería, acaban convirtiéndose en dinero por medio tanto de pagos como de cobros. La previsión del flujo de entradas y salidas de efectivo de caja permite aprovechar las ventajas derivadas de anticiparse al futuro, permitiendo estimar las necesidades futuras de efectivo que pueden requerir de créditos ajenos para ser cubiertas, así como conocer la necesidad de recursos líquidos que habrán de mantenerse para afrontar los pagos previstos y también los posibles pagos inesperados.

El presupuesto de caja no refleja los compromisos de la empresa, sino que indica el calendario de los movimientos de caja para determinar si el dinero disponible será suficiente para hacer frente a las obligaciones de la empresa cuando éstas se produzcan. La elaboración de las previsiones de tesorería

permitirá planificar tanto la búsqueda de financiación en periodos de poca liquidez, como la colocación en algunas ocasiones de excedentes de caja.

La liquidez prevista debe ser suficiente para cubrir el pasivo corriente, alcanzándose el equilibrio financiero cuando las disponibilidades se igualen al pasivo. Debe existir una corriente continua de efectivo que permita atender los compromisos de tesorería o de liquidez.

Para la confección de un presupuesto de tesorería se exige conocer:

a) La previsión de gastos e ingresos para el periodo que se pretende predecir, teniendo en cuenta que la amortización no genera salidas de caja, al ser una partida no dineraria que afecta solamente a los beneficios.

b) Las condiciones de cobros y pagos de las distintas operaciones relativas al funcionamiento de la empresa, pues mientras que los ingresos y pagos se recogen en la cuenta de resultados en función del momento en el que se devengan, el flujo de caja dependerá de las condiciones preestablecidas de pago a los proveedores y de las condiciones de cobro a clientes

c) Los importes y vencimiento de las operaciones relativas a la financiación.

d) Las necesidades relativas a las inversiones a realizar y los importes y vencimientos.

e) El saldo inicial de las cuentas de tesorería.

Por último, para completar el análisis del presupuesto de tesorería, sería conveniente conocer los flujos reales de efectivo y las desviaciones producidas respecto a los flujos previstos en el presupuesto, como por ejemplo una reparación de importancia, o la aparición de pérdidas en la explotación por causas diversas.

En la tabla 10 observamos un modelo de presupuesto de tesorería para rellenar con los datos de nuestra empresa.

*Tabla 10: Tabla modelo de presupuesto de tesorería.*

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	...	DICIEMBRE
1. Saldo inicial de tesorería				
2. Ingresos de la actividad - Cobros previstos				
3. Gastos de la actividad - Pagos previstos				
4. Inversiones - Inversiones (Salidas de caja) - Desinversiones (Entradas de caja)				
5. Financiación - Amortización de deudas o prestamos - Captación de recursos o subvenciones				
6. Operaciones extraordinarias - Pagos - Cobros				
7. Saldo final de tesorería  (1+2+3+4+5+6)				

*Fuente: Elaboración propia en base a transparencias de la Licenciatura de ADE.*

#### **10.3.4. Desarrollo práctico de “Villa Bienestar”.**

##### a) Datos generales:

- Proyecto de rehabilitación de una casa rural, en mal estado general, y que por tanto requiere de una elevada inversión para acondicionarla.
- Casa no habitada por los propietarios.
- Servicio básico ofrecido: alojamiento.
- Servicios complementarios ofrecidos: comidas.
- Otros servicios complementarios: subcontratación de excursiones y deportes de aventura, venta de productos típicos artesanos.

##### b) Evaluación de la inversión requerida en inmovilizado y activo corriente:

- Valor de las obras de rehabilitación:	130.000 euros.
- Terrenos:	20.000 euros.
- Instalaciones, mobiliario y otros:	50.000 euros.
Total inversión:	<b><u>200.000 euros.</u></b>

La amortización se hará en el máximo de años que nos permita la ley. Por tanto, la de las obras, valoradas en 130.000 euros, se hará en 68 años, y la amortización de las instalaciones del mobiliario, valorado en el apartado 10.1 por 25.500 euros, se hará en 20 años.

- Construcciones: (130.000 / 68)	1.911,76 euros.
- Mobiliario: (25.500 / 20)	1.275,00 euros.
Total amortizaciones:	<b><u>3.186,76 euros.</u></b>

Además, supondremos un saldo inicial de tesorería de 3.000 euros para el inicio de nuestra actividad.

c) Cálculo de la estacionalidad de las pernoctaciones:

En la tabla 11, se muestra una previsión sobre la estacionalidad de las pernoctaciones en nuestro alojamiento.

*Tabla 11: Estacionalidad de las pernoctaciones.*

	Distribución mensual de pernoctaciones	Pernoctaciones sobre el total anual previsto	Plazas disponibles por mes	Media de ocupación mensual
Enero	8%	80	310	25,80%
Febrero	13%	130	280	46,42%
Marzo	5%	50	310	16,13%
Abril	15%	150	300	50,00%
Mayo	5%	50	310	16,13%
Junio	8%	80	300	26,67%
Julio	12%	120	310	38,71%
Agosto	21%	210	310	67,74%
Septiembre	4%	40	300	13,33%
Octubre	4%	40	310	12,90%
Noviembre	2%	20	300	6,67%
Diciembre	3%	30	310	9,68%
<b>TOTAL</b>	<b>100%</b>	<b>1.000</b>	<b>3.650</b>	<b>27,52%</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

d) Resumen tabla de amortización del crédito ICO:

En la tabla 12 reflejamos la forma en la que se va a amortizar el préstamo del ICO, en el caso de que nos encontremos en el escenario optimista de financiación sobre 16.000 euros.

*Tabla 12: Resumen tabla de amortización del crédito ICO en euros.*

AÑO	CAPITAL	INTERÉS	AMORTIZ.	ANUALIDAD
1	16.000,00	889,41	5.882,33	6.771,74
2	10.941,16	556,41	5.882,33	6.438,74
3	5.882,33	201,19	5.882,33	6.083,52

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

e) Bases de estimación de los ingresos:

En la siguiente tabla mostramos la posible ocupación de nuestra casa rural durante los tres primeros años.

*Tabla 13: Cálculo de la ocupación del establecimiento.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Nº de habitaciones disponibles	5	5	5
Nº de plazas disponibles	10	10	10
Nº de días de funcionamiento	365	365	365
Nº habitaciones anuales potenciales	1.825	1.825	1.825
Nº de plazas anuales potenciales	3.650	3.650	3.650
Nº de habitaciones ocupadas anuales	529	566	602
Índice de ocupación por habitación	1,9	1,9	1,9
Nº de pernoctaciones	1.000	1.075	1.144
Ocupación media en estancias	27,52%	29,45%	31,35%

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

La estimación se ha realizado a partir de las cifras de ocupación que se suelen registrar en establecimientos de características similares.

Dada la tipología del cliente habitual de este tipo de establecimientos de alojamiento, en general grupos familiares, es coherente establecer un elevado índice de ocupación por habitación.

El número de habitaciones anuales potenciales resulta de multiplicar el número de habitaciones del establecimiento por el número de días del año, al igual que ocurre con el número de plazas anuales potenciales.

El número de habitaciones ocupadas se calcula a partir de la ocupación media de las habitaciones y el número de habitaciones anuales potenciales, mientras que el número de plazas ocupadas se deduce del número de habitaciones ocupadas y el índice de ocupación por habitación.

*Tabla 14: Régimen de comida de los clientes.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Solo desayuno	50%	50%	50%
Media pensión	30%	30%	30%
Pensión completa	20%	20%	20%

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

Dadas las motivaciones de los clientes de los alojamientos de turismo rural, con desplazamientos y excursiones por las zonas próximas, y a la conocida gastronomía de la localidad de Requena, no cabe esperar que realicen todas las comidas en el establecimiento. Por ello, en la tabla 14 se ha estimado un porcentaje reducido de clientes en pensión completa o media pensión, en relación a los que sólo se acogen a la opción de alojamiento más desayuno.

*Tabla 15: Precio en euros por persona y día establecidos para las diferentes opciones.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Alojamiento	32,00	32,64	33,29
Suplemento por desayuno	4,00	4,08	4,16
Suplemento por media pensión	8,00	8,16	8,32
Suplemento por pensión completa	14,00	14,28	14,57

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

En la tabla 15 hemos mostrado el precio por tipo de servicio, y han sido establecidos a partir de los precios vigentes en casas rurales de similares características. Además, se ha estimado una variación anual en los precios del 2%. En la siguiente, podemos observar el desglose de los ingresos que nos va a reportar el negocio.

*Tabla 16: Cálculo de los ingresos previstos en euros.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Plazas ocupadas (total pernoctaciones)	1.000	1.075	1.144
Ingresos por alojamiento	32.178,40	35.085,55	38.096,12
Ingresos suplemento desayuno	2.011,15	2.192,85	2.381,01
Ingresos suplemento media pensión	2.413,38	2.631,42	2.857,21
Ingresos suplemento pensión completa	2.815,61	3.069,99	3.333,41
Ingresos excursiones y productos típicos	1.005,58	1.074,93	1.144,28
<b>TOTAL</b>	<b>40.424,12</b>	<b>44.054,73</b>	<b>47.812,02</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*



**f) Bases de estimación de los gastos:**

*Tabla 17: Cálculo del gasto en concepto de personal en euros.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Sueldos y salarios	13.500,00	13.770,00	14.045,40
Seguridad social	4.329,00	4.415,58	4.503,89
<b>TOTAL</b>	<b>17.829,00</b>	<b>18.185,58</b>	<b>18.549,29</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

El establecimiento no será gestionado por el propietario del establecimiento, y su dedicación al negocio requiere cuantificar el salario que percibirá, que en nuestro caso se estipulará en 1.000 euros mensuales. También es necesario considerar la cifra a pagar en concepto de Seguridad Social, como hemos reflejado anteriormente en la tabla 17.

En lo que respecta a la contratación de personal asalariado, y vista la estacionalidad de las pernoctaciones, será necesario contratar a una persona de apoyo durante el mes de agosto, por lo que también se tiene en cuenta el gasto correspondiente, que cifraremos en 1.500 euros.

*Tabla 18: Cálculo del coste de las materias primas para restauración, en euros.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Coste de las comidas	2.896,06	3.040,86	3.192,90

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

En el caso del coste de las comidas en la tabla anterior, hemos supuesto una cifra de 2.896,06 euros anuales, y no se ha considerado el correspondiente al autoconsumo del personal empleado, ya que supone un porcentaje muy

reducido respecto al total. La variación interanual la suponemos en un 5% respecto al primer año.

*Tabla 19: Cálculo de los gastos generales, en euros.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Materiales de limpieza y baño	1.005,58	1.096,42	1.167,16
Suministros de luz y agua	1.260,00	1.285,20	1.310,90
Mantenimiento y conservación	500,00	510,00	520,20
Gastos financieros	889,41	556,41	201,19
Asesoría externa	420,00	428,40	436,97
Tributos (IVA, IRPF, tasas)	4.185,60	4.269,31	4.354,70
Primas de seguro	250,00	255,00	260,10
Otros gastos	500,00	510,00	520,20
Amortizaciones	3.186,76	3.186,76	3.186,76
<b>TOTAL</b>	<b>12.197,35</b>	<b>12.097,50</b>	<b>11.958,18</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

En cuanto a la tabla 19, dónde se refleja el cálculo de los gastos generales, el gasto en materiales de limpieza y baño ha sido calculado en función del número de estancias.

Los gastos financieros corresponden a la cuota financiera a pagar del préstamo solicitado.

Las amortizaciones han sido calculadas en función de la naturaleza de la inversión y los coeficientes legalmente establecidos, 3% del coste de las obras de rehabilitación y 10% para las instalaciones y mobiliario.

En el capítulo de otros gastos, se incluyen aquellos que no han sido considerados en otros epígrafes y el coste de adquisición de los productos típicos que están a la venta.

A continuación, en la tabla 20, unificamos los datos desglosados en los anteriores para tener una visión más clara de las cifras de cara a la cuenta de explotación.

*Tabla 20: Cálculo resumen de los gastos previstos, en euros.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Gastos de personal	17.829,00	18.185,58	18.549,29
Gastos en comidas	2.896,06	3.157,70	3.428,65
Gastos generales	12.197,35	12.097,50	11.958,18
<b>TOTAL</b>	<b>32.922,41</b>	<b>33.440,78</b>	<b>33.936,12</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

Los gastos generales disminuyen en el tiempo al disminuir el interés a pagar en cada anualidad del préstamo.

g) Cuenta de explotación:

Obtendremos en la tabla 21, la cuenta de explotación resultante de los tres primeros años.

