

Grado en Turismo  
Curso de adaptación al Grado en Turismo.

**TÍTULO DEL TFT: PLAN DE VIABILIDAD  
DE LA CASA RURAL LOS FRONTONES**



**Presentado por RUTH ASCENSIÓN DIONIS ALVAREZ**

**Fdo.: Ruth Ascensión Dionis Álvarez.**

**Bajo la tutela de Rosa María Batista Canino.**

**Santa Cruz de Tenerife a 14 de julio de 2014**

## INDICE

### INTRODUCCIÓN

1. EL TURISMO RURAL EN LA ISLA DE TENERIFE.....	4
2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.....	7
3. VIABILIDAD ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA.....	8
3.1 ANALISIS DEL ENTORNO.....	8
3.1.1 ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL O MACROENTORNO.....	8
3.1.2 ANÁLISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO O MICROENTORNO.....	17
3.2 ANALISIS DE LOS CLIENTES.....	20
3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.....	23
3.4 MODELO DE NEGOCIO.....	26
3.5 ANALISIS DAFO.....	27
3.6 ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA.....	29
3.7 LOCALIZACIÓN.....	30
4. VIABILIDAD COMERCIAL DE LA EMPRESA.....	30
4.1 VALORACIÓN DEL MERCADO.....	31
4.2 ESTIMACIÓN DE VENTAS Y OBJETIVOS COMERCIALES.....	32
4.3 SERVICIOS Y PRECIOS.....	33
4.4 POLÍTICA DE COMUNICACIÓN.....	36
4.5 POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.....	37
5. VIABILIDAD TECNICO ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA.....	38
5.1 EL PROCESO SERVUCTIVO.....	39
5.2 RECURSOS MATERIALES NECESARIOS.....	39
5.3 RECURSOS HUMANOS NECESARIOS.....	40
6. VIABILIDAD ECONÓMICO –FINANCIERA DE LA EMPRESA.....	42
6.1 PLAN DE INVERSIONES Y FINANCIACIÓN.....	42
6.2 CUENTA DE RESULTADO PREVISIONAL.....	44

6.3 RESUMEN EJECUTIVO.....	48
7. TRÁMITES PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UNA CASA RURAL.....	49
7.1 FORMA JURÍDICA .....	49
7.2 TRÁMITES DE CONSTITUCIÓN.....	49
8. CONCLUSIONES .....	51
9. BIBLIOGRAFÍA.....	53
10. ANEXOS.....	56

## INTRODUCCIÓN

El objetivo principal de este Trabajo Fin de Grado es transmitir que, con una política de empresa innovadora, un proyecto de viabilidad e ilusión por trabajar, puede fundarse un negocio de éxito.

El sector turístico es el único que ha crecido a nivel nacional en estos difíciles años de crisis económica en la que se encuentra inmerso nuestro país, por lo que el momento en el que se desea llevar a cabo el negocio es difícil aunque prometedor. Sigue habiendo oportunidades en este segmento para hacer algo diferente. Es un sector con un gran recorrido, en el que la diferenciación y el buen servicio al cliente son importantes para atraer a un público cada vez más informado y exigente.

Al margen del Análisis de Viabilidad, otros aspectos que se abordan en este trabajo son:

- Tener una visión de los comienzos del Turismo Rural en Tenerife, así como ofrecer una definición más o menos clara de lo que se entiende por Turismo Rural.
- Describir brevemente los atractivos turísticos de la zona donde se pretende ubicar el negocio y las inmensas posibilidades y actividades que el mismo puede ofrecer para todo tipo de personas y gustos.
- Definir claramente los diferentes servicios que ofrecerá nuestro establecimiento turístico, teniendo una visión clara y precisa del público objetivo al que el negocio se dirige. En este sentido, se pretende ampliar la oferta más allá de la posibilidad de hacer turismo rural en las islas.
- Se analizan los puntos fuertes y débiles de este proyecto en referencia a la competencia.

Utilizaremos en el desarrollo del análisis de nuestro proyecto la metodología presentada en Batista Canino (2012)

### 1. EL TURISMO RURAL EN LA ISLA DE TENERIFE

Según la definición que ofrece el Instituto de Estudios Turísticos (año 2009) se entiende por turismo rural: “Todo tipo de aprovechamiento turístico en espacio rural siempre que cumpla con las siguientes limitaciones:

1. Que se trate de un turismo difuso (es decir, oferta dispersa y no concentrada).
2. Que sea respetuoso con el patrimonio natural y cultural.

3. Que implique la participación activa de la población local, manteniendo las tradiciones del medio.”

Teniendo en cuenta estas acepciones, una concepción del turismo rural en sentido amplio, incluiría por tanto, formas turísticas como el agroturismo, ecoturismo, turismo deportivo, turismo de aventura, etcétera.

Cada comunidad Autónoma tiene competencia y legislación sobre el turismo, es por lo que se utilizan distintos términos para referirnos a las diferentes modalidades de turismo rural. En la comunidad Canaria, que es la que nos compete, y donde se situará el negocio objeto de este TFT, tendremos en cuenta el Decreto 142/2010. En Canarias, el Decreto 142/2010 de 6 de abril, de Ordenación del Turismo, exige el cumplimiento de la normativa que va desde la ubicación mediante el establecimiento de un umbral poblacional o regulando la distancia al litoral, la obligación o no de identificar los alojamientos de Turismo Rural mediante una placa normalizada, o el periodo mínimo de apertura de los establecimientos, hasta aspectos tales como la capacidad máxima y mínima de los establecimientos, los servicios mínimos y complementarios y las superficies. Así la modalidad hotelera está integrada por cuatro tipos de establecimientos, el apartamento, la villa, la casa emblemática y la casa rural. (D142/2010 de 6 de abril).

A las casas rurales y hoteles rurales existentes a la entrada en vigor de este Decreto se les exime de la condición de estar situados en edificación que constituya un bien integrante del patrimonio histórico de la Comunidad Autónoma de Canarias incluido en alguno de los instrumentos previstos en el artículo 15 de la Ley 4/1999, de 15 de marzo, de Patrimonio Histórico de Canarias o norma que la sustituya.

No obstante, el crecimiento del sector turístico insular ha generado una seria preocupación por el posible agotamiento de los recursos de las islas. De esta forma surgen iniciativas políticas que tienen como resultado el cambio del entorno político-legal (Oreja, 1999), (ATTUR 2012).

La llegada del turismo rural a las zonas de sol y playa supuso un revulsivo para las zonas rurales debido a que en Canarias, por la dimensión de las islas, se acortaban las distancias, llegándose a confundir en muchos enclaves la zona costera con el área rural. No obstante, también hay que valorar una serie de circunstancias que provocaron, en mayor o menor medida, impactos negativos, tales como la alteración irreversible del

paisaje por la proliferación de infraestructuras y construcciones, la desaparición de especies vegetales, o el incremento del nivel de desperdicios sin contar con la infraestructura suficiente como para minimizar su impacto; y ,por último, y no menos importante, el fenómeno de la especulación del suelo, que ha llevado una excesiva urbanización de algunas áreas rurales, sin planificación y sin estructuras higiénico-sanitarias suficientes. Sin embargo, hay que precisar que la mayor parte de los turistas que vienen a las Islas Canarias lo hacen buscando el sol y la playa, es decir, zonas costeras, por lo que las zonas de interior se han visto menos perjudicadas por la presión turística (Barreda Galo, 2012).

El turismo rural es la actividad clásica del turismo, pero que tiene lugar en un entorno rural, ya sea en pueblos pequeños (con menos de 2.000 habitantes) o en las zonas próximas a las ciudades pero alejadas de su centro urbano (IET 2012). Es un turismo que utiliza los distintos recursos naturales, patrimoniales y culturales, propios del medio rural, pero siendo respetuoso con ellos y cuidando, ante todo, su conservación y su sostenibilidad. Dicha sostenibilidad conlleva «el aprovechamiento óptimo de los recursos, la integración de la población local, la preservación y mejora del entorno y todo aquello que permita un proceso duradero en contraposición al modelo o concepto de la máxima rentabilidad en el espacio y tiempo, que responde a la clara «especulación» y en la mayoría de los casos al modelo convencional del turismo de sol y playa» (Crosby, 1993).

Supone un importante factor de desarrollo para las economías locales, brindando la oportunidad de generar ingresos y crear empleos ya que además de complementar las actividades económicas rurales tradicionales actualmente en decadencia puede fomentar una actividad económica adicional y, por lo tanto, ayudar a frenar la despoblación rural.

Permite la recuperación de la cultura y de las tradiciones locales provocado en muchas ocasiones por el éxodo de la población a las ciudades, evitando la pérdida de costumbres y formas de vida del mundo rural y contribuyendo a su conservación y divulgación.

Es importante destacar que existe, por tanto, un componente «educativo» en esta modalidad turística, que no se da en el turismo convencional o de masas.

En este proyecto, como argumentaremos más adelante, se ha optado por ofrecer el agroturismo dentro de nuestros servicios complementarios. Dando la posibilidad a nuestros clientes de poder participar directamente en el medio rural, así como disfrutar de un entorno de ocio y descanso, en plena naturaleza.

## 2. DESCRIPCIÓN DE LA IDEA DE NEGOCIO.

La idea de negocio surge a raíz de la recepción de una herencia familiar que comprende una finca, de 5.704 metros, sita en el municipio de Granadilla de Abona, concretamente en la zona denominada Los Frontones. De ahí que, desde su adjudicación, el equipo emprendedor decidiera referirse a ella como “Casa Rural Los Frontones”.

La iniciativa se centra en proceder a la explotación como alojamiento rural, de una casa que está en perfectas condiciones como se puede apreciar en las fotografías aportadas en los anexos al presente documento, tan solo tiene que ser adaptada para establecimiento turístico de alojamiento y, por supuesto, adecuarla con mobiliario rústico.

Esta casa está situada estratégicamente para explotación turística rural ya que posee unas vistas espectaculares, y se puede acceder hasta la misma casa desde la carretera de acceso a la finca, es fácil y nada complicado, existe una pista forestal, que llega hasta la propia casa. Además el municipio de Granadilla de Abona está situado en el sur de Tenerife, a 15 kilómetros de la autovía del Sur, así como del Parque Nacional del Teide, del que dista desde la casa 7 kilómetros. (Véase figura nº1 del anexo nº 2)

Esta Casa Rural contará asimismo con la explotación de una finca propia, convirtiéndose en uno de nuestros principales valores. Nuestra oferta consistirá principalmente en el servicio de alojamiento, ocio y agroturismo, incluyendo la limpieza del alojamiento en el precio, pudiendo contratar servicios complementarios, como, reserva de excursiones, compra y envío de productos autóctonos a su domicilio de origen, excursiones con guía acompañante, así como servicios de traslados de ida y vuelta al aeropuerto.

El perfil del cliente esperado responde a turistas extranjeros, nacionales y residentes que deseen actividades deportivas y culturales, así como para aquellas que quieran conocer los distintos parajes que ofrece el municipio de Granadilla en particular y de la isla de Tenerife en general desde un alojamiento de carácter rural.

### 3. VIABILIDAD ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA.

La realización de un estudio de mercado debe tener como principal objetivo la comprensión del cliente así como de sus necesidades y preferencias, las decisiones que éstos toman y, por ende, las posibilidades de desarrollo de un negocio en un determinado mercado dependerá del entorno en el que se desenvuelva, de ahí la relevancia de esta primera parte del estudio.

#### 3.1 ANALISIS DEL ENTORNO.

##### 3.1.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO GENERAL O MACROENTORNO.

Todos aquellos factores del entorno en los que no podemos incidir directamente pero que sin embargo, tienen efectos en nuestra empresa pertenecen al análisis del entorno general o macroentorno. Para ello aplicaremos el “ANALISIS PEST”, encargado de estudiar las variables del entorno en los ámbitos demográficos, económicos, socioculturales, político-legales, tecnológicos y ambientales.

#### Factores Demográficos:

Para empezar esta sección de nuestro estudio de mercado creemos fundamental hablar de toda la población de Tenerife, pero en especial del municipio de Granadilla de Abona y de las áreas que están cerca o son limítrofes, (véase mapa en anexo n<sup>o</sup> 2).

De la oferta total de número alojamientos rurales de Tenerife la Comarca de Chasna-Isora ocupa el segundo lugar con un 33.16 % del total a poco de la zona Noroeste con el 36.73 %. En cuanto al número de plazas ocupa también una segunda posición con el 28.56% del total, ya a mayor distancia porcentual de la zona Noroeste con 42.17 % de la oferta total de Tenerife. Esto nos lleva a la conclusión de que los alojamientos rurales en la Comarca cuentan con un número reducido de plazas.

ESTABLECIMIENTOS/PLAZAS	ESTABLECIMIENTOS				PLAZAS			
	Casas Rurales	Hoteles Rurales	Viviendas Turísticas	Total	Casas Rurales	Hoteles Rurales	Viviendas Turísticas	Total
CHASNA-ISORA	53	4	8	<b>65</b>	294	85	26	<b>405</b>
METRÓPOLITANA	19	2	5	<b>26</b>	118	42	25	<b>185</b>
NOROESTE	62	7	3	<b>72</b>	386	209	3	<b>598</b>
SURESTE	13	3	0	<b>16</b>	47	68	0	<b>115</b>
TACORONTE-ACENTEJO	13	1	3	<b>17</b>	99	0	16	<b>115</b>
<b>TOTAL</b>	<b>160</b>	<b>17</b>	<b>19</b>	<b>196</b>	<b>944</b>	<b>404</b>	<b>70</b>	<b>1418</b>
<b>% correspondiente Chasna-Isora</b>	<b>33,12</b>	<b>23,53</b>	<b>42,10</b>		<b>31,14</b>	<b>21,03</b>	<b>37,14</b>	

Cuadro nº1 oferta rural de Tenerife por comarcas. Fuente: Turismo de Tenerife. Año 2013.



En el siguiente cuadro, el desglose se ha separado por municipios de la Comarca Chasna-Isora (véase Comarca en anexo 2, fotografía nº 2). Podemos apreciar que la mayor concentración de establecimientos rurales se encuentra en Arico con 22, **Granadilla** y Guía de Isora con 10 cada uno, y en menor medidas Adeje con 7, Fasnia con 6, San Miguel con 5, Arona con 3 y Santiago del Teide con 2.

ESTABLECIMIENTOS RURALES									
	ADEJE	ARICO	ARONA	FASNIA	GRANADILLA	GUIA DE ISORA	SAN MIGUEL	STO DEL	TOT
CASAS	5	1	3	5	7	10	4	2	53
HOTELES	1	0	0	0	2	0	1	0	4
VIVIENDAS	1	5	0	1	1	0	0	0	8
<b>TOTAL</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>10</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>2</b>	<b>65</b>

Cuadro nº 2. Oferta rural por municipios de la Comarca Chasna-Isora. Fuente: Turismo de Tenerife. Año 2013.

En cuanto a la oferta alojativa por plazas Arico y **Granadilla** siguen en primer y segundo lugar con 92 y 79 plazas, seguido de San Miguel con 61, Guía de Isora con 57, Adeje con 49, Arona con 32 y muy seguidos Santiago del Teide y Fasnia con 19 y 16. Esto nos lleva a la conclusión de que la capacidad por unidad alojativa es menor en Guía de Isora y mayor en Adeje, Arona y San Miguel.

Con respecto a estos parámetros se van a dar datos de la totalidad de la Isla, ya que aún no hay ningún estudio / estadística que los desglose por Comarca y/o municipio. También señalar que los datos han sido obtenidos con un tamaño de muestra muy pequeño pero nos da una idea general de la situación actual.

DATOS GENERALES	CHASNA-ISORA	METROPOLITANA	NOROESTE	SURESTE	TACORONTE-	TOTAL/%/ MEDIA
TURISTAS						
PERNOCTACIONES						
OCUPACIÓN % (1)	36,76	16,18	25	7,35	14,71	<b>40,60</b>
ESTANCIA MEDIA						<b>8,61</b>

Cuadro nº 3. Número de pernoctaciones y % ocupación por zonas en Tenerife. Fuente Turismo de Tenerife.

Atendiendo a la distribución de la población del municipio de Granadilla de Abona, podemos decir que la zona costera es la más poblada del municipio. Los barrios de El Médano, San Isidro y Los Abrigos acogen a más de la mitad de la población, unos 29.733 habitantes. Esto supone para nuestra empresa, un entorno benigno para la búsqueda de efectivos para el proyecto, si además se tiene en cuenta el alto grado de especialización de la población en el binomio turismo y agricultura, dos de los ejes clave del proyecto, podemos suponer un alto grado de competencia con los empleadores en el sur de la Isla. Lo que con mucha probabilidad eleva el coste de oportunidad en la contratación.

A continuación en el siguiente cuadro se establecen las posiciones por nacionalidad de entrada en Tenerife. Esta información ha sido sacada de un estudio de mercado facilitada por una muestra de 79 establecimientos de todo Tenerife y según la cual el orden quedaría establecido de la siguiente manera: (Véase también anexo 3, cuadro nº 5)

POSICION	NACIONALIDAD
1º	ALEMANIA (1)
2º	ESPAÑA
3º	REINO UNIDO
4º	HOLANDA
5º	SUIZA
6º	RESTO PAISES

Cuadro nº4 Turistas por nacionalidad y orden de nº de turistas. Fuente Turismo de Tenerife. Año 2013.

### Factores Económicos

En este apartado trataremos los principales indicadores de la coyuntura económica de la Isla de Tenerife, datos de naturaleza coyuntural. Debido a la crisis la evolución de la renta per cápita de la población española en general, y la Canaria en particular, en los últimos años se ha visto reducida. Observando el cuadro nº 6, podemos entender la causa de porqué los turistas nacionales deciden viajar periodos más cortos de tiempo y planifican ellos mismos sus viajes.

Fecha	PIB Mill. €	Var. Anual
2012	41.503€	-0,9%
2011	41.860€	2,6%
2010	40.790€	1,0%
2009	40.381€	-4,3%

Cuadro nº 6: evolución anual PIB (producto interior bruto) Canarias. Fuente: OCDE Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico. Año 2013.

El mercado de turista local o peninsular puede ser una opción para nuestro negocio en temporadas de poca ocupación, tales como los meses de verano, o al inicio de nuestra actividad. El turismo es una de las actividades económicas más importantes de nuestro país representando aproximadamente el 10,2% del PIB (según datos de la OCDE). Dentro del sector turístico, el turismo rural está escasamente desarrollado, de hecho el porcentaje de viajes turísticos que tiene como destino un alojamiento rural es solamente de un 4% aproximadamente total de viajes, no obstante, como ya se ha señalado en apartados anteriores el turismo rural es una actividad de gran potencial y muestra de ello es la evolución positiva de este tipo de turismo en los últimos años.

El municipio de Granadilla de Abona, presenta una tasa de población activa superior a todos los ámbitos comparados. Además, es de destacar que tiene una tasa de paro inferior a la media de la Provincia de Santa Cruz de Tenerife y de Canarias. Finalmente, respecto a la tasa de afiliación al Sistema Nacional de Seguridad Social, su indicador es moderado, no llegando a superar la media insular. Estos datos los podemos ver en el siguiente cuadro.

	<b>MUNICIPIO</b>	<b>PROVINCIA</b>	<b>COMUNIDAD</b>	<b>ESTADO</b>
Población 15 a 64	25.013	691.938	1.431.294	30.511.110
(Pob 15-64) / (Pob Total)	75,3 %	72,4%	72,7 %	69,2%
Afiliados a la SS	10.920	362.214	766.397	18.360.037
Afiliados a la SS / (Pob 15-64)	43,7 %	52,3 %	53,5 %	60,2 %
Paro registrado	1.889	60.977	136.539	2.148.530
(Par reg) / (Pob 15-64)	7,6 %	8,8 %	9,5 %	7,0 %

Cuadro nº 7. Título: Censo de Población y afiliación SS. Del municipio de Granadilla de Abona. Año 2012. Fuente: INE

### Factores Socioculturales

El concepto de turismo y las preferencias de la demanda han evolucionado, actualmente son muchas las personas que huyen del turismo masificado en los centros costeros tradicionales y se acerca a estas formas de turismo buscando la tranquilidad y nuevas experiencias. El usuario está comenzando a valorar otros elementos de la oferta turística, como poder conocer el arte, la riqueza cultural, la gastronomía o el folclore de una región.

El municipio de Granadilla de Abona, cuenta con numerosas costumbres y tradiciones socioculturales así como potenciales atractivos que pueden ser aprovechados como ocio y entretenimiento en nuestro negocio. Cabe citar, entre otros el levantamiento de arado, el calabazo y el arrastre de ganado. Granadilla acoge deportes tan tradicionales en las islas como la lucha canaria. Cuenta con un equipo de lucha (El San Isidro), un pabellón municipal de deportes y un terrero para su práctica. Otras competiciones son la bola canaria o el juego del palo. Esta última con una conocida escuela, (Escuela de Juego del Palo de Abona), organismo que promueve la práctica de este arte tradicional. Todas estas actividades tradicionales se pueden disfrutar en general durante todo el año y muy especialmente, durante el Día de las Tradiciones, el 29 de Mayo, con motivo del Día de Canarias. (Periódico Digital Sur, 28 de mayo de 2013.) Para nuestro negocio es importante debido a que forma parte del entorno inmediato de la Casa Rural y añade atractivo para un establecimiento de estas características.

Entre los juegos tradicionales se conoce la existencia del juego de las damas, desde el principios del siglo XVI, debido a la presencia en Granadilla de Abona de pequeñas lajas grabadas con el característico damero. También era común entre los jóvenes de la localidad realizar pequeños juguetes con elementos vegetales del entorno. Sirva de ejemplo la utilización de residuos agrícolas procedentes de los cultivos más comunes de la localidad como la penca, la caña o el plátano, para la elaboración de todo tipo de artilugios para el juego. Todo este acervo cultural enriquece el entorno para el proyecto que puede contar entre sus atractivos con el rescate de costumbres y actividades tradicionales de la zona.

Por su parte, en Granadilla de Abona los cultivos tradicionales de secano se han convertido, en la práctica, en una agricultura a tiempo parcial, para agricultores que tienen ingresos en otros sectores. El secano prácticamente ha desaparecido a favor del regadío, (u otros usos del suelo). Esto permite el autoconsumo y un pequeño abastecimiento interior, pero no alcanza para las necesidades de la región. En conclusión, sigue existiendo un entorno rural en la zona, si bien, con un cierto carácter de “tiempo parcial”. (Periódico El Digital Canarias, 2012)

#### Factores político-legales:

Cada comunidad tiene una legislación diferente en torno a esta actividad, y la Comunidad Canaria se rige por las normas establecidas, que a continuación citamos por orden cronológico, dada su relevancia para el presente proyecto: Leyes y Decretos (véase en anexo nº 4).

Las acciones políticas del Ayuntamiento de Granadilla de Abona, se han encaminado al desarrollo de proyectos innovadores para ser subvencionados por los Fondos Europeos con el fin de desarrollar las áreas rurales, con una inversión de más de 40.000 euros. También se recibe ayuda por parte de los poderes públicos y administraciones al desarrollo del mundo rural (LEADER). Uno de ellos es la ruta Granadilla Sideral, proyecto que refuerza la certificación obtenida como primer municipio del mundo como destino turístico Starlight, rescatando y tematizando el sendero y primer observatorio de Canarias asentado en el Pico de Guajara a principios del siglo XIX.

Otra acción interesante para nuestro proyecto, es la mejora del callejero municipal. Se trata de dotar los caseríos rurales de unas placas de calle, mejorando su diseño, nomenclatura y ubicación, facilitando la orientación a la población y a los visitantes.

El plan Altos de Granadilla, por su parte, afecta a las actividades complementarias de nuestro proyecto directamente. Consiste en la creación y señalización de senderos en las medianías y en la cumbre del municipio.

Por último, el “Plan de Formación para la Excelencia Turística de Canarias”, y el plan “Alojamientos Conectados” ayuda a los establecimientos turísticos a permanecer informados y actualizados en cuanto a su oferta, resultando muy atractivos estos dos planes últimos para el desarrollo de nuestra futura empresa, al poder figurar como beneficiarios potenciales.

Para nuestro proyecto es clave, si no existe una política de respecto al medio rural en la zona, o ésta se debilita. El cuidado del entorno en el municipio de Granadilla de Abona va a ser fundamental para nuestro desarrollo. En los apartados anteriores observamos la voluntad política positiva, tanto respecto al cuidado del entorno, como de llevar a la acción políticas turísticas relacionadas con el medio rural.

#### Factores tecnológicos:

Como se ha comentado, una de las principales características y atractivos de este tipo de turismo es la posibilidad de que sea el propio cliente quien gestione su reserva. Para ello, los avances tecnológicos han jugado un importante papel.

Por otro lado, frente a los grandes complejos turísticos que disponen de una gran plantilla y su propio *software* de gestión, los alojamientos turísticos rurales suelen ser empresas de gestión familiar. Por ello, también los avances tecnológicos han facilitado en gran medida que sea posible que los propios propietarios puedan gestionar las reservas, ahorrando costes, facilitando el contacto directo con sus clientes y siendo una vía de promoción sencilla y efectiva a través de páginas *webs* o buscadores especializados. La tecnología, por tanto, suele tener efecto directo sobre los costes de producción así como sobre la propia oferta.

En nuestro caso, el Ayuntamiento de Granadilla, municipio en el que se va a asentar nuestro negocio, ha aumentado las infraestructuras en equipos informáticos. Además, en cuanto a la formación referida a las TIC podemos decir que se han hecho cursos sobre todo desde el Área de Empleo y Juventud, destinados a la formación de empresarios con bajos conocimientos en informática, los cuales están finalizando sus estudios en formación profesional y carreras de grado medio, así como jóvenes desempleados. Además dos factores adicionales son destacables en esta dimensión: Los cursos de

capacitación en Tecnologías relacionados con el cultivo y las labores del campo, así como la estrategia de acción del PDRS 2010-2014 facilitan las labores de llevanza de este tipo de establecimientos de carácter marcadamente rural. (Gobierno de Canarias, Desarrollo Tecnológico, 2012.)