*Tabla 21: Cálculo de la cuenta de explotación, en euros.*

CONCEPTO	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3
Ingresos:			
- Alojamiento	32.178,40	35.085,55	38.096,12

- Restauración	5.228,99	5.701,40	6.190,62
- Excursiones y venta de productos	1.005,58	1.074,93	1.144,28
<b>Gastos:</b>			
- Gastos de personal	17.829,00	18.185,58	18.549,29
- Gastos de comidas	2.896,06	3.157,70	3.428,65
- Gastos generales (sin amortizaciones)	9.010,59	8.910,74	8.771,42
<b>Beneficio bruto</b>	<b>8.677,32</b>	<b>11.607,86</b>	<b>14.681,66</b>
<b>Amortizaciones</b>	<b>3.186,76</b>	<b>3.186,76</b>	<b>3.186,76</b>
<b>Beneficio antes de impuestos e intereses</b>	<b>5.490,56</b>	<b>8.421,10</b>	<b>11.494,90</b>
<b>Gastos financieros</b>	<b>889,41</b>	<b>889,41</b>	<b>889,41</b>
<b>Beneficio antes de impuestos</b>	<b>4.601,15</b>	<b>7.531,69</b>	<b>10.605,49</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

#### h) Presupuesto de tesorería correspondiente al primer año de actividad:

A continuación en la tabla 22, reflejaremos el cuadro que hemos presentado en el punto 10.3.3., cumplimentado con los datos que hemos supuesto para el primer año.

La determinación del punto de equilibrio parte de las previsiones efectuadas de ingresos y gastos. Los costes fijos son aquellos que son invariables con cualquier nivel de ventas, mientras que los costes variables se incurren en forma proporcional al nivel de ventas.

El punto de equilibrio se puede calcular en términos de ingresos y en unidades físicas. Es recomendable calcularlo en términos de ingresos totales cuando la actividad no es fácilmente reconocible en unidades físicas, o cuando hay varios productos o servicios, como ocurre en nuestro caso.

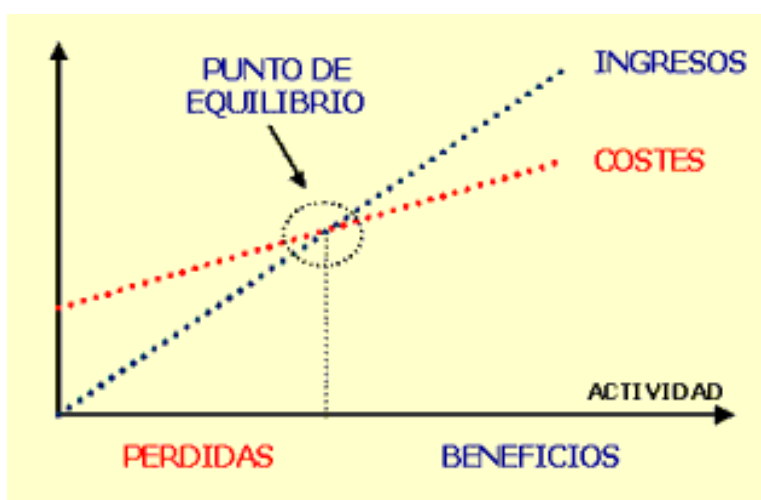
*Punto equilibrio = Costes Fijos / 1 - (Costes Variables / Importe de las ventas).*

Para ver la cifra a partir de la cual obtendríamos ganancias, realizaremos el ejemplo del punto de equilibrio con los datos del primer año, tomando como costes fijos los gastos generales y las amortizaciones del periodo, y como variables los de personal y de comidas. En los ingresos recogeremos tanto los resultantes de alojamiento, como de restauración y de las excursiones.

$$\text{Punto equilibrio} = 9.010,59 + 3.186,76 / 1 - ((17.829,00 + 2.896,06) / (32.178,40 + 5.228,99 + 1.005,58)) = 15.931,30 \text{ euros.}$$

Considerando los datos del supuesto práctico, y aplicando fórmula anterior, la cifra mínima de ventas a partir de la cual se van a obtener beneficios es de 15.931,30 euros, o lo que es lo mismo, y realizando el prorrateo supuesto en la tabla 14, en la que el 50% de las pernoctaciones lo harán en régimen de solo desayuno, un 30% en media pensión y un 20% en pensión completa; obtenemos que si se cumplen dichos objetivos, se obtendrían beneficios a partir de las 405 pernoctaciones.

*Imagen 46: Representación gráfica del punto de equilibrio.*



*Fuente: Apuntes de la Licenciatura de Administración y Dirección de Empresas.*

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

*Tabla 22: Cálculo del presupuesto de caja del primer año de actividad en euros.*

CONCEPTO	ENERO	FEBRERO	MARZO	ABRIL	MAYO
<b>1. Saldo inicial de tesorería</b>	<b>3.000,00</b>	<b>3.651,01</b>	<b>6.157,21</b>	<b>5.969,10</b>	<b>7.806,18</b>
<b>2. Ingresos de la actividad</b>	<b>3.216,00</b>	<b>5.226,00</b>	<b>2.010,00</b>	<b>6.030,00</b>	<b>2.010,00</b>
Cobros previstos					
- Alojamiento	2.560,00	4.160,00	1.600,00	4.800,00	1.600,00
- Restauración	576,00	936,00	360,00	1.080,00	360,00
- Excursiones y venta de productos	80,00	130,00	50,00	150,00	50,00
<b>3. Gastos de la actividad</b>	<b>2.000,68</b>	<b>2.155,49</b>	<b>1.633,80</b>	<b>3.628,61</b>	<b>1.633,80</b>
Pagos previstos					
Gastos de personal					
- Sueldos y salarios	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
- Seguridad Social	320,66	320,66	320,66	320,66	320,66
Gastos de comidas					
- Coste de materia prima	231,68	376,49	144,80	434,41	144,80
Gastos generales					
- Materiales de limpieza y baño	80,00	130,00	50,00	150,00	50,00
- Suministros de luz y agua	0,00	210,00	0,00	210,00	0,00
- Mantenimiento y conservación	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67
- Asesoría externa	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
- Tributos	0,00	0,00	0,00	1.395,20	0,00
- Primas de seguro	250,00	0,00	0,00	0,00	0,00
- Otros gastos	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67
<b>4. Amortización de deudas</b>	<b>564,31</b>	<b>564,31</b>	<b>564,31</b>	<b>564,31</b>	<b>564,31</b>
Devolución del crédito ICO	564,31	564,31	564,31	564,31	564,31
<b>5. Saldo final de tesorería</b>	<b>3.651,01</b>	<b>6.157,21</b>	<b>5.969,10</b>	<b>7.806,18</b>	<b>7.618,07</b>

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

JUNIO	JULIO	AGOSTO	SEPTIEMBRE	OCTUBRE	NOVIEMBRE	DICIEMBRE
<b>7.618,07</b>	<b>8.309,08</b>	<b>9.267,04</b>	<b>13.177,56</b>	<b>12.145,41</b>	<b>9.989,06</b>	<b>8.711,83</b>
<b>3.216,00</b>	<b>4.824,00</b>	<b>8.447,58</b>	<b>1.608,00</b>	<b>1.608,00</b>	<b>804,00</b>	<b>1.206,00</b>
2.560,00	3.840,00	6.720,00	1.280,00	1.280,00	640,00	960,00
576,00	864,00	1.512,00	288,00	288,00	144,00	216,00
80,00	120,00	215,58	40,00	40,00	20,00	30,00
<b>1.960,68</b>	<b>3.301,73</b>	<b>3.972,75</b>	<b>2.075,84</b>	<b>3.200,04</b>	<b>1.516,92</b>	<b>1.765,88</b>
1.000,00	1.000,00	2.500,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00	1.000,00
320,66	320,66	320,66	801,66	320,66	320,66	320,66
231,68	347,53	608,17	115,84	115,84	57,92	86,88
80,00	120,00	215,58	40,00	40,00	20,00	30,00
210,00	0,00	210,00	0,00	210,00	0,00	210,00
41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67
35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00	35,00
0,00	1.395,20	0,00	0,00	1.395,20	0,00	0,00
0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67	41,67
<b>564,31</b>	<b>564,31</b>	<b>564,31</b>	<b>564,31</b>	<b>564,31</b>	<b>564,31</b>	<b>564,31</b>
564,31	564,31	564,31	564,31	564,31	564,31	564,31
<b>8.309,08</b>	<b>9.267,04</b>	<b>13.177,56</b>	<b>12.145,41</b>	<b>9.989,06</b>	<b>8.711,83</b>	<b>7.587,64</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

Aunque un análisis más completo debería abarcar distintos años de la actividad, con el fin de valorar la rentabilidad y viabilidad a lo largo de varios ejercicios, se puede concluir, con las previsiones realizadas, lo siguiente:

- El presupuesto de financiación cubre el presupuesto de inversión.
- El proyecto genera beneficios positivos y éstos, dadas las características de la actividad, y siempre con los datos que hemos supuesto, parecen interesantes.
- Las necesidades de liquidez del proyecto están cubiertas mensualmente.

Así pues, a la luz de los datos que hemos tomado, el proyecto es viable desde una perspectiva económico-financiera.

#### **10.4. Análisis de resultados.**

Es necesario calcular el VAN y la TIR de la inversión, ya que sólo de esta manera podremos evaluar la rentabilidad de cada escenario. Por lo tanto a continuación vamos a definir cada uno de los conceptos, así como proceder a su cálculo.

##### **10.4.1. Cálculo del Valor Actual Neto (VAN).**

El VAN es el valor actualizado de todos los rendimientos o beneficios esperados y es igual a la diferencia entre el valor actualizado de los cobros esperados y el valor también actualizado de los pagos previstos.

A la hora de llevar a cabo la actualización de todos los flujos de caja hemos de fijar una tasa de descuento que será el coste de la financiación. El coste de la financiación ajena para el escenario optimista es de 6,474%, y de 6,600 % para los escenarios intermedio y pesimista. El coste de los fondos propios lo obtendremos de la rentabilidad que ofrecen las letras del Tesoro,



como inversión alternativa, cuya rentabilidad a octubre de 2011 fue de un 3,69%.

Observamos en la tabla 23, la rentabilidad de las letras del Tesoro en octubre de 2011.

*Tabla 23: Rentabilidad de las letras del Tesoro en octubre de 2011.*

	<b>Rentabilidad</b>
<b>Letras del Tesoro a 3 meses</b>	0,980%
<b>Letras del Tesoro a 6 meses</b>	1,801%
<b>Letras del Tesoro a 12 meses</b>	3,688%
<b>Letras del Tesoro a 18 meses</b>	3,900%

*Fuente: www.tesoro.es*

Para el escenario optimista, la tasa de actualización sería la siguiente:

$$k = (180.000 \times 0 + 16.000 \times 0,06474 + 4.000 \times 0,0369) / 200.000 = \mathbf{0,591\%}$$

Para el escenario intermedio, la tasa de actualización sería la siguiente:

$$k = (100.000 \times 0 + 80.000 \times 0,06600 + 20.000 \times 0,0369) / 200.000 = \mathbf{3,009\%}$$

Para el escenario pesimista, la tasa de actualización sería la siguiente:

$$k = (160.000 \times 0,06600 + 40.000 \times 0,0369) / 200.000 = \mathbf{6,018\%}$$

Obtendremos los flujos de caja del primer año, mediante la diferencia entre los ingresos y gastos de la actividad resultantes de la tabla 22. Para el resto de anualidades, supondremos que dicha diferencia aumentará en un

punto porcentual respecto al año anterior. Los flujos de caja serán independientes del escenario en que nos encontremos.

*Tabla 24: Desglose en euros de los flujos de caja anuales.*

	<b>Flujos de caja</b>
<b>Coste inversión</b>	-200.000,00
<b>Año 1</b>	11.359,36
<b>Año 2</b>	11.472,95
<b>Año 3</b>	11.587,68
<b>Año 4</b>	11.703,56
<b>Año 5</b>	11.820,60
<b>Año 6</b>	11.938,80
<b>Año 7</b>	12.058,19
<b>Año 8</b>	12.178,77
<b>Año 9</b>	12.300,56
<b>Año 10</b>	12.423,56
<b>Año 11</b>	12.547,80
<b>Año 12</b>	12.673,28
<b>Año 13</b>	12.800,01
<b>Año 14</b>	12.928,01
<b>Año 15</b>	13.057,29
<b>Año 16</b>	13.187,86
<b>Año 17</b>	13.319,74

<b>Año 18</b>	13.452,94
<b>Año 19</b>	13.587,47
<b>Año 20</b>	13.723,34
<b>Año 21</b>	13.860,58
<b>Año 22</b>	13.999,18
<b>Año 23</b>	14.139,18
<b>Año 24</b>	14.280,57
<b>Año 25</b>	14.423,37
<b>Año 26</b>	14.567,61
<b>Año 27</b>	14.713,28
<b>Año 28</b>	14.860,42
<b>Año 29</b>	15.009,02
<b>Año 30</b>	145.159,11
<b>TOTAL</b>	<b>325.134,11</b>

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

En el flujo de caja correspondiente al último año, hemos tenido en cuenta la valoración de la vivienda.