Por último, encontramos el programa [www.red.es](http://www.red.es) a través del cual se facilitarán soluciones tecnológicas enfocadas a áreas fundamentales de la cadena de valor del sector turístico (reservas, gestión de la estancia, marketing y atención postventa), y servicios para potenciar la actividad de las PYMES en Internet. También se creará un portal de apoyo. Todas estas medidas tecnológicas son innovadoras y ayudan positivamente al desarrollo de cualquier proyecto de esta naturaleza en el sector.

#### Factores ambientales:

En este conjunto se incluirían aquellas variables medioambientales como el clima, el estado de los recursos y de las fuentes naturales de los mismos que circundan al proyecto, así como factores ambientales diversos influidos por el hombre como el ruido ambiental, la contaminación acústica o visual que pueden tener algún tipo de influencia favorable o desfavorable en la futura empresa. En los últimos años se ha venido produciendo un aumento de la sensibilidad y la preocupación por el cuidado y respeto del medio ambiente, lo cual es compatible con este tipo de turismo. El turismo rural desarrolla un turismo sostenible que encaja perfectamente con las características del medio rural y se adapta a la creciente conciencia ecológica de la sociedad e incluso, de la realidad legislativa actual.

Además, la posibilidad de poder hacer escapadas de corta duración a un destino turístico cercano, con fácil comunicación y fácil de gestionar por los propios clientes ha hecho que el turismo rural sea cada vez más un reclamo para un nuevo tipo de turismo, siendo éste uno de los principales atractivos para nuestro negocio. Una amenaza para todos los establecimientos de la zona, tanto costera como de interior es el plan de instalación del puerto industrial de Granadilla. Las nefastas consecuencias ambientales, económicas, sociales y energéticas que se derivarían de la puesta en marcha de estas infraestructuras, son una amenaza no solo en lo que nos afecta a nuestro proyecto sino en general (Observatorio Ambiental Granadilla, 2010) Una de las especies autóctonas que estarían en peligro de extinción por construirse el puerto en esta zona sería como flora, el Sebadal o *Cymodocea nodosa*, y como fauna se vería afectado el escarabajo negro, o *Pimela canariensis*. (OAG, 2012).

En este contexto, uno de los mayores valores de la Isla de Tenerife, así como, de Canarias en general, es su clima subtropical. En el siguiente cuadro observamos la estabilidad de éste en los últimos 4 años.

Año	T	TM	Tm	PP	V	RA	SN	TS	FG	TN	GR
2010	21.1	23.7	18.7	46.24	18.1	35	0	3	0	0	0
2011	22.4	25.0	18.2	251.98	17.1	57	0	4	1	0	0
2012	21.1	23.7	19.6	53.84	18.7	32	0	5	1	0	0
2013	22.5	25.5	18.2	51.04	19.3	42	0	1	1	1	0

Cuadro n º8 Título: Interpretación valores climáticos medios anuales. Fuente: IMC. Años 2010/13.

Es precisamente el clima tan benigno de la isla de Tenerife en particular y de Canarias en general, especialmente sus vientos alisios, lo que atrae a buen número de turistas y, entre estos el turismo deportivo-marítimo (campeonatos de surf y windsurf), que se celebran en las playas pertenecientes a Granadilla de Abona, (Turismo de Tenerife, 2013). Estos eventos deportivos constituyen una gran oportunidad para el sector produciendo una gran afluencia de turistas deportivos y de naturaleza, así como un aumento sustancioso de pernoctaciones en toda la zona de referencia del presente proyecto, convirtiéndose en una de nuestras oportunidades.

Por otro lado, en cuanto a peligro de incendio se refiere, en la isla de Tenerife podemos llegar a la conclusión de que existe un alto riesgo de incendio. Así lo certifican los datos estadísticos extraídos del ISTAC. En el cuadro n º 7 podemos observar el número de incendios y zona afectada (arbolada y desarbolada) en la Isla durante el año 2013, siendo el área rural, por su naturaleza, la que más vulnerabilidad presenta.

Territorio y medio ambiente Medio ambiente Biodiversidad y protección ambiental
Número de incendios y superficie forestal quemada por isla y año. Unidad de medida: indicadores
Año 2013. Isla de Tenerife, "", Número de incendios, "36", Superficie forestal, "6.872,88", Superficie forestal arbolada, "4.850,89", Superficie forestal desarbolada, "2.021,99" año, 2013
Instituto Canario de Estadística (ISTAC) <a href="http://www.gobiernodecanarias.org/istac">www.gobiernodecanarias.org/istac</a>

Cuadro nº 9: Título: Número de incendios y superficie forestal quemada por isla y años. Fuente: Instituto Canario de Estadística (ISTAC) a partir de datos de la Viceconsejería de Medio Ambiente.

Por otro lado, la política de protección de espacios especialmente en el medio rural es múltiple. La Finca donde está ubicado el futuro negocio, es un espacio protegido, concretamente un Parque Natural. Los municipios de la Isla de Tenerife, que se encuentran dentro del parque Natural son los siguientes: Los Realejos, Adeje, Vilaflor,

Guía de Isora, Santiago del Teide, Garachico, Icod de los Vinos, San Juan de la Rambla, Granadilla de Abona, Arico, Fasnia, El Tanque, Güímar, Arafo y Candelaria. No obstante, esto supone, que todos los municipios nombrados anteriormente presentan una alta protección medioambiental y están afectados por acciones de salvaguarda y alerta constante en cuanto a los peligros que se pudieran producir. Este factor medioambiental convierte a nuestra ubicación en una fortaleza. Véase figura nº 1.

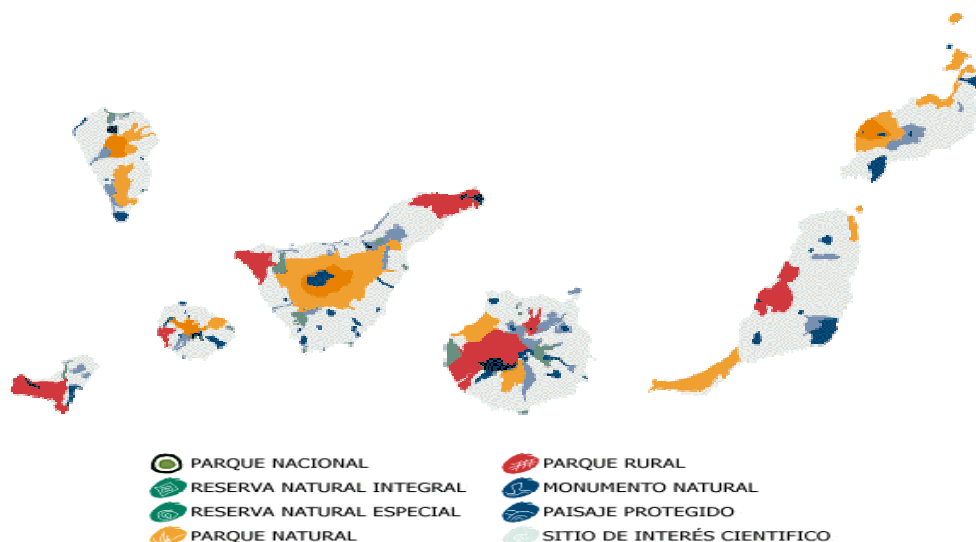


Figura nº1. Título: Mapa de los espacios protegidos de Canarias. Fuente: PIOT Año 2012.

Por otra parte, el entorno ofrece múltiples valores de interés turístico. Es el caso de La Montaña de Guajara, con 2.717 metros de altitud. Véase imagen nº1.



Imagen nº 1 Título: Fotografía de Montaña Guajara. Fuente: turismo de Tenerife. Año: 2008

De especial interés es la formación geológica llamada el Paisaje Lunar, donde sorprende la roca volcánica modelada sinuosamente por el viento y la lluvia. Véase imagen nº2.





Imagen nº2. Título: fotografía del Paisaje Lunar. Granadilla de Abona. Fuente: Turismo de Tenerife. Año 2010.

El entorno del negocio está situado a 20 kilómetros de la Playa del Médano, localizada en la pequeña localidad costera de El Médano.

Por otro lado, en Granadilla de Abona existen yacimientos arqueológicos importantes, como el Tagoror del Rey, o el poblado de cuevas con necrópolis del Barranco de Chiñama, y las cuevas sepulcrales de Montaña Chiñama o La Jaquita. Granadilla en sí misma constituye un punto de interés para visitar, con sus calles largas y sinuosas, la iglesia parroquial de San Antonio es muy hermosa (data del siglo XVIII.) o el clausurado convento franciscano, que sirvió de corral de comedias y de oficinas municipales. Todos ellos son puntos dignos de visita.

Además, Granadilla cuenta con uno de los mejores cielos de Canarias para la observación de los cielos nocturnos, lo cual, unido a su "relevante historia" sobre los inicios de la astronomía de alta montaña y a los proyectos y actividades de desarrollo rural y medioambiental, han propiciado que haya sido reconocido con dicha certificación. Los destinos *Starlight*, que están apadrinados por organizaciones tan relevantes como la Unesco, se definen como lugares de gran interés para la contemplación del cielo diurno y nocturno, como parte esencial de la naturaleza. El proyecto 'Granadilla Sideral' está avalado por el Instituto de Astrofísica de Canarias y cuenta con el apoyo de la Asociación Sur de Amigos de la Fotografía y de la Astronomía (ASAFA, 2013).

### 3.1.2 ANALISIS DEL ENTORNO ESPECÍFICO O MICROENTORNO

El análisis del entorno específico es una pieza clave del proceso de planificación del negocio en estado embrionario como el que nos compete. La metodología más común a seguir está marcada por el estudio de las fuerzas competitivas que dominan el mismo y que determinan las características del sector, es decir, el esquema de las 5 fuerzas de (Michel Porter, 1979). Numerando del 1 al 5, siendo el 1, que nos afecta muy

negativamente y 5 nos afecta muy positivamente, revisamos los aspectos del entorno específico de este proyecto.

Rivalidad entre los competidores: La primera fuerza de Porter, que analiza tanto a los competidores directos, que en nuestro caso lo conforman las casas rurales en un radio de 15 kilómetros aproximadamente, ofreciendo productos o servicios similares como establecimientos extrahoteleros, y los competidores indirectos que aún estando dentro de nuestro radio de acción, son clasificados como alojamientos hoteleros. Esta fuerza la puntuamos con un 3. Consideramos que en la actualidad el grado de rivalidad es pequeño. No existen como hemos visto muchas casas rurales en los alrededores y aún menos con las características que va a tener la que estamos proyectando. En la actualidad debemos explotar nuestros puntos fuertes, trabajando en la diferenciación y situación. La diferenciación manteniendo la calidad entendida como un grado de satisfacción del cliente, combinándolo con un importante control de los costes, sería el camino a seguir. (Véase cuadro nº 12, cuadro de competidores para determinar la 1ª fuerza Porter.)

La amenaza de nuevos competidores en el mercado es la segunda fuerza de Porter. Una vez analizado en la Gerencia de Urbanismo del Ayuntamiento de Granadilla de Abona que no existen solicitudes en curso de licencia de obras de nueva construcción ni de rehabilitación de proyectos de alojamiento para turismo rural, no supone para nuestro proyecto una amenaza real a corto plazo, si bien a largo puede darse un efecto llamada en el municipio si comienzan a proliferar casas rurales de cierto renombre. Esta fuerza es valorada con un 5.

Los productos sustitutivos constituyen la tercera fuerza de Porter. Como productos sustitutivos encontramos los apartamentos de familiares y amigos que tienen alquilados durante el invierno a extranjeros y trabajadores de empresas cercanas a Granadilla, (aeropuerto, puerto industrial de Granadilla, polígono Industrial de Granadilla, etc.). Se dan a conocer en páginas *Web* rurales locales de países emisores, y ofrece habitaciones a un precio muy competitivo, como casa rural o apartamento rural. Estimamos que la puntuación en esta fuerza es de 2, ya que hay bastantes apartamentos y casas de propietarios en este sector que no están registradas como alojamiento de turismo rural y que alquilan a extranjeros, nacionales y locales con bastante asiduidad.

El poder de negociación de nuestros clientes es la cuarta fuerza competitiva. Debido a que existen infinitas páginas *Web* como centrales de reservas (Booking.com, toprural.com, escapadarural.es, etc.) con información de casas rurales y establecimientos turísticos en las cuales los turistas y toda persona con acceso a Internet, pueden dejar sus opiniones y valoraciones más personales sobre sus experiencias en nuestro establecimiento, afectando considerablemente a la calidad y cantidad de la demanda con su publicidad tanto positiva como negativa. Además, la gran oferta de establecimientos rurales y no rurales confiere al cliente una gran capacidad de negociación. En consecuencia, valoramos esta amenaza dándole una puntuación de 3.

El poder de negociación de nuestros proveedores es la quinta fuerza de Porter. Los productos que ofrecemos a nuestros clientes, necesarios para el regalo de recibimiento como son las cestas con productos de nuestra huerta, nos autoabastecemos en un 60% en relación a los productos más generales. Aquellos que tenemos que comprar necesariamente encontramos que existe un alto número de proveedores, y podemos negociar precios y cantidades a la baja. Esta fuerza la valoramos positivamente con un 5 para nosotros, como una ventaja.

RECURSOS	PROVEEDOR 1	PROVEEDOR2	PROVEEDOR3	PROVEEDOR4
Mobiliario	IKEA	MUEBLES CARPINTERIA	BOOM S PRECIOS	MERKAMUEBLE
supermercado ecologico	ECOTEIDE	mercado del agricultor Granadilla	MERCADO VILAFLOR	mercado del Medano
Rehabilitación de la vivienda (presupuestos)	Construcciones y Reformas Méndez	Decoraciones y reformas, Martínez e hijos.	Soluciones, Decorarte. SL	Estudio y reformas Tenerife SL
Cestas	floristería Jazmin	IKEA	Leroy Merlyn.	La Cestería.
Suministradores de semillas,	Mercado del Agricultor	Semillas Ecológicas Agrotterra	Hotfnog.com	Mercado de San Miguel de Abona.

Cuadro nº10. Titulo proveedores de los principales recursos. Casa Rural Los Frontones, Fuente: elaboración Propia. Año 2013.

Últimamente se ha propuesto completar el modelo con una sexta fuerza, el gobierno local. Las empresas también han de tener en cuenta las actuales y potenciales acciones de los gobiernos locales. No sólo por su capacidad reguladora, sino porque puede convertirse en una competencia. Como ejemplo, los albergues, las casas taller, o los

campamentos de verano, pertenecientes a instituciones públicas como el Cabildo de Tenerife, que ofrecen actividades educativas y de ocio a grupos de jóvenes y niños. Estos programas están subvencionados por el Gobierno. Otro ejemplo es el Caserío de las Vegas, en Granadilla de Abona, el cual está siendo actualmente restaurado por el Ayuntamiento, con la intención de ser explotado turísticamente. (Véase imagen nº 3)



Imagen nº 3 Título: El caserío Las Vegas. Remodelado por el Ayuntamiento de Granadilla. Fuente: CAUCESUR. Año 2012.

### 3.2 ANALISIS DE LOS CLIENTES

El concepto de turismo y las preferencias de la demanda han evolucionado. Actualmente son muchas las personas que huyen del turismo masificado en los centros costeros tradicionales y se acerca a estas formas de turismo buscando la tranquilidad y nuevas experiencias.

Por otro lado, este tipo de turismo tiene un componente innovador y ofrece al viajero la posibilidad de realizar otro tipo de actividades, como turismo activo, agroturismo, naturaleza, etc. El usuario está comenzando a valorar otros elementos de la oferta turística, como poder conocer el arte, la riqueza cultural, la gastronomía o el folclore de una región. Este análisis es el más relevante de todo el proyecto debido a que va a determinar cuál será nuestro cliente potencial. Los datos que tomamos de esta investigación, han sido extraídos del estudio de la demanda de la isla de la Palma (Fernández Hernández, et al., 2008)

El equipo emprendedor entiende que la Isla de La Palma es para nosotros un destino fuertemente competidor, al que debemos conocer en profundidad. Teniendo en cuenta, que el turista que visita la Palma, puede buscar algo muy parecido con algunos matices, de lo que buscaría en la isla de Tenerife, siendo este una guía importante para identificar el segmento de mercado más conveniente al que dirigimos.

Los turistas que visitan Tenerife representan el 38,6% del total que llega a Canarias. Vienen principalmente de Reino Unido, Alemania y la Península. Viajan para descansar y relajarse, evadirse de la rutina, aliviar el estrés y visitar lugares confortables con buenos hoteles y restaurantes. En el proceso de búsqueda de información, consultan a amigos y familiares, o acuden al turoperador o a la agencia de viajes. La decisión la toma en pareja o de forma individual, y cuando lo hacen, como alternativas a Tenerife valoran otros destinos de España, Egipto u otros africanos. Eligen la isla por el clima, la tranquilidad y los paisajes. Otros aspectos como las playas, la posibilidad de conocer nuevos lugares y el precio influyen en la decisión. Reservan el viaje con una antelación de 1 a 3 meses a través de un turoperador. Se alojan en hoteles de 4 estrellas o en apartamentos, en régimen de todo incluido, media pensión o sólo alojamiento. Su edad media es superior al promedio de Canarias. Casi la mitad de ellos considera sus vacaciones a la isla como las secundarias del año (47,6%). Su satisfacción tras el viaje es muy alta pero inferior al promedio de Canarias. Los aspectos que más valoran son el clima, la hospitalidad, los parques de ocio y los paisajes. La cuota de turistas enamorados del destino (han venido más de 10 veces) es superior al promedio (16,8€ vs. 15,9%). (Fernández Hernández, et al., 2008)

El perfil del turista que visita Tenerife: A falta de un estudio de mercado para la Isla de Tenerife, tomaremos como referencia el ya citado sobre la isla de la Palma, al centrarse especialmente en el cliente de turismo rural puesto que el perfil del turista es prácticamente el mismo. Se trata pues de un turista relativamente joven, y el principal segmento, está en edades comprendidas dentro del intervalo 35-55 años. Atendiendo al nivel profesional se puede definir como un turismo de clase media-media, agrupando tres tipos de actividad: “otros empleados o funcionarios de cargo medio”, “directivos o funcionarios con 5 empleados o menos” y “profesiones liberales”. El nivel de ingresos nos indica también un perfil de turista de clase media. Los ingresos familiares en el 56% de los casos están en el intervalo 2.837 y 4.964 euros. Por debajo de este nivel se encuentra el 32% y por encima el 12%. El 66% viajan acompañados principalmente de la pareja y acompañados por los hijos lo hacen el 34%.(Fernández Hernández, et al., 2008)

Si nos referimos al perfil del comportamiento ambiental de los turistas podemos concluir lo siguiente: Los turistas que visitan la Isla presentan un patrón similar de conducta ambiental para los cuales es tan importante actuar de forma ambientalmente responsable

en el lugar de vacaciones como en el de residencia habitual. Prefiere pasar las vacaciones en destinos no masificados en vez de en destinos más masificados aunque populares. Además, procuran que los gastos realizados en sus vacaciones se orienten en beneficio de la población del lugar visitado. (Fernández Hernández, et al., 2008)

Según esta misma fuente, no existe relación demostrable entre gasto en destino y algún patrón específico de comportamiento ambiental, ni general ni por nacionalidades. En relación a los tipos de actividad realizadas por los turistas rurales durante su permanencia en la Isla recalamos una clara preferencia por el disfrute de actividades de ocio y recreativas entre las que destaca el interés por los productos y la gastronomía local incluyendo el vino. Acompañan en estas preferencias el descanso, bañarse y tomar el sol, observar estrellas, actividades de descubrimiento del medio (rincones, flora y fauna) visitar monumentos y practicar actividades deportivas. Tanto las mujeres como los hombres coinciden en sus principales preferencias de probar gastronomía, descansar, probar vinos de D.O., bañarse, tomar el sol y observar estrellas. (Fernández Hernández, et al., 2008)

En el perfil por nacionalidades se aprecian algunos matices en las actividades menos frecuentes. Mientras el turista español es más frecuente en la realización de actividades diversas e idiosincrásicas del turismo rural (actividades organizadas por los gestores del alojamiento, observación de actividades artesanas y agrícolas, disfrutar de ambientes culturales y festivos, etc.). Por el contrario, el turista alemán muestra una alta participación en la realización de rutas e itinerarios programados, paseos en barco, etc. Para los turistas de otras nacionalidades, belgas, franceses, holandeses incluidos, tiene mayor relevancia otras actividades diferentes a las de españoles y alemanes: participar en actividades artesanales y agrícolas o practicar actividades deportivas, entre otras. Sin embargo, presentan bajos porcentajes en visitar museos, visitar centros de artesanía o acudir a áreas recreativas. En la estancia media presentan claras divergencias dependiendo de la nacionalidad y de la procedencia en el caso del turismo nacional. La estancia media total se sitúa en 11,3 días. Los alemanes con una estancia de 14,3 son los que más tiempo permanecen. Por nacionalidad, el segmento más repetidor es el alemán con el 49%, seguido de los holandeses con el 43%, y los españoles como último grupo con el 40%. La parte de las actividades de ocio y recreativas parece tener un componente básico dentro del carácter de oferta complementaria. Son las actividades visitar parques culturales, centros de artesanía, áreas recreativas, monumentos y museos, demandadas por entorno al 50% de los turistas. Fortalecen la diversificación y tienen una demanda

basada principalmente en el turismo alemán. (Fernández Hernández, et al., 2008) A pesar de que el cuadro del anexo 5, indica que el mercado español también es elevado, nuestro mercado objetivo es el alemán. (Véase anexo n ° 5.)

### 3.3 ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA.

El estudio de la competencia existente dentro del municipio de Granadilla de Abona, donde se ubica la empresa objeto de este TFT, servirá tanto para identificarla claramente como para ver aquellos aspectos en los cuales se puede destacar y pueden considerarse diferenciadores de la nueva empresa que se pretende poner en marcha. Una vez obtenida la información, se considera oportuno centrarse en la competencia del propio municipio objeto de estudio y del municipio colindante de Vilaflor. Radio de acción 15 kilómetros.

Distancia a Casa rural hasta 15km.	UBICACIÓN	ACTIVIDADES complementarias.	unidades alojativas	PRECIO por pax y por casa completa.	Valoración competencia
<b>Casa Rural ANTÓN PICHÉ</b>	Draguito Granadilla de Abona	-Senderismo - Paseos en bicicleta - Montar a caballo	2 - 8 plazas Habitación doble- Cocina auxiliar y sala- Baño- Vistas al jardín	27,5€ / persona y noche precio total casa 220€	2
<b>CASA RURAL PEPA</b>	Las Vegas. Granadilla.	Senderismo- Paseos en bicicleta- Montar a caballo- Windsurf-	2 - 8 plazas - Habitación doble Cocina auxiliar y sala-	25,55€ / persona y noche 204 precio total	2
<b>Casa Rural LA VENTA</b>	Granadilla de Abona	- Kayaks, Pesca, paseos en bicicleta.	9 PLAZAS.	CASA COMPLETA 225€ NOCHE.	2
<b>CASA RURAL LOS PEREZ</b>	Vegas, afueras del casco urbano.	-Senderismo - Paseos en bicicleta - Montar a caballo	4 plazas - .)1 casa (4 p)	25€ / persona y noche 100€ total casa.	3
<b>CASAS ECOLOGICAS DEL PINAR.</b>	Calle el pinar en Granadilla	Senderismo Montar a caballo Excursiones.	4 plazas.	30 - 39 € por persona/noche 156 total casa.	4
<b>CASA RURALTRASPATIO</b>	Granadilla en casco.	: Parapente. Cursos y talleres,	2 - 8 plazas -	28€ / pax 224 casa completa	2
<b>HOTEL RURAL EL NOGAL</b>	Vilaflor -15km	Excursiones, spa,	100	97€r habitación doble.	3
<b>HOTEL RURAL VILLALBA</b>	Vilaflor -15km	SPA, gastronomía, excursiones a pie.	150	115 € habitación doble.	3

Cuadro nº12 Título: competencia de Casa Rural Los Frontones. Elaboración propia. Año 2013.

En el cuadro anterior se relacionan tanto los competidores directos como los indirectos. Como competidores indirectos encontramos al final del cuadro al HOTEL RURAL EL NOGAL, en la Escalona, Vilaflor, y el HOTEL RURAL VILLALBA también en Vilaflor, el resto de casas rurales son competidores directos. En esta tabla hemos contrastado los servicios ofrecidos por nuestra competencia directa e indirecta, así como, su situación y oferta de servicios complementarios. Procederemos a la valoración del 1 al 5. (Donde 1 es competencia leve, y 5 competencia alta). (Véanse anexos nº1). Como fuente de información se ha acudido a la Oficina de Turismo del Cabildo de Tenerife, así como la propia oficina de información del municipio de Granadilla de Abona, donde se han facilitado diversas informaciones y folletos sobre los distintos alojamientos rurales de la zona, también diversas búsquedas realizadas a través de Internet y principalmente a través de la web.turismodetenerife.com, se han visitado la mayoría de los establecimientos y se ha hablado con los responsables de reservas y administración.