Una vez conocidos los flujos de caja y la tasa de descuento, ya podemos pasar a calcular el Valor Actual Neto correspondiente a cada escenario. El cálculo se realiza a partir de la siguiente fórmula, y lo desglosamos según escenarios en la tabla número 24.

$$VAN = - C + \sum (FC_i / (1 + k)^i)$$

Donde:

C: Capital desembolsado

FC<sub>i</sub>: Flujo de caja correspondiente al año i

k: Tasa de descuento

i: Años del 1 al 30

*Tabla 25: Cálculo del Valor Actual Neto en euros.*

	<b>E. Optimista</b>	<b>E. Intermedio</b>	<b>E. Pesimista</b>
<b>VAN</b>	268.466,60	105.686,19	-3.962,23

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

Por el análisis de los resultados obtenidos por el VAN hemos de fijarnos en si dicho valor es positivo o negativo, ya que:

- Si  $VAN > 0$ . El proyecto debe realizarse ya que aporta beneficios.
- Si  $VAN \leq 0$ . El proyecto no debe realizarse, da lugar a pérdidas, o a una rentabilidad nula.

En este caso observamos que independientemente de encontrarnos en un escenario optimista o intermedio, deberemos realizar el proyecto ya que el Valor Actual Neto obtenido es superior a 0 en ambos casos. El proyecto no resultaría rentable en el escenario pesimista, ya que el valor de los cobros actualizados es menor al de los gastos actualizados al momento actual.

#### **10.4.2. Cálculo de la Tasa Interna de Retorno (TIR).**

La TIR de una inversión es la rentabilidad expresada en tanto por uno anual. Se define como aquel tipo de actualización o descuento que iguala el valor actualizado de cobros con el valor actualizado de los pagos.

Para obtener la TIR de una inversión es necesario resolver una ecuación de grado "n", siendo "n" la vida de la inversión, en este caso son 30 años.

Para llegar a una conclusión sobre el resultado de la TIR, hemos de comparar ésta con la k, es decir, la tasa de descuento.

- $r \leq k$ : El proyecto no interesa realizarlo porque su rentabilidad es inferior a su coste.
- $r > k$ : El proyecto interesa realizarlo ya que la rentabilidad obtenida es superior al coste de llevarlo a cabo.

$$VAN = 0$$

$$- C + \sum (FC_i / (1 + r)^i) = 0$$

Donde:

C: Capital desembolsado

FC<sub>i</sub>: Flujo de caja correspondiente al año i

r: Tasa Interna de Rendimiento (TIR)

i: Años del 0 al 30

Realizando los cálculos mediante la función TIR de la hoja de cálculo Excel, obtenemos una TIR única de 5,868%, que tendremos que comparar con la tasa de descuento para saber si es viable llevar a cabo el proyecto.

Llegamos a la conclusión de que en el caso de un escenario optimista sí que resultaría rentable llevar a cabo el proyecto, mientras que en los casos de

escenario intermedio y pesimista, no, ya que el coste de realizarlo sería superior a los beneficios obtenidos, como vemos en la tabla 26.

*Tabla 26: Conclusiones del cálculo de la TIR.*

	<b>E. Optimista</b>	<b>E. Intermedio</b>	<b>E. Pesimista</b>
<b>R</b>	5,868%	5,868%	5,868%
<b>K</b>	0,591%	3,009%	6,018%
<b>Conclusión</b>	$r > k$	$r > k$	$r < k$

*Fuente: Elaboración propia en base a los datos supuestos en el TFC.*

#### **10.4.3. Resultado del análisis.**

En los escenarios optimista e intermedio, o lo que es lo mismo, recibiendo subvenciones por valor del 50% o el 90% de la inversión, el proyecto resulta rentable ya que el VAN es positivo, y la TIR o rentabilidad de la inversión es superior al coste de la inversión.

En el escenario pesimista, no concediéndonos subvención alguna, la situación no es favorable para la puesta en marcha del proyecto, de forma que en este caso sería mayor el coste de llevarlo a cabo, que el beneficio obtenido por el mismo.

Así pues, todo dependerá del importe de la subvención que nos entreguen desde las administraciones autonómicas o desde la Unión Europea.

## **11 – CONCLUSIONES.**

Para desarrollar todo el estudio anterior hemos tenido en todo momento claro el objetivo que queríamos conseguir, es decir, la implantación de un hotel rural en la comarca de Utiel-Requena.

La primera parte del TFC ha constado de un análisis del macroentorno y del microentorno como punto de partida para poder tomar las primeras decisiones del proyecto de inversión.

Para conocer el macroentorno en el que se va a desarrollar el proyecto, hemos analizado diversas magnitudes de la zona en la que se va a ubicar el alojamiento rural, de forma que podemos conseguir unos conocimientos iniciales del lugar. Estas magnitudes son de tipo geográfico, demográfico y económico.

En cuanto al aspecto geográfico, la comarca Utiel-Requena está situada en la Comunidad Valenciana, en la zona montañosa de transición hacia Castilla-La Mancha. Se caracteriza también por un clima continental.

Respecto al aspecto demográfico, observamos cómo la evolución de población varía según la cercanía al Área Metropolitana de Valencia y la presencia de relieves montañosos. Por lo tanto, el crecimiento de la población es mucho mayor en las zonas más cercanas al Área Metropolitana y con menor presencia de relieves, mientras que en las otras, el crecimiento puede llegar a ser negativo. En general, la población de la comarca ha sufrido una evolución positiva en los últimos años.

En cuanto al aspecto económico de la comarca podemos decir que la principal fuente de ingresos es la agricultura, concretamente el cultivo de la vid, aunque existe una constante inclinación hacia el sector terciario y una pérdida representativa del sector industrial.

También hemos analizado las características de la zona, tanto en oferta básica como en oferta complementaria (fiestas, gastronomía, etc.) para evaluar la capacidad de la zona para atraer Turismo Rural. Con todo esto observamos que la comarca no tiene una oferta de alojamientos de calidad, y la oferta

complementaria se basa en las fiestas tradicionales, zonas naturales y gastronomía de la zona. Estos aspectos son claves para el éxito del proyecto.

Una vez ya conocido el entorno en el que vamos a desarrollar el proyecto, pasamos a estudiar la forma jurídica de empresa que mejor se adapta a las necesidades. Tras analizar las diversas opciones nos decidimos a crear una Sociedad Limitada Nueva Empresa, cuyas principales ventajas son la rapidez en la tramitación y la simplicidad contable.

A continuación pasamos a la descripción del proyecto, esto es, la implantación de un Hotel Rural en el casco antiguo de Requena, conocido como La Villa, en una antigua casa a remodelar. La casa cuenta con capacidad para 10 personas, repartidas en 5 habitaciones, y puede alquilarse por habitaciones o al completo, en función de la demanda.

Posteriormente realizamos un análisis de la inversión necesaria y de la forma de financiar dicha inversión. Tras esto se utilizan varios criterios para analizar si dicho proyecto resulta rentable. Para ello hemos planteado tres escenarios distintos, uno optimista, otro intermedio y un último pesimista. En el primero de ellos se parte de la hipótesis de que recibimos todas las subvenciones posibles, mientras que en la hipótesis pesimista no recibimos ninguna subvención. Entre ellos, el punto medio es el escenario intermedio en el que se obtiene una subvención de la mitad del importe total de la inversión. El desembolso inicial de la misma asciende a 200.000 euros, de los cuales parte se cubre con subvenciones, parte con financiación ajena y parte con las aportaciones de los socios al capital social. Las subvenciones como máximo ascienden a 180.000 euros (escenario optimista). Si descontamos las subvenciones recibidas de la inversión necesaria obtendremos las necesidades financieras, el 80% de las cuales las recibiremos a través de la financiación ajena, y el resto serán aportaciones de los socios al capital social.

Para la financiación ajena, tras analizar las diversas opciones, optamos por acogernos a una de las líneas de crédito ofrecidas a través del ICO, y dentro de ellas elegiremos una u otra en función del escenario en el que nos encontremos. Por ejemplo, para el escenario optimista la fuente de financiación más interesante sería un crédito con un plazo de 3 años y sin periodo de



carencia. De esta forma, la cuota a pagar sería de 490,19 euros mensuales. En cuanto a los escenarios intermedio y pesimista, la necesidad de financiación es mayor, con lo que llegamos a la conclusión de que la opción más interesante es la del crédito de mayor plazo, 7 años y sin carencia. De esta forma, al ser mayor el plazo, las cuotas mensuales serán menores, lo cual evitará posibles problemas de liquidez durante los primeros años de la empresa. Con este método de financiación, la cuota mensual sería de 1.206,87 euros para el escenario intermedio y de 2.413,73 euros para el escenario pesimista.

Para realizar el análisis de inversión hemos de conocer los Flujos de Caja generados durante los 30 años de vida de la inversión, para ello hemos estimado los cobros y pagos ordinarios en este periodo, que se han calculado a través de una estimación de precios y de ocupación. Los conceptos de pagos ordinarios son: sueldos, suministros, asesoramiento y otros varios, como limpieza y mantenimiento; mientras que los pagos extraordinarios se deben al pago de las cuotas de la financiación ajena.

Una vez calculados los Flujos de Caja hemos calculado el Valor Actual Neto en cada uno de los escenarios y la Tasa Interna de Retorno única, para averiguar si la realización de dicho proyecto resultaría rentable. La conclusión difiere en función del escenario en el que nos encontremos. En los escenarios optimista e intermedio el proyecto resulta rentable ya que el VAN es positivo y la TIR es superior al coste de la inversión. En el escenario pesimista, no llevaríamos a cabo la puesta en marcha del proyecto, ya que sería mayor el coste de llevarlo a cabo, que el beneficio obtenido por él.

Por último, a la hora de poner en marcha el proyecto, hemos de conocer los aspectos legales, fiscales y contables que nos afectan, así como los trámites de constitución de la sociedad y la forma de administración.

En los aspectos legales destaca que la Comunidad Valenciana cuenta con unas normas que regulan el alojamiento turístico rural, este es, el Decreto 207/1999, del 9 de noviembre, y que tiene por objeto "*la promoción del turismo rural en el interior de la Comunidad Valenciana*". Dentro de este Decreto también quedan regulados los requisitos administrativos, los requisitos técnicos del inmueble y la fijación de precios entre otros.

En los aspectos fiscales hay que tener en cuenta que toda actividad empresarial está sujeta a diferentes tributos, en este caso los más importantes son el Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE), del que estará exento, el Impuesto sobre el Valor Añadido (IVA) y el impuesto que grava los beneficios de la actividad, el Impuesto de Sociedades, ya que estamos hablando de una sociedad. También hemos de tener en cuenta que la Sociedad Limitada Nueva Empresa tiene ciertas características fiscales como el aplazamiento del Impuesto de Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados, así como de las deudas tributarias del Impuesto sobre Sociedades correspondientes a los dos primeros periodos impositivos y la no obligación de efectuar pagos fraccionados del Impuesto sobre Sociedades durante el mismo periodo.

En cuanto a los aspectos contables que afectan a la Sociedad Limitada Nueva Empresa, cabe destacar la aplicación de un sistema simplificado de contabilidad y un modelo simplificado de presentación de las cuentas anuales.

Una vez ya analizado todo lo anterior, procedemos a la constitución. La mayoría de los trámites, excepto notaría y registro, se pueden realizar de forma gratuita a través del Servicio de Ventanilla Única Empresarial, en la Cámara de Comercio. Observamos como la SLNE requiere de menos tiempo para su constitución. Concretamente, para este tipo de sociedad existen dos métodos de tramitación, la presencial y la telemática.

En cuanto a la forma de administración de una SLNE, es similar a la Sociedad de Responsabilidad Limitada ordinaria, regida por la Junta General de socios y por el órgano de administración. La Junta General es la asamblea que reúne a todos los socios y es el órgano soberano para regir la vida de la sociedad.

Por lo tanto, hemos concluido que la mayor opción es solicitar las subvenciones de puesta en marcha, y en función de las que nos sean concedidas, seguiríamos adelante con el proyecto. En caso de que nos concedan o bien la del 50% o la del 90% de la inversión, iniciaremos la implantación, y en ese caso, se creará bajo la forma jurídica de Sociedad Limitada de Nueva Empresa.