A modo de conclusión, observamos que la competencia que se ha considerado ofrece mayoritariamente un servicio de alojamiento en casas rurales de alquiler completo y además encontramos hoteles: situados en el municipio de Vilaflor, uno en el propio pueblo de Vilaflor, y el otro en la Escalona, localidad que forma parte del pueblo de Vilaflor. De este modo concluimos que el uso que hacen en cuanto a producto, precio, promoción y distribución es el siguiente:

- **Producto:** El producto ofrecido es el servicio de alojamiento en casas que se caracterizan por conservar la arquitectura del municipio, con una decoración esmerada y que cuentan con todo tipo de comodidades: electrodomésticos, TV, DVD. Incluso de SPA propio como los dos hoteles que he nombrado en el cuadro nº 12.
- **Precio:** El precio de estas casas depende mucho de las instalaciones de las mismas y de la capacidad que dispongan. Por lo general, el precio medio para un fin de semana es de 180€ para capacidad 8 personas. En el caso del hotel es más elevado, el precio aproximado medio de una habitación doble es de 100€ por noche. Destacar que suelen establecerse precios más baratos si se alquila la casa por un periodo de tiempo mayor, pero que en general no desarrollan políticas de promoción de ventas basadas en bajadas de precios muy agresivas.
- **Promoción:** La promoción de estas casas está bastante limitada, principalmente porque no disponen de los recursos económicos necesarios para acudir a medios



de comunicación de masas. La principal forma de promoción es a través de las páginas *webs* que casi todas ellas poseen o a través de los principales buscadores del sector.

- **Distribución:** Por lo general, este tipo de productos no suele ofrecerse en las agencias de viajes, sino que su principal forma de comercialización es a través de las centrales de reservas y los principales buscadores del sector que podemos encontrar en Internet y que se relacionan en el punto 4.5 de este TFT.
- **Competencia:** En la actualidad el grado de rivalidad es pequeño. No existen como hemos visto muchas casas rurales en los alrededores y aún menos con las características que va a tener la que estamos proyectando. En la actualidad debemos explotar nuestros puntos fuertes, trabajando en la diferenciación y situación. La diferenciación manteniendo la calidad entendida como un grado de satisfacción del cliente, combinándolo con un importante control de los costes, sería el camino a seguir.

Una forma útil es utilizar el *benchmarking* para comparar estrategias y desempeños, ayudándonos a encontrar un modelo de excelencia. En esta parte del proyecto es importante tener presentes referentes en el sector de actividad, cómo otros lo hacen, conociendo en qué son buenos y en qué es mejorable su oferta. Nuestra referencia principal lo constituye las Casas Ecológicas el Pinar. En el mismo término municipal, totalmente ecológicas. Las pinturas de las paredes están hechas con leche, toda la madera fue lavada y cortada de forma natural, reciclándola de los pinos caídos y tratada de forma ecológica. La finca es en un alto porcentaje auto-sostenible. El sistema de agua es reciclable, y la electricidad es a través de placas solares. No utilizan pesticidas ni nada que se le parezca. En el cuidado de huerto, jardín utilizan abono de residuos de la propia casa. Dada su alta ocupación durante todo el año y su política orientada a la excelencia la convierten en el mejor referente. ¿Qué copiaríamos de su modelo de negocio?, las infraestructuras y su finca ecológica, también la decoración de la casa, y la sostenibilidad en el aprovechamiento que hacen de los recursos naturales. (Véase anexo nº 6).

¿En que es mejorable su oferta, en publicidad y en ubicación? Ellos están situados en Cruz de Tea, en el municipio colindante, Vilaflor, fuera del término municipal de Granadilla, (véase anexo 6) y sus casas son menos espaciosas. Reciben turismo local principalmente y es también vivienda particular de sus propietarios, por lo que no las alquilan todo el año. Para llegar a su establecimiento hay que transitar mucho más tiempo

con el coche respecto a qué según indican los turistas en los comentarios y opiniones del establecimiento. (www.toprural.com)

### 3.4 MODELO DE NEGOCIO

El modelo de negocio que pretendemos desarrollar cuenta con las siguientes características:

Segmento de clientes: Principalmente el turista alemán. En puentes, y vacaciones de fin de semana, turismo local, tanto de la Isla de Tenerife como de islas colindantes y turismo peninsular.

Propuesta de Valor: Alojamiento vacacional en entorno rural.

Relación con el cliente: La forma en que nos relacionaremos con el cliente es una de nuestras diferenciaciones. El trato familiar y cercano es sobre los que se construye el modelo y lo hacen posible. Desde luego que el mimo a los clientes es esencial, para fidelizar y repita su experiencia en nuestro negocio. Registro de clientes, será la acción principal. Una buena base de datos deberá contener los datos personales de los clientes (nombre, e-mail, teléfono, fecha de entrada) e información sobre comportamiento y preferencias. Por supuesto, deberá estar bien organizada para encontrarlo todo rápidamente. Los cuestionarios de satisfacción para alojamientos rurales, también nos servirán. Premiaremos a los mejores clientes con ofertas personalizadas que les llegarán a través de *mailing*, teniendo siempre precaución con las promesas y las ofertas que diseñemos y ofrezcamos. El alquiler íntegro de la casa les da la posibilidad de tener intimidad.

Actividades clave: crear y gestionar la página *Web*, gestionar las reservas directas y a través de centrales de reservas, negociar precios con proveedores, organización de las actividades por temporadas. Mantenimiento y limpieza.

Red de alianzas: Llevar a cabo todas las acciones de promoción, aliarnos con los restaurantes cercanos a la zona para servicios de restauración, estos son: Restaurante el Templete, en Granadilla, de comida canaria típica, Restaurante El Mirador y El Restaurante Placeres. Y con empresas multiaventura como son: Fluyendo.net, Multiadventure Canarias, Teno Activo, El Cardón y Natur Experience.

### 3.5 ANALISIS DAFO.

#### OPORTUNIDADES:

- Aumento de la conciencia ecológica y social. Cada vez es mayor la demanda por parte de la sociedad de actividades que respeten el medio ambiente así como que propicien los hábitos de vida saludables.
- Valoración por parte de los clientes de este tipo de establecimientos, del trato personalizado y limpieza de las instalaciones; el turismo tradicional y de las grandes cadenas está muy masificado y es de poca calidad.
- Cada vez son más frecuentes las vacaciones cortas o “escapadas” en diferentes épocas del año, fines de semana, puentes.
- Nuevas tendencias en la demanda turística por parte de los clientes: búsqueda de experiencias, capacidad de gasto medio-alta, más experiencia y exigencias.
- Aprovechar los múltiples eventos deportivos, muchos de ellos de carácter nacional e internacional, que se desarrollan en la isla. (Campeonatos mundiales de *Windsurf*.)
- Destino turístico consolidado y reconocido por organizaciones internacionales. Ejemplo (*Starlight*-Granadilla de Abona).
- Fomento del mantenimiento de las costumbres y tradiciones por parte de las autoridades locales.
- Alta necesidad por generar nuevas alternativas de empleo en el mundo rural, así como creación de mercado alternativo para la producción local.
- Apoyo por parte de los poderes públicos y administraciones al desarrollo del mundo rural (LEADER).
- Gran riqueza medioambiental con especies de flora y fauna únicas en la zona y contando con la cercanía al Parque Nacional del Teide. Diversidad de atractivos naturales (ventaja comparativa). Entorno rural conservado y con accesos a rutas y senderos muy visitados en la Isla. (Ej. Paisaje Lunar, Las Cañadas del Teide).
- Cercanía a principales puntos de interés turístico así como a vías de acceso a la Isla, centro histórico de Granadilla de Abona, (1 Km.) y al Aeropuerto Reina Sofía. (11km.)

#### AMENAZAS:

- Estacionalidad alta de la demanda.
- Competencia muy cercana geográficamente.

- El escenario de crisis económica y financiera actual.
- Imagen turística de nuestro país en la que predomina el modelo “sol y playa”, de manera que el turismo rural es menos conocido sobre todo fuera del territorio español.
- Existencia de grandes cadenas hoteleras e inmobiliarias que promocionan otro tipo de alojamiento y que pueden ofrecer precios muy competitivos.
- No existe una clasificación homogénea de los establecimientos, cada Comunidad Autónoma tiene su legislación propia relativa a este tipo de turismo.
- Demanda estacional con una tasa de ocupación baja, si nos referimos a la media anual. Competencia de todo tipo de establecimientos turísticos, como hoteles rurales, y casas rurales en municipios aledaños.
- Precios competitivos de otras casas rurales cercanas, así como de productos sustitutivos con precios competitivos.
- Alto riesgo ambiental en la zona (incendios, desaparición de flora autóctona, contaminación industrial.)
- Inexistencia de imagen de marca, al ser una empresa de nueva creación que aún no se conoce.

#### DEBILIDADES

- Necesidad de una gran inversión inicial para la puesta en marcha del proyecto.
- Escaso número de plazas en comparación con los hoteles y otras ofertas alojativas de la zona.
- Empresa de muy poca dimensión.
- Falta de experiencia empresarial.

#### FORTALEZAS

- Ubicación de la finca en un entorno rural de alto valor ecológico, espacio de esparcimiento. Espacio protegido. Parque natural.
- Casa Rural que permitirá desarrollar actividades de agroturismo por su configuración.
- Se pretenden ofertar una gran cantidad de actividades culturales, deportivas y de ocio. Cuestión que nos permite diferenciarnos de la competencia.
- Carácter de negocio familiar, aunque entraña sus riesgos, es también una fortaleza por el espíritu de lucha que se le imprime.
- Propiedad de las instalaciones.

- Cercanía a la costa y el foco del turismo de sol y playa sin sus inconvenientes.

### 3.6 ORIENTACIÓN ESTRATÉGICA DE LA EMPRESA:

Dentro de este apartado veremos el conjunto de acciones orientadas al logro de los objetivos, tomando en cuenta el entorno ya estudiado y las características de la empresa a desarrollar.

Una vez se ha realizado el análisis DAFO, detallando tanto las características del turismo rural como las de la empresa, se pueden formular una serie de recomendaciones para afrontar las amenazas y debilidades y al mismo tiempo aprovechar las fortalezas y oportunidades. De este modo, el conjunto de recomendaciones que aquí se plantean nos ayudarán al desarrollo de la empresa y del sector en su conjunto.

-Promover agrupaciones. Debido a las economías de escala, las posibilidades de lograr una viabilidad financiera del turismo rural pasa por la agrupación de empresas de este sector.

-Promover junto a otros establecimientos de la zona actividades complementarias en contacto con la naturaleza y al aire libre, deportes como el senderismo, equitación, actividades de danza tradicional, talleres de productos artesanales, centros de interpretación de la naturaleza, promoción de gastronomía local, rutas fotográficas, museos locales, etc. Por lo general, esto supone utilizar los pueblos para ofrecer a los turistas infraestructuras importantes, por ejemplo, alojamiento, actividades, atracciones culturales, comercios, información al visitante. De este modo, se hace más agradable la experiencia del visitante y se benefician al mismo tiempo las empresas complementarias del turismo al compartir los clientes. La experiencia de rutas temáticas como rutas del vino, rutas del queso, la ruta de Guachinches, confirman la validez de este concepto. También se puede decir que hay un exceso de asociaciones que deberían agruparse para aunar sus fuerzas y tener mayor poder de acción. El objetivo de buen empresario es promover este tipo de iniciativas.

-Procurar la diversificación del producto. Como ejemplo tenemos el turismo ecológico, el agroturismo, el turismo activo, con el fin de que las empresas rurales puedan beneficiarse de la gran diversidad de oportunidades que brinda el mercado.

-Captar otro tipo de clientela como escolares o estancias de trabajo que permitan desestacionalizar el turismo rural.

-Una de nuestras estrategias será presionar para que se produzcan cambios en el sector con respecto a formación y educación sobre turismo rural, igual que recibir formación por parte de expertos en turismo rural, centrándonos en que el establecimiento sea organizado y gestionado por la propia población local buscando desarrollo autónomo y no dependiente.

-Nuestra idea es aprovechar las ventajas que los poderes públicos ofrecen a nuestro sector en forma de subvenciones, formación y políticas activas de empleo.

Misión: La misión de la Casa Rural Los Frontones, es brindar una experiencia vacacional única, que haga a nuestros huéspedes disfrutar del contacto con la naturaleza al tiempo que les hace sentir la hospitalidad y comodidad de la estancia en virtud de unos servicios de calidad, altamente personalizados.

Visión: La visión de La Casa Rural Los Frontones es ser reconocida como una de los establecimientos rurales más exclusivo de la zona, ideal para divertirse y descansar.

#### Objetivos:

-Desarrollar una oferta competitiva. Tanto en servicios como en precios

-Estar en todas las redes sociales y en las principales centrales de reserva de turismo rural.

-Facilitar la participación y comunicación entre la población local y los turistas.

-Potenciar el desarrollo de la actividad agrícola con nuevos servicios básicos y complementarios como fuente de generación de empleo y riqueza;

-Aprovechar los procesos de comercialización del destino turístico Tenerife y proyectar una imagen innovadora de calidad turística y medioambiental.

### 3.7 LOCALIZACIÓN

La ubicación exacta de la Casa Rural Los Frontones es en el barrio Cruz de San Antonio, (véase anexos 9 y 10), por encima de la indicación Granadilla de Abona, en la carretera TF-21. La distancia desde Granadilla de Abona al aeropuerto Reina Sofía es de 11 Km., en coche se tarda 5 minutos, La distancia desde Granadilla de Abona hasta el aeropuerto norte, es de 69 Km., unos 55 minutos aproximadamente en coche. El equipo gestor, no

ha elegido la parcela ni el municipio, debido a que ha sido una herencia recibida, pero su ubicación es inmejorable. Si tuviéramos que elegir el lugar, sería indudablemente éste. (Véase anexo nº7 figura nº3 mapa de situación exacta de la finca e imagen nº 4.)

#### 4. VIABILIDAD COMERCIAL DE LA EMPRESA.

En esta parte del proyecto se va a definir los objetivos clave del análisis de viabilidad comercial. Conocer bien y con claridad el público objetivo al que uno quiere dirigirse, los productos o servicios que se van a ofrecer, determinar la política de precios (que no podremos completar hasta que todos los costes no se hayan analizado), definir si es o no necesario utilizar un canal de distribución para llegar al cliente y observar el grado de control que vamos a ejercer sobre él y, finalmente, determinar la estrategia de comunicación y explicitar los medios a utilizar y su coste.

##### 4.1 VALORACIÓN DEL MERCADO

Para realizar una óptima valoración del mercado, a continuación se presentan los siguientes segmentos componentes del mismo:

-Turistas extranjeros. Atendiendo al perfil mayoritario de turistas que escogen esta modalidad alojativa en Tenerife, la oferta se dirigiría principalmente a parejas, entre 35 y 55 años de edad, nivel adquisitivo medio-alto, estudios medios o universitarios, interesados en la cultura, y procedentes de Alemania, que es el país de Europa con mayor tasa de salida vacacional a espacios rurales en Tenerife. (FRONTUR-EGATUR Instituto de Estudios Turísticos, 2011)

-Turistas nacionales y población local. Este mercado tiene mayor relevancia durante el periodo de temporada baja. Ahora bien, el mercado local también se caracteriza por realizar ocupaciones cortas y centradas en el fin de semana para disfrutar de un corto periodo de tiempo en el medio rural. (FRONTUR-EGATUR Instituto de Estudios Turísticos, 2011)

Se desprende de lo expuesto anteriormente que nuestro mercado potencial y objetivo se centrará en el turista extranjero de origen alemán. No obstante, los turistas nacionales y población local también cubren un segmento importante dentro de nuestro mercado, el cual se dirige más a periodos de corta duración y en temporada baja del turismo extranjero. (Véase anexo nº 8)

Valoración de canal de distribución: estudio de mercado. Para saber cuál es la central más adecuada para dar de alta nuestra casa, realizamos una búsqueda en *google* y analizamos los resultados. En primer lugar utilizamos la herramienta de *google insights* para ver cuáles son los términos más buscados, dándonos los siguientes resultados: Casa rural, Casas rurales y Turismo rural. A continuación realizamos la búsqueda de estos términos y observamos los resultados, en principio desechamos los enlaces patrocinados, es decir aquellos en que se paga para aparecer en primer lugar.

Buscamos 3 veces, con las palabras de búsqueda, CASA RURAL, TURISMO RURAL y CASAS RURALES. Obteniendo los siguientes resultados. Ver cuadro siguiente.

Termino	1 red	2ª red	3ª red	4ª red
Casa rural	<a href="http://www.toprural.com">www.toprural.com</a>	<a href="http://www.todocasarural.com">www.todocasarural.com</a>	<a href="http://www.escapadarural.com">www.escapadarural.com</a>	<a href="http://www.erural.com">www.erural.com</a>
Turismo rural	<a href="http://www.toprural.com">www.toprural.com</a>	<a href="http://www.clubrural.com">www.clubrural.com</a>	<a href="http://www.inforural.com">www.inforural.com</a>	<a href="http://www.trural.com">www.trural.com</a>
Casas rurales	<a href="http://www.toprural.com">www.toprural.com</a>	<a href="http://www.escapadarural.com">www.escapadarural.com</a>	<a href="http://www.inforural.com">www.inforural.com</a>	<a href="http://www.turismorural.com">www.turismorural.com</a>

Cuadro nº14 Estudio de mercado, para seleccionar central de reservas más conveniente para Nuestro negocio. Fuente: elaboración propia.

Tras ver las posibilidades de promoción a través de estos portales, nos decantamos por la siguiente solución: nos daremos de alta en [www.Toprural.com](http://www.Toprural.com) con el “plan de precios plata” con un coste de 144 €/ año, y en [www.clubrural.es](http://www.clubrural.es) vamos a probar una suscripción trimestral con el plan de precios "Ficha Media", que tiene un coste de 49 €/trimestre.

Podemos facilitar la compra de nuestra oferta de casa rural completa, generalizando el sector. Como investigación futura a corto plazo, averiguaremos que centrales de reservas utilizan más los alemanes cuando vienen a Tenerife y registrarnos en las más visitadas por nuestro mercado objetivo.

#### 4.2 ESTIMACIÓN DE VENTAS Y OBJETIVOS COMERCIALES.

La política elegida por nuestro negocio, a la hora de determinar el precio por los servicios es de vital importancia ya que a través del precio es cómo se van a materializar los ingresos por los servicios/actividades que se llevarán a cabo en La Casa Rural Los Frontones. En cuanto al método elegido para determinar el precio, al tratarse de un



negocio nuevo que todavía no tiene andadura en el mercado, se ha elegido el basado en los precios de la competencia pero sin dejar de lado la capacidad máxima de alojamiento. Será frecuente, no obstante, ofrecer descuentos y promociones en temporada baja, para favorecer el aumento de la demanda. Para determinar la estimación de ventas de ocupación partiremos de las cifras promedio del sector, situándonos en un radio de acción de 15 kilómetros. Los precios de nuestros competidores como se observa en el cuadro nº15, se sitúa en una media de 26.8€ por persona y noche. No se puede vender a un precio que no permita cubrir los costes variables al tiempo en que se toma como precio tope el que ofrecen empresas similares, es decir, nuestra competencia.

CASAS RURALES COMPETENCIA EN PRECIOS	Nº plazas.	PRECIO POR PERSONA Y NOCHE año 2013.y precio ocupación total
CASA RURAL ANTÓN PICHÉ	2-8 plazas	27,5€ pax/noche. Total casa=220€
CASA RURAL CASA PEPA	2-8 plazas	25,5€ pax/noche Total casa=204€
CASA RURAL LA VENTA	9 plazas.	25€ pax/noche Total casa=225€
CASA RURAL LOS PEREZ	4 plazas	25€ pax/noche Total casa=100€
CASAS ECOLOGICAS DEL PINAR	4 plazas.	39 € pax/noche total casa 156€
CASA RURAL EL TRASPATIO	2-8 plazas	28€ pax/noche Total casa 224€

Cuadro nº15. Precios competencia de la Casa Rural Los Frontones. 2013. fuente. Elaboración propia.

Los precios serán similares a los de la competencia, los servicios complementarios se cobrarán aparte. Así, las tarifas por persona y noche serán: 15€ temporada baja, y 20€ euros temporada alta. Con ocupación total de las 12 plazas alojativas. Cuadro n º16

Concepto/Temporada	Temporada Alta	Temporada Baja
Número de días por temporada	160 días	205 días
Precio por ocupacion total casa./día	240€	180€
Ventas TEMPORADA ALTA Y BAJA	38.400€	36.900€
<b>TOTAL DE INGRESOS ESTIMADOS ocupación 100%</b>	<b>75.300€</b>	

Cuadro nº16. Título: Ventas estimadas por temporada y al 100% de ocupación. Casa Rural los Frontones. Fuente: Elaboración propia.

#### 4.3 SERVICIOS Y PRECIOS

Servicios: Se considerará nuestro negocio de uso exclusivo turístico, siendo su capacidad máxima de 12 plazas. La casa dispondrá de 4 habitaciones triples, una de ellas con cama de matrimonio mas una cama individual. La casa dispone de 1 cama supletoria y 2 cunas, (para uso del cliente que venga con niños menores). Hay dos baños. Uno de los baños estará habilitado para minusválidos igual que una de las habitaciones y habrá rampas de

acceso a la casa y porche, según normativa. El salón comedor igual que la cocina estarán totalmente equipados. La casa constará de un porche habilitado con todas las comodidades para que el cliente pueda conectarse a internet a través de la red *Wifi*, que estará instalada en toda la casa. La casa se localiza en un entorno agrícola en medio de un atractivo entorno.

El servicio básico consistirá solo en la estancia en la casa. No obstante, se puede completar contratando los diferentes servicios complementarios. Además, la casa se presentará en perfectas condiciones de uso, dotándola con el equipamiento y las instalaciones adecuadas para el uso y disfrute del cliente, esto es, menaje de hogar completo, ropa de cama completa, electrodomésticos (T.V. satélite, DVD, equipo de música, cocina, nevera, estufas, horno, microondas, tostadora, cafetera eléctrica y plancha), así como equipamiento y mobiliario acorde con el concepto rural y rústico que debe imperar en el establecimiento. En el servicio básico de alojamiento se considera incluido en el precio el servicio de limpieza. Teniendo en cuenta que el cambio de lencería y limpieza se produce cada tres días de estancia. Opcionalmente se puede contratar diario si así lo desea el cliente, siendo un extra en el precio de 20€/día.

El servicio de transporte privado que ofrecemos no se incluye en el precio estándar, se cobraría aparte. El cliente también cuenta con una red de transporte público (véase anexo n<sup>o</sup> 9 ). La tarifa de nuestro servicio es de 50€ por trayecto y grupo para menos de 5 personas. Para más personas se ajustará el precio según número de trayectos.

Por lo que se refiere a los servicios complementarios, pretendemos innovar organizando visitas guiadas de las comarcas, de Chasna, Arona y Adeje, famosas por sus vinos denominación de origen.

Los servicios complementarios que ofertaremos son los siguientes:

- Actividades culturales: excursiones, visitas a artesanos, actividades agrícolas. Se les ofrece prueba y compra de productos artesanales y gastronómicos, que también pueden ser enviados al domicilio del turista si éste lo solicita. (25€ pax/día.)
- Posibilidad de realizar actividades Agroturismo.(15€ pax/día.)
- Senderismo por rutas predeterminadas (precio 20€ ruta aproximado.)
- Paseos en bicicleta por rutas predeterminadas (35€ pax/día.)

- Paseos con Quad, contratándolo con las empresas de turismo activo de la zona (50€ pax/día.)
- Escalada (45€ pax/día.)
- Salidas nocturnas para los jóvenes marchosos (20€ pax/noche.)
- Jornadas gastronómicas (se ofrecerá a los visitantes las recetas tradicionales y visitas a Restaurantes típicos de Tenerife, Guachinches.) (35€ pax/día con degustación.)
- Actividades para grupos de Empresa máximo 12 pax.
- Se admiten mascotas (perros, gatos) pagando un extra por día y mascota 10 euros.
- Excursiones a Caballo (40€ por pax/día.)
- Excursiones para observar estrellas desde el observatorio natural: PROGRAMA. *STARLIGHT* (55 € por pax/noche transporte en guagua ida y vuelta incluido.)

Existen una serie de factores fundamentales del servicio a los que se debe prestar especial atención, dado que condicionan la satisfacción del turista y su repetición como prestación de un trato agradable y personalizado, limpieza de la casa, comodidad de la casa (temperatura, acondicionamiento, espacio, conexiones banda ancha, evitar ruidos cercanos, etc.)

Precios: En el precio de alojamiento incluye: un dossier de información de interés cultural con todas las actividades de ocio, con un mapa de la Isla y sus rutas posibles (véase anexo n<sup>o</sup> 10), con detalle de la situación de la Casa Rural Los Frontones, así como la entrega de un paquete de bienvenida con productos frescos de nuestra huerta. Todos estos servicios e información se entregará a cada cliente en su idioma, así como, las cartas de los restaurantes con los que tenemos acuerdos, también las características de la casa y las condiciones en los precios especiales si reservan a través de nuestro establecimiento.

Los precios de los servicios complementarios dependerán del proveedor seleccionado, obteniéndose una comisión mínima del 15% por la venta de los mismos.

Para alquiler de la casa completa por mes se consultará con la dirección del establecimiento. En otro apartado vemos los precios por semanas completas. Estos

precios por semana se ajustarán al momento que se haga la reserva dependiendo si es temporada alta o baja.

Es importante tener en cuenta que los precios varían dependiendo de la temporada, por lo que se han definido dos temporadas a lo largo del año:

**Temporada Alta:** Meses de Junio, Julio y Agosto, Septiembre, Diciembre (Navidad, Semana Santa, y los puentes de ámbito nacional (1 mayo, todos los santos, Inmaculada, constitución). Total 160 días.