## **12 – ANEXOS.**

### **Anexo 1: Cuadro de amortización. Escenario optimista. 3 años. Sin carencia.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	16.000,00
01-ene-12	490,19	403,87	86,32	403,87	15.596,13
01-feb-12	490,19	406,05	84,14	809,93	15.190,07
01-mar-12	490,19	408,24	81,95	1.218,17	14.781,83
01-abr-12	490,19	410,45	79,75	1.628,62	14.371,38
01-may-12	490,19	412,66	77,53	2.041,28	13.958,72
01-jun-12	490,19	414,89	75,31	2.456,17	13.543,83
01-jul-12	490,19	417,13	73,07	2.873,29	13.126,71
01-ago-12	490,19	419,38	70,82	3.292,67	12.707,33
01-sep-12	490,19	421,64	68,56	3.714,31	12.285,69
01-oct-12	490,19	423,91	66,28	4.138,22	11.861,78
01-nov-12	490,19	426,20	63,99	4.564,42	11.435,58
01-dic-12	490,19	428,50	61,69	4.992,92	11.007,08
01-ene-13	490,19	430,81	59,38	5.423,73	10.576,27
01-feb-13	490,19	433,14	57,06	5.856,87	10.143,13
01-mar-13	490,19	435,47	54,72	6.292,34	9.707,66
01-abr-13	490,19	437,82	52,37	6.730,16	9.269,84
01-may-13	490,19	440,18	50,01	7.170,35	8.829,65
01-jun-13	490,19	442,56	47,64	7.612,91	8.387,09
01-jul-13	490,19	444,95	45,25	8.057,85	7.942,15
01-ago-13	490,19	447,35	42,85	8.505,20	7.494,80
01-sep-13	490,19	449,76	40,43	8.954,96	7.045,04
01-oct-13	490,19	452,19	38,01	9.407,15	6.592,85
01-nov-13	490,19	454,63	35,57	9.861,77	6.138,23
01-dic-13	490,19	457,08	33,12	10.318,85	5.681,15
01-ene-14	490,19	459,54	30,65	10.778,40	5.221,60
01-feb-14	490,19	462,02	28,17	11.240,42	4.759,58
01-mar-14	490,19	464,52	25,68	11.704,94	4.295,06
01-abr-14	490,19	467,02	23,17	12.171,96	3.828,04

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-may-14	490,19	469,54	20,65	12.641,50	3.358,50
01-jun-14	490,19	472,08	18,12	13.113,58	2.886,42
01-jul-14	490,19	474,62	15,57	13.588,20	2.411,80
01-ago-14	490,19	477,18	13,01	14.065,38	1.934,62
01-sep-14	490,19	479,76	10,44	14.545,14	1.454,86
01-oct-14	490,19	482,35	7,85	15.027,49	972,51
01-nov-14	490,19	484,95	5,25	15.512,44	487,56
01-dic-14	490,19	487,56	2,63	16.000,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>17.647,01</b>	<b>16.000,00</b>	<b>1.647,01</b>		

**Anexo 2: Cuadro de amortización. Escenario intermedio. 3 años. Sin carencia.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	80.000,00
01-ene-12	2.450,97	2.019,37	431,60	2.019,37	77.980,63
01-feb-12	2.450,97	2.030,27	420,71	4.049,64	75.950,36
01-mar-12	2.450,97	2.041,22	409,75	6.090,86	73.909,14
01-abr-12	2.450,97	2.052,23	398,74	8.143,10	71.856,90
01-may-12	2.450,97	2.063,31	387,67	10.206,40	69.793,60
01-jun-12	2.450,97	2.074,44	376,54	12.280,84	67.719,16
01-jul-12	2.450,97	2.085,63	365,34	14.366,47	65.633,53
01-ago-12	2.450,97	2.096,88	354,09	16.463,35	63.536,65
01-sep-12	2.450,97	2.108,19	342,78	18.571,54	61.428,46
01-oct-12	2.450,97	2.119,57	331,41	20.691,11	59.308,89
01-nov-12	2.450,97	2.131,00	319,97	22.822,11	57.177,89
01-dic-12	2.450,97	2.142,50	308,47	24.964,61	55.035,39
01-ene-13	2.450,97	2.154,06	296,92	27.118,67	52.881,33
01-feb-13	2.450,97	2.165,68	285,29	29.284,35	50.715,65
01-mar-13	2.450,97	2.177,36	273,61	31.461,71	48.538,29
01-abr-13	2.450,97	2.189,11	261,86	33.650,82	46.349,18
01-may-13	2.450,97	2.200,92	250,05	35.851,74	44.148,26
01-jun-13	2.450,97	2.212,79	238,18	38.064,53	41.935,47
01-jul-13	2.450,97	2.224,73	226,24	40.289,26	39.710,74

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-ago-13	2.450,97	2.236,73	214,24	42.526,00	37.474,00
01-sep-13	2.450,97	2.248,80	202,17	44.774,80	35.225,20
01-oct-13	2.450,97	2.260,93	190,04	47.035,73	32.964,27
01-nov-13	2.450,97	2.273,13	177,84	49.308,87	30.691,13
01-dic-13	2.450,97	2.285,39	165,58	51.594,26	28.405,74
01-ene-14	2.450,97	2.297,72	153,25	53.891,98	26.108,02
01-feb-14	2.450,97	2.310,12	140,85	56.202,11	23.797,89
01-mar-14	2.450,97	2.322,58	128,39	58.524,69	21.475,31
01-abr-14	2.450,97	2.335,11	115,86	60.859,80	19.140,20
01-may-14	2.450,97	2.347,71	103,26	63.207,52	16.792,48
01-jun-14	2.450,97	2.360,38	90,60	65.567,89	14.432,11
01-jul-14	2.450,97	2.373,11	77,86	67.941,01	12.058,99
01-ago-14	2.450,97	2.385,92	65,06	70.326,92	9.673,08
01-sep-14	2.450,97	2.398,79	52,19	72.725,71	7.274,29
01-oct-14	2.450,97	2.411,73	39,24	75.137,44	4.862,56
01-nov-14	2.450,97	2.424,74	26,23	77.562,18	2.437,82
01-dic-14	2.450,97	2.437,82	13,15	80.000,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>88.235,05</b>	<b>80.000,00</b>	<b>8.235,05</b>		

**Anexo 3: Cuadro de amortización. Escenario pesimista. 3 años. Sin carencia.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	160.000,00
01-ene-12	4.901,95	4.038,75	863,20	4.038,75	155.961,25
01-feb-12	4.901,95	4.060,54	841,41	8.099,28	151.900,72
01-mar-12	4.901,95	4.082,44	819,50	12.181,73	147.818,27
01-abr-12	4.901,95	4.104,47	797,48	16.286,19	143.713,81
01-may-12	4.901,95	4.126,61	775,34	20.412,81	139.587,19
01-jun-12	4.901,95	4.148,87	753,07	24.561,68	135.438,32
01-jul-12	4.901,95	4.171,26	730,69	28.732,94	131.267,06
01-ago-12	4.901,95	4.193,76	708,19	32.926,70	127.073,30
01-sep-12	4.901,95	4.216,39	685,56	37.143,09	122.856,91
01-oct-12	4.901,95	4.239,13	662,81	41.382,22	118.617,78

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-nov-12	4.901,95	4.262,00	639,94	45.644,22	114.355,78
01-dic-12	4.901,95	4.285,00	616,95	49.929,22	110.070,78
01-ene-13	4.901,95	4.308,12	593,83	54.237,34	105.762,66
01-feb-13	4.901,95	4.331,36	570,59	58.568,69	101.431,31
01-mar-13	4.901,95	4.354,73	547,22	62.923,42	97.076,58
01-abr-13	4.901,95	4.378,22	523,73	67.301,64	92.698,36
01-may-13	4.901,95	4.401,84	500,11	71.703,48	88.296,52
01-jun-13	4.901,95	4.425,59	476,36	76.129,07	83.870,93
01-jul-13	4.901,95	4.449,46	452,48	80.578,53	79.421,47
01-ago-13	4.901,95	4.473,47	428,48	85.052,00	74.948,00
01-sep-13	4.901,95	4.497,60	404,34	89.549,60	70.450,40
01-oct-13	4.901,95	4.521,87	380,08	94.071,47	65.928,53
01-nov-13	4.901,95	4.546,26	355,68	98.617,73	61.382,27
01-dic-13	4.901,95	4.570,79	331,16	103.188,52	56.811,48
01-ene-14	4.901,95	4.595,45	306,50	107.783,97	52.216,03
01-feb-14	4.901,95	4.620,24	281,71	112.404,21	47.595,79
01-mar-14	4.901,95	4.645,17	256,78	117.049,38	42.950,62
01-abr-14	4.901,95	4.670,23	231,72	121.719,61	38.280,39
01-may-14	4.901,95	4.695,42	206,52	126.415,03	33.584,97
01-jun-14	4.901,95	4.720,76	181,19	131.135,79	28.864,21
01-jul-14	4.901,95	4.746,22	155,72	135.882,01	24.117,99
01-ago-14	4.901,95	4.771,83	130,12	140.653,84	19.346,16
01-sep-14	4.901,95	4.797,57	104,37	145.451,42	14.548,58
01-oct-14	4.901,95	4.823,46	78,49	150.274,88	9.725,12
01-nov-14	4.901,95	4.849,48	52,47	155.124,36	4.875,64
01-dic-14	4.901,95	4.875,64	26,30	160.000,00	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>176.470,10</b>	<b>160.000,00</b>	<b>16.470,10</b>		

**Anexo 4: Cuadro de amortización. Escenario optimista. 5 años. Sin carencia.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	16.000,00
01-ene-12	314,91	224,96	89,95	224,96	15.775,04
01-feb-12	314,91	226,22	88,68	226,22	15.548,82
01-mar-12	314,91	227,50	87,41	227,50	15.321,32
01-abr-12	314,91	228,77	86,13	228,77	15.092,55
01-may-12	314,91	230,06	84,85	230,06	14.862,49
01-jun-12	314,91	231,35	83,55	231,35	14.631,14
01-jul-12	314,91	232,65	82,25	232,65	14.398,48
01-ago-12	314,91	233,96	80,94	233,96	14.164,52
01-sep-12	314,91	235,28	79,63	235,28	13.929,24
01-oct-12	314,91	236,60	78,31	236,60	13.692,64
01-nov-12	314,91	237,93	76,98	237,93	13.454,71
01-dic-12	314,91	239,27	75,64	239,27	13.215,45
01-ene-13	314,91	240,61	74,29	240,61	12.974,83
01-feb-13	314,91	241,97	72,94	241,97	12.732,87
01-mar-13	314,91	243,33	71,58	243,33	12.489,54
01-abr-13	314,91	244,69	70,21	244,69	12.244,85
01-may-13	314,91	246,07	68,84	246,07	11.998,78
01-jun-13	314,91	247,45	67,45	247,45	11.751,33
01-jul-13	314,91	248,84	66,06	248,84	11.502,49
01-ago-13	314,91	250,24	64,66	250,24	11.252,24
01-sep-13	314,91	251,65	63,26	251,65	11.000,59
01-oct-13	314,91	253,06	61,84	253,06	10.747,53
01-nov-13	314,91	254,49	60,42	254,49	10.493,04
01-dic-13	314,91	255,92	58,99	255,92	10.237,13
01-ene-14	314,91	257,36	57,55	257,36	9.979,77
01-feb-14	314,91	258,80	56,10	258,80	9.720,97
01-mar-14	314,91	260,26	54,65	260,26	9.460,71
01-abr-14	314,91	261,72	53,18	261,72	9.198,99
01-may-14	314,91	263,19	51,71	263,19	8.935,80
01-jun-14	314,91	264,67	50,23	264,67	8.671,13

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-jul-14	314,91	266,16	48,75	266,16	8.404,97
01-ago-14	314,91	267,66	47,25	267,66	8.137,32
01-sep-14	314,91	269,16	45,75	269,16	7.868,16
01-oct-14	314,91	270,67	44,23	270,67	7.597,48
01-nov-14	314,91	272,19	42,71	272,19	7.325,29
01-dic-14	314,91	273,72	41,18	273,72	7.051,56
01-ene-15	314,91	275,26	39,64	275,26	6.776,30
01-feb-15	314,91	276,81	38,09	276,81	6.499,49
01-mar-15	314,91	278,37	36,54	278,37	6.221,12
01-abr-15	314,91	279,93	34,97	279,93	5.941,19
01-may-15	314,91	281,51	33,40	281,51	5.659,68
01-jun-15	314,91	283,09	31,82	283,09	5.376,59
01-jul-15	314,91	284,68	30,23	284,68	5.091,91
01-ago-15	314,91	286,28	28,63	286,28	4.805,63
01-sep-15	314,91	287,89	27,02	287,89	4.517,74
01-oct-15	314,91	289,51	25,40	289,51	4.228,24
01-nov-15	314,91	291,14	23,77	291,14	3.937,10
01-dic-15	314,91	292,77	22,13	292,77	3.644,33
01-ene-16	314,91	294,42	20,49	294,42	3.349,91
01-feb-16	314,91	296,07	18,83	296,07	3.053,84
01-mar-16	314,91	297,74	17,17	297,74	2.756,10
01-abr-16	314,91	299,41	15,49	299,41	2.456,69
01-may-16	314,91	301,09	13,81	301,09	2.155,59
01-jun-16	314,91	302,79	12,12	302,79	1.852,81
01-jul-16	314,91	304,49	10,42	304,49	1.548,32
01-ago-16	314,91	306,20	8,70	306,20	1.242,12
01-sep-16	314,91	307,92	6,98	307,92	934,19
01-oct-16	314,91	309,65	5,25	309,65	624,54
01-nov-16	314,91	311,39	3,51	311,39	313,14
01-dic-16	314,91	313,14	1,76	313,14	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>18.894,32</b>	<b>16.000,00</b>	<b>2.894,32</b>		