**Temporada Baja:** Resto del año. Octubre, Noviembre, Enero, Febrero, marzo, abril. (Menos Carnaval, Semana Santa.) 205 días.

Casa rural Los Frontones: los siguientes precios para el alquiler de la casa completa en función de las características, temporadas y duración de la estancia:

Precios por Alquiler de toda la casa (12 pax. máximo).	Semana completa	Fin de semana	Día suelto
Casa Rural Los Frontones. Temporada alta	1.440 €	480 €	240 €
Casa Rural Los Frontones Temporada Baja	1080€	360€	180€

Cuadro nº 17 Título: precios estimados de la casa Rural Los Frontones. Elaboración propia.

No está incluido el servicio de comidas pero pretendemos tener acuerdos con restaurantes locales con precios razonables para el cliente.

#### 4.4 POLITICA DE COMUNICACIÓN

¿Qué podemos hacer nosotros como establecimiento de turismo rural para promocionarnos en el mercado objetivo que hemos elegido: el mercado alemán?

Traduciremos toda la información de la casa para ponerla en nuestra *Web*, ya que hemos detectado que no es habitual que aparezca en el idioma alemán. Nuestra política de promoción incluye:

- **Página Web.**
  - Para público local. En la que se indiquen las promociones activas.
  - Para extranjeros. Con información en otros idiomas. (especialmente idioma alemán) Se permitirán realizar reserva a través de central de reservas, o directamente en la Web. Todas las promociones especiales se activarán en nuestra página Web, que estará mantenida y habilitada continuamente.

- **Folleto:** Elaboración de un folleto que presente la casa rural con fotografías de la casa y sus instalaciones, y que se distribuirá en la propia casa rural, en oficinas de información turística, Cabildos, en el Ayuntamiento de Granadilla de Abona y en la propia casa.
- **Mailing.** Envío de un *mailing* a los clientes repetidores valiéndose de la base de datos creada al efecto.

### **Promociones especiales:**

OFERTA WEEKEND- PLUS: Con esta opción se pretende que los clientes, en determinadas épocas del año, sólo paguen el 50% del precio de la estancia, generalmente con entrada la noche de viernes para estancias de fin de semana. Así de esta forma se amanece en sábado. El mayor coste para la Casa Rural, se verá de sobra compensado con el importe ingresado ya que supone sólo la limpieza de la casa rural sin embargo, creo que es una buena manera tanto de darse a conocer como de fidelizar a clientes para el futuro.

PLÁN MÍMATE MÁS: Este plan, se puede ofrecer en las épocas con menos ocupación del año. Ofertas que consistan en estancias de 5 noches al precio de 4, o de 4 noches al precio de 3, lógicamente estarían pensadas para estancias de domingo a jueves, que normalmente y sobre todo en ciertos meses del año, son los días con menos ocupación.

FAMILY HAPPY: Descuento del 10 % a familias numerosas.

Así mismo vamos a buscar acuerdos con determinados colectivos como colegios de ingenieros, arquitectos, afiliados a sindicatos, esto nos va a permitir ampliar nuestro campo de acción de forma más personal que a través de internet y darnos a conocer sobre todo al principio cuando es más complicado conseguir clientes. La casa tendrá precios por temporada. (Vigencia semestral) No obstante, contemplamos mantener una política de flexibilización de precios según ocupación.

#### 4.5 POLÍTICA DE DISTRIBUCIÓN.

Hoy en día la búsqueda de una casa rural se suele hacer a través de internet, el usuario decide pasar un fin de semana en una casa rural y lo primero que hace es conectarse a internet y realizar la búsqueda. Esta cuestión es la que vamos a intentar comprender ya que va a ser básico y necesario conocer los canales de distribución más extendidos para la comercialización de una casa rural en régimen de explotación turística. Estos son:

1. **Central de reservas.** La comercialización a través de una central de reservas es una de las opciones más interesantes para este tipo de negocio, sobre todo si se trata de una central de reservas con un volumen de casas rurales bastante importante y elevado nivel de asociacionismo. La comisión media que se carga a la casa rural es de un 10% sobre el precio de venta al público de cada reserva efectiva. Las centrales de reserva más utilizadas son: Escapadarural.com (ofrece todo tipo de alojamiento rural, con ofertas), Toprural.com, escapadarural.com, Teneriferural.com. Estos son además otros proveedores internacionales: Booking, Venere, etc., centrales de reservas, que abarcan mercados internacionales.
2. **El portal turístico ATTUR**, habla de Tenerife, en todos los idiomas, y ofrece casas de turismo rural con todas las características traducidas en el idioma alemán, esta página te vincula a tu propia página *Web*, que por supuesto también incluirá todas sus ofertas en el idioma alemán. ([www.attur.com](http://www.attur.com)).
3. **Venta directa por teléfono o Internet.** La venta telefónica es muy utilizada por el mercado local. Por su parte, la venta a través de Internet desde el sitio *Web* de la propia empresa, será el principal canal de distribución de nuestra casa rural. Buscaremos la manera de posicionar nuestra página alto en los buscadores de internet, usando palabras clave, como (naturaleza activa, ecológico, medioambiental, alojamiento auto-sostenible, etc.). En cualquier caso, las centrales de reserva disponen de una página *Web* con todas las casas asociadas, así como de las aplicaciones necesarias para realizar las reservas.
4. **Venta por medio de agencias de viajes y turoperadores.** En el caso de los turoperadores hemos descartado esta opción debido al perfil de nuestro establecimiento turístico, ya que nuestro alojamiento como casa completa de 12 plazas, es un poco reducida, y es escaso nuestro poder de negociación. La distribución por medio de agencia de viajes locales, si sería más posible, pero la comisión que ellos cobran nos dejarían poco margen de beneficio.

De estas cuatro alternativas planteadas, se han considerado como las más idóneas para Casa Rural Los Frontones: la central de reservas que además nos permitirá desarrollar acciones conjuntas de comunicación, a un coste global del 10% del precio final y la página *Web* propia, ya que es una vía barata y fácil para realizar las reservas directas y sin intermediarios.

Encontramos más interesante que la promoción del destino turístico en este caso, Isla de Tenerife como destino rural, se utilice a través de redes promocionales en mercados

extranjeros. Una forma que ofrece Turismo de Tenerife, es asociarse a **Tenerife Natural**. <http://www.webtenerife.com/tenerife-natural.htm> Este portal es una red promocional de tu establecimiento en mercados objetivos. Esta acción pone a nuestra disposición las facilidades para podernos promocionar en el exterior (Turismo de Tenerife, 2012). (Véase anexo nº20).

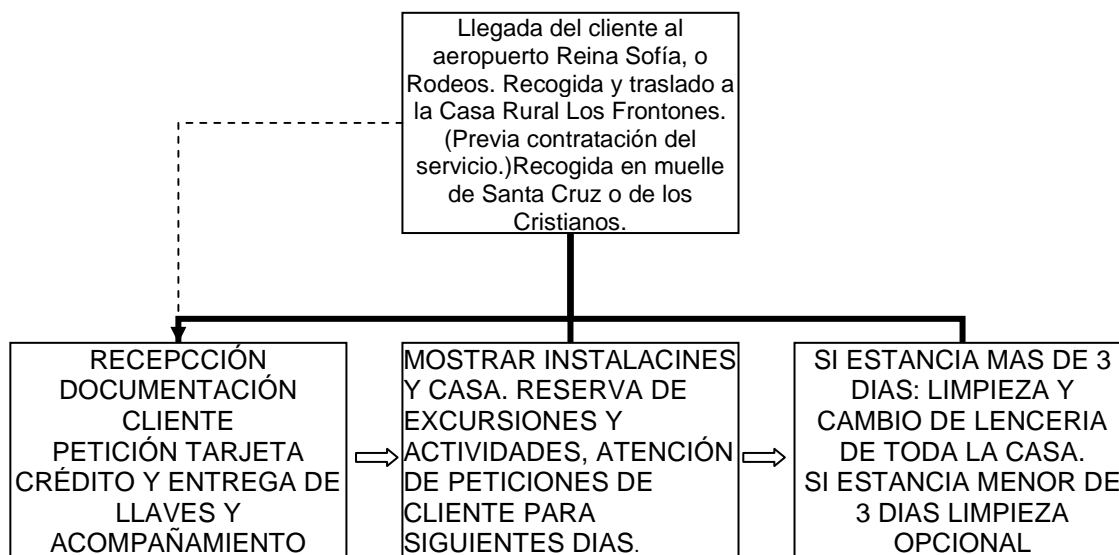
## 5. VIABILIDAD TÉCNICO-ORGANIZATIVA DE LA EMPRESA

Su esencia está en definir primero el servicio que se quiere dar y para qué tipo de cliente; y a partir de aquí se pueden establecer qué tipo de soportes físicos se necesitan y qué personal establecerá los contactos con el cliente para que, finalmente, se pueda crear el sistema organizativo que asegure el buen funcionamiento de la empresa, todo ello considerando a la organización como un sistema de fabricación de un servicio.

### 5.1 EL PROCESO SERVUCTIVO

A continuación mostraremos el proceso estándar de servucción de la casa Rural Los Frontones, si bien es necesario destacar que el proceso puede llegar a ser bastante personalizado y artesanal, en función del tipo de cliente y sus necesidades.

Los servicios de traslado a la casa y al aeropuerto sólo tienen lugar con los turistas que se trasladan vía aérea o marítima, y aquellos que no tengan el servicio de alquiler de vehículo. Este servicio será contratado previamente.



### 5.2 RECURSOS MATERIALES NECESARIOS.

Para poder poner en marcha la casa rural debemos tener en cuenta su acondicionamiento. Realizaremos las instalaciones de agua y electricidad que necesite para poder ser utilizada como alojamiento rural. También la calefacción y refrigeración son

muy necesarias para poder ofrecer un buen servicio. La casa rural propuesta va a ser reformada de la siguiente manera: mantendremos la arquitectura tradicional canaria y utilizaremos materiales propios de la época originaria.

La casa rural Los Frontones, tendrá una capacidad máxima de 12 personas. Dispondrá de 4 habitaciones triples. Las medidas de las habitaciones es de 17 metros cuadrados cada una, 3 habitaciones triples con 3 camas individuales de 90 cm cada una. Y la cuarta habitación tendrá una cama de matrimonio extra grande de 1.80 x 2,20 cm, en esta habitación tendrá una cama supletoria de 90 cm. Total 12 unidades alojativas. Todas las habitaciones son exteriores, cuentan con ventana al exterior desde la que podrán apreciar las hermosas vistas a las faldas del Teide, y a las cumbres del pueblo de Granadilla, así como acceso individual a cada habitación desde el exterior de la casa. Cada habitación dispondrá de una mesa de noche por cada cama individual y dos para la habitación con cama de matrimonio, una cómoda, un armario y una pequeña televisión de plasma. La Casa Rural Los Frontones también cuenta con 2 baños, con una medida de 15m<sup>2</sup> aproximadamente, uno de ellos estará habilitado para minusválidos según normativa, y un salón grande de unos 28m<sup>2</sup> aproximadamente, con capacidad suficiente para 12 personas. El salón comedor dispone de un sofá amplio en esquina y dos sillones individuales, reclinables hacia atrás. La cocina completa, mide 18m<sup>2</sup>. En el exterior de la casa un porche y terraza de 40 m<sup>2</sup>. La Casa Rural Los Frontones, contará con zona ajardinada y de una pequeña finca donde se practicará el agroturismo. Tendrá conexión Wifi gratuita en todas las zonas de la casa. El total en gastos en reforma de la casa más, mobiliario, electrodomésticos, utillaje y todo el menaje, y enseres asciende a un total aproximado de 17.312+17.513=34.825€ (Véase facturas proforma en anexos nº 11 y nº 12)

### 5.3 RECURSOS HUMANOS NECESARIOS

En este negocio en los primeros años no podemos soportar el gasto que supone tener contratado a una plantilla amplia para su gestión, en el caso de que la casa se alquile y bajo un escenario optimista, podremos pasar a tener personal fijo, de momento contaremos con personal de la misma zona, o cercanías, los cuales se les contratará a tiempo parcial para labores del hogar. A continuación mostramos un cuadro con el personal necesario para la actividad de la Casa Rural Los Frontones.



Puesto	Salario mensual	Salario bruto anual	Tipo de jornada
Personal de limpieza 1	100€	1.200 €	Temporal ( por horas)
Personal de mantenimiento1	100€	1.200€	Temporal (por horas)
Monitor 1	200€	2.400€	Temporal (por horas)
1 DIRECTOR.	1.000€	12.000€	Jornada Completa.
Total retribuciones previstas mensual/anual.	1.400€	16.800€ Los socios reciben remuneración vía reparto de	Estas cifras son provisionales y pueden variar dependiendo del nº de horas que trabajen y sean contratados servicios.

Cuadro nº 18 Título salarios para recursos humanos, casa rural los Frontones .elaboración propia.