**Anexo 5: Cuadro de amortización. Escenario intermedio. 5 años. Sin carencia.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	80.000,00
01-ene-12	1.574,53	1.124,79	449,73	1.124,79	78.875,21
01-feb-12	1.574,53	1.131,12	443,41	1.131,12	77.744,09
01-mar-12	1.574,53	1.137,48	437,05	1.137,48	76.606,62
01-abr-12	1.574,53	1.143,87	430,66	1.143,87	75.462,75
01-may-12	1.574,53	1.150,30	424,23	1.150,30	74.312,45
01-jun-12	1.574,53	1.156,77	417,76	1.156,77	73.155,68
01-jul-12	1.574,53	1.163,27	411,26	1.163,27	71.992,41
01-ago-12	1.574,53	1.169,81	404,72	1.169,81	70.822,60
01-sep-12	1.574,53	1.176,39	398,14	1.176,39	69.646,22
01-oct-12	1.574,53	1.183,00	391,53	1.183,00	68.463,22
01-nov-12	1.574,53	1.189,65	384,88	1.189,65	67.273,57
01-dic-12	1.574,53	1.196,34	378,19	1.196,34	66.077,23
01-ene-13	1.574,53	1.203,06	371,46	1.203,06	64.874,17
01-feb-13	1.574,53	1.209,83	364,70	1.209,83	63.664,34
01-mar-13	1.574,53	1.216,63	357,90	1.216,63	62.447,72
01-abr-13	1.574,53	1.223,47	351,06	1.223,47	61.224,25
01-may-13	1.574,53	1.230,34	344,18	1.230,34	59.993,91
01-jun-13	1.574,53	1.237,26	337,27	1.237,26	58.756,65
01-jul-13	1.574,53	1.244,22	330,31	1.244,22	57.512,43
01-ago-13	1.574,53	1.251,21	323,32	1.251,21	56.261,22
01-sep-13	1.574,53	1.258,24	316,28	1.258,24	55.002,97
01-oct-13	1.574,53	1.265,32	309,21	1.265,32	53.737,66
01-nov-13	1.574,53	1.272,43	302,10	1.272,43	52.465,22
01-dic-13	1.574,53	1.279,58	294,94	1.279,58	51.185,64
01-ene-14	1.574,53	1.286,78	287,75	1.286,78	49.898,86
01-feb-14	1.574,53	1.294,01	280,51	1.294,01	48.604,85
01-mar-14	1.574,53	1.301,29	273,24	1.301,29	47.303,56
01-abr-14	1.574,53	1.308,60	265,92	1.308,60	45.994,96
01-may-14	1.574,53	1.315,96	258,57	1.315,96	44.679,00
01-jun-14	1.574,53	1.323,36	251,17	1.323,36	43.355,65

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-jul-14	1.574,53	1.330,80	243,73	1.330,80	42.024,85
01-ago-14	1.574,53	1.338,28	236,25	1.338,28	40.686,58
01-sep-14	1.574,53	1.345,80	228,73	1.345,80	39.340,78
01-oct-14	1.574,53	1.353,37	221,16	1.353,37	37.987,41
01-nov-14	1.574,53	1.360,97	213,55	1.360,97	36.626,44
01-dic-14	1.574,53	1.368,62	205,90	1.368,62	35.257,81
01-ene-15	1.574,53	1.376,32	198,21	1.376,32	33.881,49
01-feb-15	1.574,53	1.384,06	190,47	1.384,06	32.497,44
01-mar-15	1.574,53	1.391,84	182,69	1.391,84	31.105,60
01-abr-15	1.574,53	1.399,66	174,87	1.399,66	29.705,94
01-may-15	1.574,53	1.407,53	167,00	1.407,53	28.298,41
01-jun-15	1.574,53	1.415,44	159,08	1.415,44	26.882,97
01-jul-15	1.574,53	1.423,40	151,13	1.423,40	25.459,57
01-ago-15	1.574,53	1.431,40	143,13	1.431,40	24.028,17
01-sep-15	1.574,53	1.439,45	135,08	1.439,45	22.588,72
01-oct-15	1.574,53	1.447,54	126,99	1.447,54	21.141,18
01-nov-15	1.574,53	1.455,68	118,85	1.455,68	19.685,50
01-dic-15	1.574,53	1.463,86	110,67	1.463,86	18.221,64
01-ene-16	1.574,53	1.472,09	102,44	1.472,09	16.749,55
01-feb-16	1.574,53	1.480,37	94,16	1.480,37	15.269,18
01-mar-16	1.574,53	1.488,69	85,84	1.488,69	13.780,50
01-abr-16	1.574,53	1.497,06	77,47	1.497,06	12.283,44
01-may-16	1.574,53	1.505,47	69,05	1.505,47	10.777,97
01-jun-16	1.574,53	1.513,94	60,59	1.513,94	9.264,03
01-jul-16	1.574,53	1.522,45	52,08	1.522,45	7.741,58
01-ago-16	1.574,53	1.531,01	43,52	1.531,01	6.210,58
01-sep-16	1.574,53	1.539,61	34,91	1.539,61	4.670,96
01-oct-16	1.574,53	1.548,27	26,26	1.548,27	3.122,70
01-nov-16	1.574,53	1.556,97	17,55	1.556,97	1.565,72
01-dic-16	1.574,53	1.565,72	8,80	1.565,72	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>94.471,59</b>	<b>80.000,00</b>	<b>14.471,59</b>		

**Anexo 6: Cuadro de amortización. Escenario pesimista. 5 años. Sin carencia.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	160.000,00
01-ene-12	3.149,05	2.249,59	899,47	2.249,59	157.750,41
01-feb-12	3.149,05	2.262,23	886,82	2.262,23	155.488,18
01-mar-12	3.149,05	2.274,95	874,10	2.274,95	153.213,23
01-abr-12	3.149,05	2.287,74	861,31	2.287,74	150.925,49
01-may-12	3.149,05	2.300,60	848,45	2.300,60	148.624,89
01-jun-12	3.149,05	2.313,53	835,52	2.313,53	146.311,36
01-jul-12	3.149,05	2.326,54	822,51	2.326,54	143.984,82
01-ago-12	3.149,05	2.339,62	809,43	2.339,62	141.645,20
01-sep-12	3.149,05	2.352,77	796,28	2.352,77	139.292,43
01-oct-12	3.149,05	2.366,00	783,06	2.366,00	136.926,43
01-nov-12	3.149,05	2.379,30	769,75	2.379,30	134.547,14
01-dic-12	3.149,05	2.392,67	756,38	2.392,67	132.154,46
01-ene-13	3.149,05	2.406,12	742,93	2.406,12	129.748,34
01-feb-13	3.149,05	2.419,65	729,40	2.419,65	127.328,69
01-mar-13	3.149,05	2.433,25	715,80	2.433,25	124.895,43
01-abr-13	3.149,05	2.446,93	702,12	2.446,93	122.448,50
01-may-13	3.149,05	2.460,69	688,36	2.460,69	119.987,81
01-jun-13	3.149,05	2.474,52	674,53	2.474,52	117.513,29
01-jul-13	3.149,05	2.488,43	660,62	2.488,43	115.024,86
01-ago-13	3.149,05	2.502,42	646,63	2.502,42	112.522,44
01-sep-13	3.149,05	2.516,49	632,56	2.516,49	110.005,95
01-oct-13	3.149,05	2.530,64	618,42	2.530,64	107.475,31
01-nov-13	3.149,05	2.544,86	604,19	2.544,86	104.930,45
01-dic-13	3.149,05	2.559,17	589,88	2.559,17	102.371,28
01-ene-14	3.149,05	2.573,56	575,50	2.573,56	99.797,72
01-feb-14	3.149,05	2.588,02	561,03	2.588,02	97.209,70
01-mar-14	3.149,05	2.602,57	546,48	2.602,57	94.607,13
01-abr-14	3.149,05	2.617,20	531,85	2.617,20	91.989,93
01-may-14	3.149,05	2.631,92	517,14	2.631,92	89.358,01
01-jun-14	3.149,05	2.646,71	502,34	2.646,71	86.711,30

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-jul-14	3.149,05	2.661,59	487,46	2.661,59	84.049,71
01-ago-14	3.149,05	2.676,55	472,50	2.676,55	81.373,15
01-sep-14	3.149,05	2.691,60	457,45	2.691,60	78.681,55
01-oct-14	3.149,05	2.706,73	442,32	2.706,73	75.974,82
01-nov-14	3.149,05	2.721,95	427,11	2.721,95	73.252,87
01-dic-14	3.149,05	2.737,25	411,80	2.737,25	70.515,62
01-ene-15	3.149,05	2.752,64	396,42	2.752,64	67.762,99
01-feb-15	3.149,05	2.768,11	380,94	2.768,11	64.994,88
01-mar-15	3.149,05	2.783,67	365,38	2.783,67	62.211,20
01-abr-15	3.149,05	2.799,32	349,73	2.799,32	59.411,88
01-may-15	3.149,05	2.815,06	333,99	2.815,06	56.596,82
01-jun-15	3.149,05	2.830,88	318,17	2.830,88	53.765,94
01-jul-15	3.149,05	2.846,80	302,25	2.846,80	50.919,14
01-ago-15	3.149,05	2.862,80	286,25	2.862,80	48.056,34
01-sep-15	3.149,05	2.878,90	270,16	2.878,90	45.177,44
01-oct-15	3.149,05	2.895,08	253,97	2.895,08	42.282,36
01-nov-15	3.149,05	2.911,36	237,70	2.911,36	39.371,00
01-dic-15	3.149,05	2.927,72	221,33	2.927,72	36.443,28
01-ene-16	3.149,05	2.944,18	204,87	2.944,18	33.499,10
01-feb-16	3.149,05	2.960,73	188,32	2.960,73	30.538,37
01-mar-16	3.149,05	2.977,38	171,68	2.977,38	27.560,99
01-abr-16	3.149,05	2.994,11	154,94	2.994,11	24.566,88
01-may-16	3.149,05	3.010,95	138,11	3.010,95	21.555,93
01-jun-16	3.149,05	3.027,87	121,18	3.027,87	18.528,06
01-jul-16	3.149,05	3.044,89	104,16	3.044,89	15.483,16
01-ago-16	3.149,05	3.062,01	87,04	3.062,01	12.421,15
01-sep-16	3.149,05	3.079,23	69,83	3.079,23	9.341,93
01-oct-16	3.149,05	3.096,54	52,52	3.096,54	6.245,39
01-nov-16	3.149,05	3.113,94	35,11	3.113,94	3.131,45
01-dic-16	3.149,05	3.131,45	17,60	3.131,45	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>188.943,17</b>	<b>160.000,00</b>	<b>28.943,17</b>		

**Anexo 7: Cuadro de amortización. Escenario optimista. 5 años. Carencia de 1 año.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	16.000,00
01-ene-12	315,11	224,80	90,31	224,80	15.775,20
01-feb-12	315,11	226,07	89,04	226,07	15.549,13
01-mar-12	315,11	227,35	87,76	227,35	15.321,78
01-abr-12	315,11	228,63	86,48	228,63	15.093,15
01-may-12	315,11	229,92	85,19	229,92	14.863,23
01-jun-12	315,11	231,22	83,89	231,22	14.632,01
01-jul-12	315,11	232,52	82,59	232,52	14.399,49
01-ago-12	315,11	233,84	81,27	233,84	14.165,66
01-sep-12	315,11	235,16	79,95	235,16	13.930,50
01-oct-12	315,11	236,48	78,63	236,48	13.694,02
01-nov-12	315,11	237,82	77,29	237,82	13.456,20
01-dic-12	315,11	239,16	75,95	239,16	13.217,04
01-ene-13	315,11	240,51	74,60	240,51	12.976,53
01-feb-13	315,11	241,87	73,24	241,87	12.734,67
01-mar-13	315,11	243,23	71,88	243,23	12.491,43
01-abr-13	315,11	244,60	70,50	244,60	12.246,83
01-may-13	315,11	245,99	69,12	245,99	12.000,84
01-jun-13	315,11	247,37	67,73	247,37	11.753,47
01-jul-13	315,11	248,77	66,34	248,77	11.504,70
01-ago-13	315,11	250,17	64,93	250,17	11.254,53
01-sep-13	315,11	251,59	63,52	251,59	11.002,94
01-oct-13	315,11	253,01	62,10	253,01	10.749,93
01-nov-13	315,11	254,43	60,67	254,43	10.495,50
01-dic-13	315,11	255,87	59,24	255,87	10.239,63
01-ene-14	315,11	257,31	57,79	257,31	9.982,32
01-feb-14	315,11	258,77	56,34	258,77	9.723,55
01-mar-14	315,11	260,23	54,88	260,23	9.463,32
01-abr-14	315,11	261,70	53,41	261,70	9.201,63
01-may-14	315,11	263,17	51,94	263,17	8.938,45
01-jun-14	315,11	264,66	50,45	264,66	8.673,80

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-jul-14	315,11	266,15	48,96	266,15	8.407,64
01-ago-14	315,11	267,65	47,45	267,65	8.139,99
01-sep-14	315,11	269,16	45,94	269,16	7.870,82
01-oct-14	315,11	270,68	44,42	270,68	7.600,14
01-nov-14	315,11	272,21	42,90	272,21	7.327,93
01-dic-14	315,11	273,75	41,36	273,75	7.054,18
01-ene-15	315,11	275,29	39,81	275,29	6.778,89
01-feb-15	315,11	276,85	38,26	276,85	6.502,04
01-mar-15	315,11	278,41	36,70	278,41	6.223,63
01-abr-15	315,11	279,98	35,13	279,98	5.943,65
01-may-15	315,11	281,56	33,55	281,56	5.662,09
01-jun-15	315,11	283,15	31,96	283,15	5.378,94
01-jul-15	315,11	284,75	30,36	284,75	5.094,19
01-ago-15	315,11	286,36	28,75	286,36	4.807,83
01-sep-15	315,11	287,97	27,14	287,97	4.519,86
01-oct-15	315,11	289,60	25,51	289,60	4.230,26
01-nov-15	315,11	291,23	23,88	291,23	3.939,03
01-dic-15	315,11	292,88	22,23	292,88	3.646,15
01-ene-16	315,11	294,53	20,58	294,53	3.351,62
01-feb-16	315,11	296,19	18,92	296,19	3.055,43
01-mar-16	315,11	297,86	17,25	297,86	2.757,57
01-abr-16	315,11	299,54	15,56	299,54	2.458,03
01-may-16	315,11	301,23	13,87	301,23	2.156,79
01-jun-16	315,11	302,94	12,17	302,94	1.853,86
01-jul-16	315,11	304,64	10,46	304,64	1.549,21
01-ago-16	315,11	306,36	8,74	306,36	1.242,85
01-sep-16	315,11	308,09	7,01	308,09	934,75
01-oct-16	315,11	309,83	5,28	309,83	624,92
01-nov-16	315,11	311,58	3,53	311,58	313,34
01-dic-16	315,11	313,34	1,77	313,34	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>18.906,50</b>	<b>16.000,00</b>	<b>2.906,50</b>		

**Anexo 8: Cuadro de amortización. Escenario intermedio. 5 años. Carencia de 1 año.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	80.000,00
01-ene-12	1.575,54	1.124,01	451,53	1.124,01	78.875,99
01-feb-12	1.575,54	1.130,35	445,19	1.130,35	77.745,64
01-mar-12	1.575,54	1.136,73	438,81	1.136,73	76.608,91
01-abr-12	1.575,54	1.143,15	432,39	1.143,15	75.465,76
01-may-12	1.575,54	1.149,60	425,94	1.149,60	74.316,16
01-jun-12	1.575,54	1.156,09	419,45	1.156,09	73.160,07
01-jul-12	1.575,54	1.162,61	412,93	1.162,61	71.997,45
01-ago-12	1.575,54	1.169,18	406,37	1.169,18	70.828,28
01-sep-12	1.575,54	1.175,78	399,77	1.175,78	69.652,50
01-oct-12	1.575,54	1.182,41	393,13	1.182,41	68.470,09
01-nov-12	1.575,54	1.189,09	386,46	1.189,09	67.281,00
01-dic-12	1.575,54	1.195,80	379,75	1.195,80	66.085,21
01-ene-13	1.575,54	1.202,55	373,00	1.202,55	64.882,66
01-feb-13	1.575,54	1.209,33	366,21	1.209,33	63.673,33
01-mar-13	1.575,54	1.216,16	359,38	1.216,16	62.457,17
01-abr-13	1.575,54	1.223,02	352,52	1.223,02	61.234,15
01-may-13	1.575,54	1.229,93	345,62	1.229,93	60.004,22
01-jun-13	1.575,54	1.236,87	338,67	1.236,87	58.767,35
01-jul-13	1.575,54	1.243,85	331,69	1.243,85	57.523,50
01-ago-13	1.575,54	1.250,87	324,67	1.250,87	56.272,63
01-sep-13	1.575,54	1.257,93	317,61	1.257,93	55.014,70
01-oct-13	1.575,54	1.265,03	310,51	1.265,03	53.749,67
01-nov-13	1.575,54	1.272,17	303,37	1.272,17	52.477,50
01-dic-13	1.575,54	1.279,35	296,19	1.279,35	51.198,15
01-ene-14	1.575,54	1.286,57	288,97	1.286,57	49.911,58
01-feb-14	1.575,54	1.293,83	281,71	1.293,83	48.617,75
01-mar-14	1.575,54	1.301,14	274,41	1.301,14	47.316,61
01-abr-14	1.575,54	1.308,48	267,06	1.308,48	46.008,13
01-may-14	1.575,54	1.315,86	259,68	1.315,86	44.692,27
01-jun-14	1.575,54	1.323,29	252,25	1.323,29	43.368,98

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-jul-14	1.575,54	1.330,76	244,78	1.330,76	42.038,22
01-ago-14	1.575,54	1.338,27	237,27	1.338,27	40.699,95
01-sep-14	1.575,54	1.345,82	229,72	1.345,82	39.354,12
01-oct-14	1.575,54	1.353,42	222,12	1.353,42	38.000,70
01-nov-14	1.575,54	1.361,06	214,48	1.361,06	36.639,64
01-dic-14	1.575,54	1.368,74	206,80	1.368,74	35.270,90
01-ene-15	1.575,54	1.376,47	199,07	1.376,47	33.894,43
01-feb-15	1.575,54	1.384,24	191,31	1.384,24	32.510,20
01-mar-15	1.575,54	1.392,05	183,49	1.392,05	31.118,15
01-abr-15	1.575,54	1.399,91	175,64	1.399,91	29.718,24
01-may-15	1.575,54	1.407,81	167,73	1.407,81	28.310,43
01-jun-15	1.575,54	1.415,75	159,79	1.415,75	26.894,68
01-jul-15	1.575,54	1.423,74	151,80	1.423,74	25.470,94
01-ago-15	1.575,54	1.431,78	143,76	1.431,78	24.039,16
01-sep-15	1.575,54	1.439,86	135,68	1.439,86	22.599,30
01-oct-15	1.575,54	1.447,99	127,55	1.447,99	21.151,31
01-nov-15	1.575,54	1.456,16	119,38	1.456,16	19.695,15
01-dic-15	1.575,54	1.464,38	111,16	1.464,38	18.230,77
01-ene-16	1.575,54	1.472,64	102,90	1.472,64	16.758,12
01-feb-16	1.575,54	1.480,96	94,59	1.480,96	15.277,17
01-mar-16	1.575,54	1.489,32	86,23	1.489,32	13.787,85
01-abr-16	1.575,54	1.497,72	77,82	1.497,72	12.290,13
01-may-16	1.575,54	1.506,17	69,37	1.506,17	10.783,96
01-jun-16	1.575,54	1.514,68	60,87	1.514,68	9.269,28
01-jul-16	1.575,54	1.523,22	52,32	1.523,22	7.746,06
01-ago-16	1.575,54	1.531,82	43,72	1.531,82	6.214,24
01-sep-16	1.575,54	1.540,47	35,07	1.540,47	4.673,77
01-oct-16	1.575,54	1.549,16	26,38	1.549,16	3.124,61
01-nov-16	1.575,54	1.557,91	17,64	1.557,91	1.566,70
01-dic-16	1.575,54	1.566,70	8,84	1.566,70	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>94.532,52</b>	<b>80.000,00</b>	<b>14.532,52</b>		



**Anexo 9: Cuadro de amortización. Escenario pesimista. 5 años. Carencia de 1 año.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	160.000,00
01-ene-12	3.151,08	2.248,02	903,07	2.248,02	157.751,98
01-feb-12	3.151,08	2.260,71	890,38	2.260,71	155.491,28
01-mar-12	3.151,08	2.273,47	877,62	2.273,47	153.217,81
01-abr-12	3.151,08	2.286,30	864,79	2.286,30	150.931,51
01-may-12	3.151,08	2.299,20	851,88	2.299,20	148.632,31
01-jun-12	3.151,08	2.312,18	838,91	2.312,18	146.320,14
01-jul-12	3.151,08	2.325,23	825,86	2.325,23	143.994,91
01-ago-12	3.151,08	2.338,35	812,73	2.338,35	141.656,55
01-sep-12	3.151,08	2.351,55	799,53	2.351,55	139.305,00
01-oct-12	3.151,08	2.364,82	786,26	2.364,82	136.940,18
01-nov-12	3.151,08	2.378,17	772,91	2.378,17	134.562,01
01-dic-12	3.151,08	2.391,59	759,49	2.391,59	132.170,42
01-ene-13	3.151,08	2.405,09	745,99	2.405,09	129.765,32
01-feb-13	3.151,08	2.418,67	732,42	2.418,67	127.346,66
01-mar-13	3.151,08	2.432,32	718,77	2.432,32	124.914,34
01-abr-13	3.151,08	2.446,05	705,04	2.446,05	122.468,29
01-may-13	3.151,08	2.459,85	691,23	2.459,85	120.008,44
01-jun-13	3.151,08	2.473,74	677,35	2.473,74	117.534,70
01-jul-13	3.151,08	2.487,70	663,39	2.487,70	115.047,00
01-ago-13	3.151,08	2.501,74	649,34	2.501,74	112.545,26
01-sep-13	3.151,08	2.515,86	635,22	2.515,86	110.029,40
01-oct-13	3.151,08	2.530,06	621,02	2.530,06	107.499,35
01-nov-13	3.151,08	2.544,34	606,74	2.544,34	104.955,01
01-dic-13	3.151,08	2.558,70	592,38	2.558,70	102.396,30
01-ene-14	3.151,08	2.573,14	577,94	2.573,14	99.823,16
01-feb-14	3.151,08	2.587,67	563,42	2.587,67	97.235,50
01-mar-14	3.151,08	2.602,27	548,81	2.602,27	94.633,23
01-abr-14	3.151,08	2.616,96	534,13	2.616,96	92.016,27
01-may-14	3.151,08	2.631,73	519,36	2.631,73	89.384,54
01-jun-14	3.151,08	2.646,58	504,50	2.646,58	86.737,96

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-jul-14	3.151,08	2.661,52	489,56	2.661,52	84.076,44
01-ago-14	3.151,08	2.676,54	474,54	2.676,54	81.399,89
01-sep-14	3.151,08	2.691,65	459,43	2.691,65	78.708,24
01-oct-14	3.151,08	2.706,84	444,24	2.706,84	76.001,40
01-nov-14	3.151,08	2.722,12	428,96	2.722,12	73.279,28
01-dic-14	3.151,08	2.737,48	413,60	2.737,48	70.541,80
01-ene-15	3.151,08	2.752,93	398,15	2.752,93	67.788,87
01-feb-15	3.151,08	2.768,47	382,61	2.768,47	65.020,39
01-mar-15	3.151,08	2.784,10	366,99	2.784,10	62.236,30
01-abr-15	3.151,08	2.799,81	351,27	2.799,81	59.436,48
01-may-15	3.151,08	2.815,61	335,47	2.815,61	56.620,87
01-jun-15	3.151,08	2.831,51	319,58	2.831,51	53.789,36
01-jul-15	3.151,08	2.847,49	303,60	2.847,49	50.941,87
01-ago-15	3.151,08	2.863,56	287,52	2.863,56	48.078,32
01-sep-15	3.151,08	2.879,72	271,36	2.879,72	45.198,59
01-oct-15	3.151,08	2.895,98	255,11	2.895,98	42.302,62
01-nov-15	3.151,08	2.912,32	238,76	2.912,32	39.390,30
01-dic-15	3.151,08	2.928,76	222,33	2.928,76	36.461,54
01-ene-16	3.151,08	2.945,29	205,79	2.945,29	33.516,25
01-feb-16	3.151,08	2.961,91	189,17	2.961,91	30.554,34
01-mar-16	3.151,08	2.978,63	172,45	2.978,63	27.575,71
01-abr-16	3.151,08	2.995,44	155,64	2.995,44	24.580,26
01-may-16	3.151,08	3.012,35	138,74	3.012,35	21.567,92
01-jun-16	3.151,08	3.029,35	121,73	3.029,35	18.538,56
01-jul-16	3.151,08	3.046,45	104,63	3.046,45	15.492,12
01-ago-16	3.151,08	3.063,64	87,44	3.063,64	12.428,47
01-sep-16	3.151,08	3.080,94	70,15	3.080,94	9.347,54
01-oct-16	3.151,08	3.098,32	52,76	3.098,32	6.249,21
01-nov-16	3.151,08	3.115,81	35,27	3.115,81	3.133,40
01-dic-16	3.151,08	3.133,40	17,69	3.133,40	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>189.065,04</b>	<b>160.000,00</b>	<b>29.065,04</b>		

**Anexo 10: Cuadro de amortización. Escenario optimista. 7 años. Sin carencia.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	16.000,00
01-ene-12	241,37	148,23	93,15	148,23	15.851,77
01-feb-12	241,37	149,09	92,28	149,09	15.702,68
01-mar-12	241,37	149,96	91,42	149,96	15.552,73
01-abr-12	241,37	150,83	90,54	150,83	15.401,90
01-may-12	241,37	151,71	89,66	151,71	15.250,19
01-jun-12	241,37	152,59	88,78	152,59	15.097,59
01-jul-12	241,37	153,48	87,89	153,48	14.944,11
01-ago-12	241,37	154,37	87,00	154,37	14.789,74
01-sep-12	241,37	155,27	86,10	155,27	14.634,47
01-oct-12	241,37	156,18	85,20	156,18	14.478,29
01-nov-12	241,37	157,09	84,29	157,09	14.321,21
01-dic-12	241,37	158,00	83,37	158,00	14.163,21
01-ene-13	241,37	158,92	82,45	158,92	14.004,29
01-feb-13	241,37	159,85	81,53	159,85	13.844,44
01-mar-13	241,37	160,78	80,60	160,78	13.683,67
01-abr-13	241,37	161,71	79,66	161,71	13.521,95
01-may-13	241,37	162,65	78,72	162,65	13.359,30
01-jun-13	241,37	163,60	77,77	163,60	13.195,70
01-jul-13	241,37	164,55	76,82	164,55	13.031,15
01-ago-13	241,37	165,51	75,86	165,51	12.865,64
01-sep-13	241,37	166,47	74,90	166,47	12.699,16
01-oct-13	241,37	167,44	73,93	167,44	12.531,72
01-nov-13	241,37	168,42	72,96	168,42	12.363,30
01-dic-13	241,37	169,40	71,98	169,40	12.193,90
01-ene-14	241,37	170,38	70,99	170,38	12.023,52
01-feb-14	241,37	171,38	70,00	171,38	11.852,14
01-mar-14	241,37	172,37	69,00	172,37	11.679,77
01-abr-14	241,37	173,38	68,00	173,38	11.506,39
01-may-14	241,37	174,39	66,99	174,39	11.332,00
01-jun-14	241,37	175,40	65,97	175,40	11.156,60

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-jul-14	241,37	176,42	64,95	176,42	10.980,18
01-ago-14	241,37	177,45	63,92	177,45	10.802,73
01-sep-14	241,37	178,48	62,89	178,48	10.624,25
01-oct-14	241,37	179,52	61,85	179,52	10.444,72
01-nov-14	241,37	180,57	60,81	180,57	10.264,16
01-dic-14	241,37	181,62	59,75	181,62	10.082,54
01-ene-15	241,37	182,68	58,70	182,68	9.899,86
01-feb-15	241,37	183,74	57,63	183,74	9.716,12
01-mar-15	241,37	184,81	56,56	184,81	9.531,31
01-abr-15	241,37	185,89	55,49	185,89	9.345,43
01-may-15	241,37	186,97	54,41	186,97	9.158,46
01-jun-15	241,37	188,06	53,32	188,06	8.970,40
01-jul-15	241,37	189,15	52,22	189,15	8.781,25
01-ago-15	241,37	190,25	51,12	190,25	8.591,00
01-sep-15	241,37	191,36	50,01	191,36	8.399,64
01-oct-15	241,37	192,47	48,90	192,47	8.207,17
01-nov-15	241,37	193,59	47,78	193,59	8.013,57
01-dic-15	241,37	194,72	46,65	194,72	7.818,85
01-ene-16	241,37	195,85	45,52	195,85	7.623,00
01-feb-16	241,37	196,99	44,38	196,99	7.426,00
01-mar-16	241,37	198,14	43,23	198,14	7.227,86
01-abr-16	241,37	199,30	42,08	199,30	7.028,57
01-may-16	241,37	200,46	40,92	200,46	6.828,11
01-jun-16	241,37	201,62	39,75	201,62	6.626,49
01-jul-16	241,37	202,80	38,58	202,80	6.423,69
01-ago-16	241,37	203,98	37,40	203,98	6.219,71
01-sep-16	241,37	205,16	36,21	205,16	6.014,55
01-oct-16	241,37	206,36	35,01	206,36	5.808,19
01-nov-16	241,37	207,56	33,81	207,56	5.600,63
01-dic-16	241,37	208,77	32,61	208,77	5.391,86
01-ene-17	241,37	209,98	31,39	209,98	5.181,88
01-feb-17	241,37	211,21	30,17	211,21	4.970,67
01-mar-17	241,37	212,44	28,94	212,44	4.758,24

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-abr-17	241,37	213,67	27,70	213,67	4.544,56
01-may-17	241,37	214,92	26,46	214,92	4.329,65
01-jun-17	241,37	216,17	25,21	216,17	4.113,48
01-jul-17	241,37	217,43	23,95	217,43	3.896,05
01-ago-17	241,37	218,69	22,68	218,69	3.677,36
01-sep-17	241,37	219,97	21,41	219,97	3.457,40
01-oct-17	241,37	221,25	20,13	221,25	3.236,15
01-nov-17	241,37	222,53	18,84	222,53	3.013,62
01-dic-17	241,37	223,83	17,54	223,83	2.789,79
01-ene-18	241,37	225,13	16,24	225,13	2.564,66
01-feb-18	241,37	226,44	14,93	226,44	2.338,21
01-mar-18	241,37	227,76	13,61	227,76	2.110,45
01-abr-18	241,37	229,09	12,29	229,09	1.881,37
01-may-18	241,37	230,42	10,95	230,42	1.650,95
01-jun-18	241,37	231,76	9,61	231,76	1.419,18
01-jul-18	241,37	233,11	8,26	233,11	1.186,07
01-ago-18	241,37	234,47	6,90	234,47	951,60
01-sep-18	241,37	235,83	5,54	235,83	715,77
01-oct-18	241,37	237,21	4,17	237,21	478,56
01-nov-18	241,37	238,59	2,79	238,59	239,98
01-dic-18	241,37	239,98	1,40	239,98	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>20.275,37</b>	<b>16.000,00</b>	<b>4.275,37</b>		

**Anexo 11: Cuadro de amortización. Escenario intermedio. 7 años. Sin carencia.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	80.000,00
01-ene-12	1.206,87	741,13	465,73	741,13	79.258,87
01-feb-12	1.206,87	745,45	461,42	745,45	78.513,42
01-mar-12	1.206,87	749,79	457,08	749,79	77.763,63
01-abr-12	1.206,87	754,15	452,71	754,15	77.009,48
01-may-12	1.206,87	758,54	448,32	758,54	76.250,93
01-jun-12	1.206,87	762,96	443,91	762,96	75.487,97

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-jul-12	1.206,87	767,40	439,47	767,40	74.720,57
01-ago-12	1.206,87	771,87	435,00	771,87	73.948,70
01-sep-12	1.206,87	776,36	430,50	776,36	73.172,34
01-oct-12	1.206,87	780,88	425,98	780,88	72.391,46
01-nov-12	1.206,87	785,43	421,44	785,43	71.606,03
01-dic-12	1.206,87	790,00	416,87	790,00	70.816,03
01-ene-13	1.206,87	794,60	412,27	794,60	70.021,43
01-feb-13	1.206,87	799,23	407,64	799,23	69.222,21
01-mar-13	1.206,87	803,88	402,99	803,88	68.418,33
01-abr-13	1.206,87	808,56	398,31	808,56	67.609,77
01-may-13	1.206,87	813,27	393,60	813,27	66.796,50
01-jun-13	1.206,87	818,00	388,87	818,00	65.978,50
01-jul-13	1.206,87	822,76	384,10	822,76	65.155,74
01-ago-13	1.206,87	827,55	379,32	827,55	64.328,19
01-sep-13	1.206,87	832,37	374,50	832,37	63.495,82
01-oct-13	1.206,87	837,22	369,65	837,22	62.658,61
01-nov-13	1.206,87	842,09	364,78	842,09	61.816,52
01-dic-13	1.206,87	846,99	359,88	846,99	60.969,52
01-ene-14	1.206,87	851,92	354,94	851,92	60.117,60
01-feb-14	1.206,87	856,88	349,98	856,88	59.260,72
01-mar-14	1.206,87	861,87	345,00	861,87	58.398,85
01-abr-14	1.206,87	866,89	339,98	866,89	57.531,96
01-may-14	1.206,87	871,94	334,93	871,94	56.660,02
01-jun-14	1.206,87	877,01	329,86	877,01	55.783,01
01-jul-14	1.206,87	882,12	324,75	882,12	54.900,90
01-ago-14	1.206,87	887,25	319,61	887,25	54.013,64
01-sep-14	1.206,87	892,42	314,45	892,42	53.121,23
01-oct-14	1.206,87	897,61	309,25	897,61	52.223,61
01-nov-14	1.206,87	902,84	304,03	902,84	51.320,78
01-dic-14	1.206,87	908,09	298,77	908,09	50.412,68
01-ene-15	1.206,87	913,38	293,49	913,38	49.499,30
01-feb-15	1.206,87	918,70	288,17	918,70	48.580,60
01-mar-15	1.206,87	924,05	282,82	924,05	47.656,55

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-abr-15	1.206,87	929,43	277,44	929,43	46.727,13
01-may-15	1.206,87	934,84	272,03	934,84	45.792,29
01-jun-15	1.206,87	940,28	266,59	940,28	44.852,01
01-jul-15	1.206,87	945,75	261,11	945,75	43.906,26
01-ago-15	1.206,87	951,26	255,61	951,26	42.955,00
01-sep-15	1.206,87	956,80	250,07	956,80	41.998,20
01-oct-15	1.206,87	962,37	244,50	962,37	41.035,83
01-nov-15	1.206,87	967,97	238,90	967,97	40.067,86
01-dic-15	1.206,87	973,61	233,26	973,61	39.094,26
01-ene-16	1.206,87	979,27	227,59	979,27	38.114,98
01-feb-16	1.206,87	984,97	221,89	984,97	37.130,01
01-mar-16	1.206,87	990,71	216,16	990,71	36.139,30
01-abr-16	1.206,87	996,48	210,39	996,48	35.142,83
01-may-16	1.206,87	1.002,28	204,59	1.002,28	34.140,55
01-jun-16	1.206,87	1.008,11	198,75	1.008,11	33.132,44
01-jul-16	1.206,87	1.013,98	192,89	1.013,98	32.118,46
01-ago-16	1.206,87	1.019,88	186,98	1.019,88	31.098,57
01-sep-16	1.206,87	1.025,82	181,05	1.025,82	30.072,75
01-oct-16	1.206,87	1.031,79	175,07	1.031,79	29.040,96
01-nov-16	1.206,87	1.037,80	169,07	1.037,80	28.003,16
01-dic-16	1.206,87	1.043,84	163,03	1.043,84	26.959,32
01-ene-17	1.206,87	1.049,92	156,95	1.049,92	25.909,40
01-feb-17	1.206,87	1.056,03	150,84	1.056,03	24.853,37
01-mar-17	1.206,87	1.062,18	144,69	1.062,18	23.791,19
01-abr-17	1.206,87	1.068,36	138,50	1.068,36	22.722,82
01-may-17	1.206,87	1.074,58	132,28	1.074,58	21.648,24
01-jun-17	1.206,87	1.080,84	126,03	1.080,84	20.567,40
01-jul-17	1.206,87	1.087,13	119,74	1.087,13	19.480,27
01-ago-17	1.206,87	1.093,46	113,41	1.093,46	18.386,81
01-sep-17	1.206,87	1.099,83	107,04	1.099,83	17.286,99
01-oct-17	1.206,87	1.106,23	100,64	1.106,23	16.180,76
01-nov-17	1.206,87	1.112,67	94,20	1.112,67	15.068,09
01-dic-17	1.206,87	1.119,15	87,72	1.119,15	13.948,95

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-ene-18	1.206,87	1.125,66	81,21	1.125,66	12.823,29
01-feb-18	1.206,87	1.132,21	74,65	1.132,21	11.691,07
01-mar-18	1.206,87	1.138,81	68,06	1.138,81	10.552,27
01-abr-18	1.206,87	1.145,44	61,43	1.145,44	9.406,83
01-may-18	1.206,87	1.152,10	54,76	1.152,10	8.254,73
01-jun-18	1.206,87	1.158,81	48,06	1.158,81	7.095,92
01-jul-18	1.206,87	1.165,56	41,31	1.165,56	5.930,36
01-ago-18	1.206,87	1.172,34	34,52	1.172,34	4.758,02
01-sep-18	1.206,87	1.179,17	27,70	1.179,17	3.578,85
01-oct-18	1.206,87	1.186,03	20,83	1.186,03	2.392,82
01-nov-18	1.206,87	1.192,94	13,93	1.192,94	1.199,88
01-dic-18	1.206,87	1.199,88	6,99	1.199,88	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>101.376,83</b>	<b>80.000,00</b>	<b>21.376,83</b>		

**Anexo 12: Cuadro de amortización. Escenario pesimista. 7 años. Sin carencia.**

	<b>Cuota</b>	<b>Capital</b>	<b>Intereses</b>	<b>Capital am.</b>	<b>Capital pte.</b>
				0,00	160.000,00
01-ene-12	2.413,73	1.482,27	931,47	1.482,27	158.517,73
01-feb-12	2.413,73	1.490,90	922,84	1.490,90	157.026,84
01-mar-12	2.413,73	1.499,58	914,16	1.499,58	155.527,26
01-abr-12	2.413,73	1.508,31	905,43	1.508,31	154.018,95
01-may-12	2.413,73	1.517,09	896,65	1.517,09	152.501,87
01-jun-12	2.413,73	1.525,92	887,82	1.525,92	150.975,95
01-jul-12	2.413,73	1.534,80	878,93	1.534,80	149.441,15
01-ago-12	2.413,73	1.543,74	870,00	1.543,74	147.897,41
01-sep-12	2.413,73	1.552,72	861,01	1.552,72	146.344,68
01-oct-12	2.413,73	1.561,76	851,97	1.561,76	144.782,92
01-nov-12	2.413,73	1.570,86	842,88	1.570,86	143.212,06
01-dic-12	2.413,73	1.580,00	833,73	1.580,00	141.632,06
01-ene-13	2.413,73	1.589,20	824,53	1.589,20	140.042,86
01-feb-13	2.413,73	1.598,45	815,28	1.598,45	138.444,41
01-mar-13	2.413,73	1.607,76	805,98	1.607,76	136.836,66



*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-abr-13	2.413,73	1.617,12	796,62	1.617,12	135.219,54
01-may-13	2.413,73	1.626,53	787,20	1.626,53	133.593,01
01-jun-13	2.413,73	1.636,00	777,73	1.636,00	131.957,01
01-jul-13	2.413,73	1.645,52	768,21	1.645,52	130.311,48
01-ago-13	2.413,73	1.655,10	758,63	1.655,10	128.656,38
01-sep-13	2.413,73	1.664,74	748,99	1.664,74	126.991,64
01-oct-13	2.413,73	1.674,43	739,30	1.674,43	125.317,21
01-nov-13	2.413,73	1.684,18	729,56	1.684,18	123.633,03
01-dic-13	2.413,73	1.693,98	719,75	1.693,98	121.939,05
01-ene-14	2.413,73	1.703,85	709,89	1.703,85	120.235,20
01-feb-14	2.413,73	1.713,76	699,97	1.713,76	118.521,44
01-mar-14	2.413,73	1.723,74	689,99	1.723,74	116.797,70
01-abr-14	2.413,73	1.733,78	679,96	1.733,78	115.063,92
01-may-14	2.413,73	1.743,87	669,86	1.743,87	113.320,05
01-jun-14	2.413,73	1.754,02	659,71	1.754,02	111.566,03
01-jul-14	2.413,73	1.764,23	649,50	1.764,23	109.801,79
01-ago-14	2.413,73	1.774,50	639,23	1.774,50	108.027,29
01-sep-14	2.413,73	1.784,84	628,90	1.784,84	106.242,45
01-oct-14	2.413,73	1.795,23	618,51	1.795,23	104.447,23
01-nov-14	2.413,73	1.805,68	608,06	1.805,68	102.641,55
01-dic-14	2.413,73	1.816,19	597,54	1.816,19	100.825,36
01-ene-15	2.413,73	1.826,76	586,97	1.826,76	98.998,60
01-feb-15	2.413,73	1.837,40	576,34	1.837,40	97.161,20
01-mar-15	2.413,73	1.848,09	565,64	1.848,09	95.313,11
01-abr-15	2.413,73	1.858,85	554,88	1.858,85	93.454,26
01-may-15	2.413,73	1.869,67	544,06	1.869,67	91.584,58
01-jun-15	2.413,73	1.880,56	533,17	1.880,56	89.704,02
01-jul-15	2.413,73	1.891,51	522,23	1.891,51	87.812,52
01-ago-15	2.413,73	1.902,52	511,22	1.902,52	85.910,00
01-sep-15	2.413,73	1.913,59	500,14	1.913,59	83.996,40
01-oct-15	2.413,73	1.924,73	489,00	1.924,73	82.071,67
01-nov-15	2.413,73	1.935,94	477,79	1.935,94	80.135,73
01-dic-15	2.413,73	1.947,21	466,52	1.947,21	78.188,52

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-ene-16	2.413,73	1.958,55	455,19	1.958,55	76.229,97
01-feb-16	2.413,73	1.969,95	443,79	1.969,95	74.260,02
01-mar-16	2.413,73	1.981,42	432,32	1.981,42	72.278,60
01-abr-16	2.413,73	1.992,95	420,78	1.992,95	70.285,65
01-may-16	2.413,73	2.004,55	409,18	2.004,55	68.281,10
01-jun-16	2.413,73	2.016,22	397,51	2.016,22	66.264,87
01-jul-16	2.413,73	2.027,96	385,77	2.027,96	64.236,91
01-ago-16	2.413,73	2.039,77	373,97	2.039,77	62.197,14
01-sep-16	2.413,73	2.051,64	362,09	2.051,64	60.145,50
01-oct-16	2.413,73	2.063,59	350,15	2.063,59	58.081,91
01-nov-16	2.413,73	2.075,60	338,13	2.075,60	56.006,31
01-dic-16	2.413,73	2.087,68	326,05	2.087,68	53.918,63
01-ene-17	2.413,73	2.099,84	313,90	2.099,84	51.818,79
01-feb-17	2.413,73	2.112,06	301,67	2.112,06	49.706,73
01-mar-17	2.413,73	2.124,36	289,38	2.124,36	47.582,37
01-abr-17	2.413,73	2.136,73	277,01	2.136,73	45.445,65
01-may-17	2.413,73	2.149,16	264,57	2.149,16	43.296,48
01-jun-17	2.413,73	2.161,68	252,06	2.161,68	41.134,81
01-jul-17	2.413,73	2.174,26	239,47	2.174,26	38.960,55
01-ago-17	2.413,73	2.186,92	226,82	2.186,92	36.773,63
01-sep-17	2.413,73	2.199,65	214,08	2.199,65	34.573,98
01-oct-17	2.413,73	2.212,46	201,28	2.212,46	32.361,52
01-nov-17	2.413,73	2.225,34	188,40	2.225,34	30.136,19
01-dic-17	2.413,73	2.238,29	175,44	2.238,29	27.897,89
01-ene-18	2.413,73	2.251,32	162,41	2.251,32	25.646,57
01-feb-18	2.413,73	2.264,43	149,31	2.264,43	23.382,14
01-mar-18	2.413,73	2.277,61	136,12	2.277,61	21.104,53
01-abr-18	2.413,73	2.290,87	122,86	2.290,87	18.813,66
01-may-18	2.413,73	2.304,21	109,53	2.304,21	16.509,46
01-jun-18	2.413,73	2.317,62	96,11	2.317,62	14.191,83
01-jul-18	2.413,73	2.331,11	82,62	2.331,11	11.860,72
01-ago-18	2.413,73	2.344,68	69,05	2.344,68	9.516,04
01-sep-18	2.413,73	2.358,33	55,40	2.358,33	7.157,70

*El Turismo Rural en la comarca Utiel-Requena. Viabilidad empresarial.*

01-oct-18	2.413,73	2.372,06	41,67	2.372,06	4.785,64
01-nov-18	2.413,73	2.385,87	27,86	2.385,87	2.399,76
01-dic-18	2.413,73	2.399,76	13,97	2.399,76	0,00
<b>TOTAL</b>	<b>202.753,65</b>	<b>160.000,00</b>	<b>42.753,65</b>		

### **13 – BIBLIOGRAFÍA.**

#### **Libros y otras publicaciones**

- DE ANDRES RUIZ, Carles. *Utiel-Requena. Estudio de una comarca con futuro*. 1ªed. Valencia. Diputació de Valencia 2005.
- FERNÁNDEZ BLANCO, Matilde. *Dirección Financiera de la Empresa*. 1ªed. Madrid. Editorial Pirámide. 2001.
- HERMOSILLA PLA, Jorge. *El Desarrollo Local en Requena*. Colección temas comarcales. 1ªed. Valencia. Ediciones Garmas, 2005.
- JULIÀ IGUAL, Juan Francisco. *Contabilidad Financiera. Introducción a la Contabilidad*. 1ªed. Valencia. Servicio de Publicaciones UPV, 1998.
- MARÍN, José. *Economía Financiera*. 1ªed. Barcelona. Ediciones Antoni Bosch, 2006.
- MOCHÓN MORENO, María. *Introducción a la Matemática Financiera*. 2ª ed. Madrid. Ediciones CEF, 2006.
- PEÑA ORTIZ, Martín. *Plan de Actuación Turística de la comarca Utiel-Requena (2003 – 2008)*. 1ªed. Requena. Ayuntamiento de Requena, 2003.
- ROMERO, Carlos. *Evaluación Financiera de Inversiones Agrarias*. 1ªed. Madrid. Editorial Mundi - Prensa. 2008.
- SOLSONA MONZONÍS, Javier. *Alojamiento turístico rural. Gestión y comercialización*. 1ªed. Madrid. Editorial Síntesis. 2009.

## **Páginas Web**

- Agencia española de la Administración Tributaria: [www.aeat.es](http://www.aeat.es)
- Ayuntamiento de Requena: [www.requena.es](http://www.requena.es)
- Banco Europeo de Inversiones: [www.eib.eu](http://www.eib.eu)
- Cámara de Comercio de Valencia: [www.camaravalencia.com](http://www.camaravalencia.com)
- Centro de Desarrollo Tecnológico Industrial: [www.cdti.es](http://www.cdti.es)
- Generalitat Valenciana: [www.gva.es](http://www.gva.es)
- Instituto de Crédito Oficial: [www.ico.es](http://www.ico.es)
- Instituto de Estudios Turísticos: [www.iet.tourspain.es](http://www.iet.tourspain.es)
- Instituto Nacional de Estadística: [www.ine.es](http://www.ine.es)
- Instituto para la Calidad Turística Española: [www.icte.es](http://www.icte.es)
- Instituto Valenciano de Estadística: [www.ive.es](http://www.ive.es)
- Instituto Valenciano de la Juventud: [www.ivaj.es](http://www.ivaj.es)
- Ministerio de Industria, Turismo y Comercio: [www.mityc.es](http://www.mityc.es)
- Secretaría de Estado de Turismo y Comercio: [www.mcx.es](http://www.mcx.es)
- Secretaría General de Industria: [www.circe.es](http://www.circe.es)

- [www.aldeanatural.com](http://www.aldeanatural.com)
- [www.alrural.com](http://www.alrural.com)
- [www.ayudas.net](http://www.ayudas.net)
- [www.basefinanciera.com](http://www.basefinanciera.com)
- [www.cambrabcn.es](http://www.cambrabcn.es)
- [www.cidaj.gva.es](http://www.cidaj.gva.es)
- [www.ecoturismorural.com](http://www.ecoturismorural.com)
- [www.gabilos.com](http://www.gabilos.com)
- [www.labogado.com](http://www.labogado.com)
- [www.netrural.com](http://www.netrural.com)
- [www.pueblos-espana.com](http://www.pueblos-espana.com)
- [www.revistaiberica.com](http://www.revistaiberica.com)
- [www.sociedadnuevaempresa.com](http://www.sociedadnuevaempresa.com)
- [www.tucomarca.com](http://www.tucomarca.com)