Para cubrir tanto las necesidades de la Casa Rural Los Frontones así como de los servicios complementarios que se ofrecen, se consideran los puestos de trabajo siguientes:

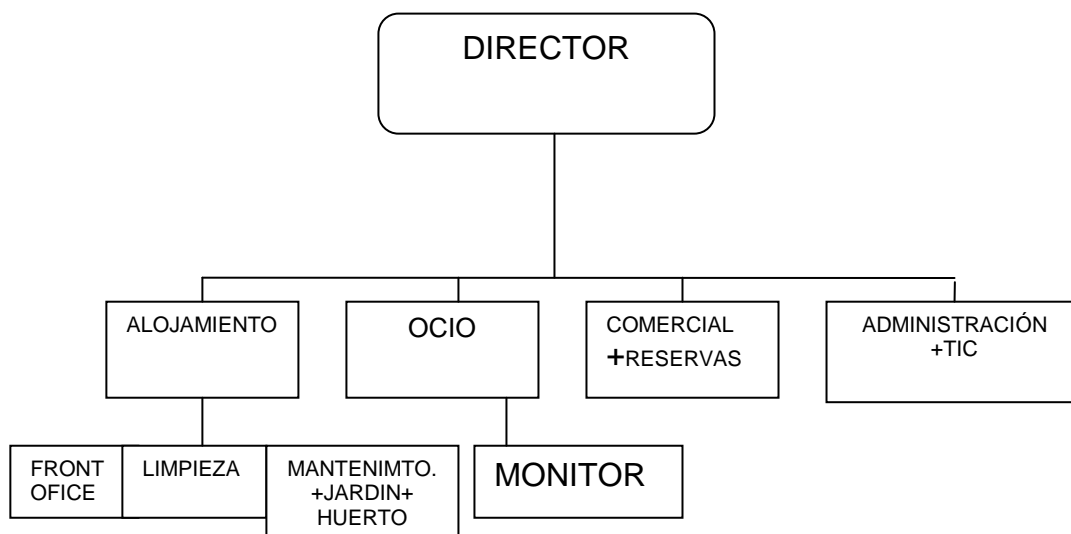
**Director y encargado del alojamiento:** persona encargada con conocimientos y experiencia dentro del sector turístico que se encargará de la correcta gestión, planificación y coordinación de todas las tareas dentro de la empresa, así como, de la gestión del alojamiento y actividades complementarias de la casa rural. Será uno de los socios de la empresa, que tiene formación y experiencia para el cargo. Se ocupará también de las tareas de recepción de clientes y de la parte comercial. (Tanto telefónica como *in situ*). (Véase anexo 17).

**Una persona de limpieza y apoyo a mantenimiento:** persona encargada del aseo, limpieza y puesta a punto tanto de la casa rural y entorno de la casa. Mobiliario del porche y terraza. Limpieza de la Casa Rural Los Frontones. Y apoyo a mantenimiento.

**Una persona de mantenimiento:** tendrá conocimientos de mantenimiento básicas, para cambio de bombillas, rotura de llave de agua, etc. Se trata de una persona de apoyo que se contratará por horas según la ocupación de la casa dependiendo de las temporadas.

**Un Monitor:** guía turístico, con conocimiento y experiencia en las diversas excursiones en la zona de Chasna. Con idiomas, (alemán e inglés) que resida en la zona o cerca del municipio donde está ubicada la casa, capaz de organizar las diferentes actividades de ocio y de poderse trasladar con facilidad. En este caso se trata de una persona de apoyo que no será contratado de forma fija sino que se le contratará por horas en función de las necesidades de nuestro negocio. Pueden verse un ejemplo de ficha de personal.de la Casa Rural Los Frontones: (véase anexo nº 13.)

A continuación se detalla el organigrama con la estructura organizativa de CR los Frontones.



Dada la naturaleza de las actividades a desarrollar y considerando la dimensión de la iniciativa empresarial, no procede la contratación de comerciales, asumiendo ambos emprendedores socios, las tareas y funciones de relaciones públicas y promoción. Se apoyarán además en la página *Web* de la casa rural (una vez esta sea creada) y en centrales de reserva para la captación de los clientes.

## 6. VIABILIDAD ECONÓMICO – FINANCIERA DE LA EMPRESA.

A continuación vamos a desarrollar un estudio de las necesidades de la empresa para poder iniciar la actividad, tanto los gastos iniciales, como fuentes de financiación disponibles, y el fondo de maniobra, es decir y explicado de forma sencilla, en nuestro caso que es una empresa de nueva creación, nos referimos a la estimación de las necesidades del proceso productivo y de la actividad para operar durante el plazo de tiempo en el cual la empresa no genera por sí misma ingresos para el sostenimiento de la actividad.

### 6.1 PLAN DE INVERSIONES Y FINANCIACIÓN.

Vamos a reflejar en este apartado los principales gastos de establecimiento del negocio. Tendremos que considerar entre otros, libro visitas, registro y demás, los gastos relativos al inmovilizado material (reformas y acondicionamiento de la casa, mobiliario, utillaje) y equipo informático, y en inmovilizado inmaterial (aplicaciones informáticas, diseño de

página Web, y compra de dominio). Para establecer la inversión mínima para este negocio se ha realizado una estimación de cada concepto que establecemos por apartados a continuación:

- Obras y reformas necesarias para el acondicionamiento de la casa 17.312€ (véase factura proforma en anexo nº11.)
- Mobiliario general para habitaciones, comedor, sala de estar, y elementos de decoración como alfombras, cuadros, lámparas electrodomésticos y utillaje, enseres y riego por goteo material finca y jardín (ver factura proforma en anexo nº12) esto suma un total de 17.513€.
- Equipos y aplicaciones informáticas necesarias para el correcto funcionamiento del complejo y poder poner en marcha las TIC, cuyo valor es de 3.100€. De estos 3.100€, se destinan 1.100€ a la compra de aplicaciones informáticas (software) y programas de información así como página Web. Los 2.000€ restantes para la compra de 2 ordenadores y 2 impresoras (hardware).
- Gastos iniciales para poner en marcha la actividad de la empresa tales como, notario, etc., ascienden a 1.200 euros.

Una vez detallada la inversión necesaria es de vital importancia identificar cual es el desembolso dinerario inicial al que nuestro negocio tendría que hacer frente para su puesta en marcha el cual asciende a 59.125€ tal y como se detalla en el cuadro nº19 que se muestra a continuación:

DESEMBOLSO INICIAL	Importe
Acondicionamiento y reformas de la Casa Rural Los Frontones	17.312 €
Mobiliario, electrodomésticos, utillaje y jardín.	17.513 €
Equipos y aplicaciones informáticas (programas de inf.TIC, pagina Web )	3.100 €
Gastos iniciales (notario, etc.)	1.200€
Fondo de maniobra( calculo alquiler 6m +sueldos6m+luz/agua 6meses)	20.000 €
<b>TOTAL</b>	<b>59.125€</b>

Cuadro nº 19 Título: Desembolso dinerario inicial para la puesta en marcha de nuestro negocio.

Fuente: elaboración propia.

De estos 59.125€ necesarios para el comienzo del negocio, 37.125€ es capital aportado por los socios, y el resto de la cantidad inicial necesaria (22.000€) se solicita a una entidad bancaria.

Como se ha mencionado en el párrafo anterior es necesario solicitar un préstamo por la cantidad de 22.000 euros. Para conseguirlo se ha estudiado diferentes opciones en varias entidades bancarias y finalmente se ha contratado con una entidad bancaria que nos ofrece el préstamo a 10 años con un interés de 2% (revisable anualmente, con una comisión de apertura de 1% (mínimo 220 euros), y con cuotas mensuales calculadas mediante el método francés.

Con los datos mencionados en el párrafo anterior, se realiza el cálculo de la amortización del préstamo

resultando una cuota mensual a pagar de 219,09€/mes durante los próximos 10 años, de manera que los pagos totales del préstamo serán los que se presentan en el cuadro n<sup>o</sup> 20 del anexo n<sup>o</sup> 14)

El socio de la empresa propietario por herencia de la finca y casa, recibirá de la empresa un alquiler por un importe mensual de 800€. Anual 9.600€.

Nótese que los complementos y herramientas necesarios para desarrollar las actividades de ocio complementarias que se subcontratan, por ejemplo, los *quads* o los caballos, no son incluidos ya que la empresa contratada es la encargada de proporcionar el material necesario para la realización de las actividades.

También existen otras formas de financiación, como son las subvenciones y otras iniciativas que podemos observar en el anexo 16 de este TFT.

## 6.2 CUENTA DE RESULTADO PREVISIONAL.

Los ingresos de nuestro negocio provienen de dos fuentes principalmente, del alojamiento, y de las actividades de ocio complementarias propias como el agroturismo, y ajenas o subcontratadas como las excursiones, por las que cobramos una comisión (15%). También ingresamos alguna comisión por traslados y recomendación en restaurantes, y venta de productos ecológicos y típicos de la zona.

Los ingresos de nuestro negocio por alojamiento, teniendo en cuenta los precios, los días por cada temporada y la tasa de ocupación media de la zona para cada una de las temporadas. Para este cálculo utilizaremos los datos de precio y días por temporada ya

comentados y establecidos en el apartado 4.2 de este TFT. Además, tendremos en cuenta la tasa de ocupación media para la casa según distintos escenarios, uno de los escenarios el que utilizaremos para los cálculos reales, será el más optimista, con un 70% de ocupación, tal y como se detalla a continuación: En escenario realista: (70 % ocupación temporada alta, y 55% en temporada baja). El Escenario pesimista lo adjunto en anexo 15, por falta de espacio en el TFT .

Escenario realista	Temporada ALTA	Temporada BAJA	totales
Ocupación en porcentaje.	70%	55%	
Días/año	160x240€	205x180€	160+205=365d
Casa completa.	26.480€	20.295€	46.775€

Cuadro nº 22 Escenario realista las ventas por alojamiento. En 1 año. CR Los Frontones.

Los ingresos de la empresa provienen de tres fuentes distintas: alojamiento, actividades de ocio complementarias propias, y otros ingresos por traslados. Y tal como se analizó en el apartado 4.5. de este TFT, los ingresos generados por ventas se corresponden con los que se detallan en el cuadro nº 23. (Véase anexo 15).

Escenario REALISTA, 70 % ocupación en temporada alta. Y 55%ocupación temporada baja.

	Escenario realista
Ingresos por ALOJAMIENTO.	46.775€
Ingresos por ACTIVIDADES DE OCIO PPROPIAS (agroturismo)	1.300€
Ingresos porACTIVIDADES SUBCONTRATADAS.	8.320€
Ingresos por otros servicios. Traslados y recomendación en restaurante, etc	4.800 €
<b>TOTAL INGRESOS PREVISTOS DE LA EMPRESA</b>	<b>61.195€</b>

Cuadro nº 23. Ingresos previstos de la empresa del primer año para el escenario realista.( véase anexo 15) Fuente: elaboración propia.

**GASTOS FIJOS:** Se detallan en primer lugar los gastos fijos, que aparecen de forma resumida en el cuadro nº 24.

- **Seguros:** Deben contratarse los seguros necesarios para el funcionamiento de la actividad, que según el presupuesto solicitado asciende a 2.000€/anuales.
- **Comunicaciones:** para poder llevar a cabo la actividad de la empresa y también con el objetivo de prestar servicio a nuestros clientes se contratarán dos líneas fijas con la conexión a internet más una línea de teléfono móvil, cuyo importe mensual estimado asciende a 70€, y su coste anual será de 700€.

- **Gastos de constitución:** los gastos de gestoría de la empresa ascienden a 50€ mensuales, lo que hace un total anual de 600€.
- **Alquiler de la casa:** como ya hemos indicado en el epígrafe número de este TFT, se le abonará al propietario de la casa, un alquiler de 800€, (teniendo como guía para fijar este precio las perspectivas de ingreso del propietario que alquila la finca, es decir uno de los socios), el cual se reflejará en la contabilidad de la empresa como gasto fijo. Anual 9.600 euros.
- **Amortizaciones:** se ha decidido hacer las amortizaciones mediante un método de amortización lineal a lo largo de toda la vida útil de cada elemento amortizable, el mobiliario a 12 años y las aplicaciones informáticas a 5 años, resultando una amortización anual total de 1167,4 €.
- **Gastos financieros:** como se ha solicitado un préstamo se deben tener en cuenta los gastos financieros de dicho préstamo para cada año, siendo los de los tres primeros años 2640€/anual.
- **Promoción:** dada la importancia de la promoción dentro de este proyecto empresarial el gasto destinado para la promoción del negocio se estima dependiendo también de la ocupación y destinamos aproximadamente 600€/anual para promoción en general.
- **Director y encargado de reservas:** el coste de personal se calcula con los datos analizados en el capítulo de este TFT número 5.3 Recursos humanos, según el cuadro: el director cobraría 12.000 euros/anales aproximadamente. **Personal de limpieza, mantenimiento y monitor de ocio**, 100€ al mes aproximadamente. En. y el personal de mantenimiento media jornada también 100 euros aproximadamente y monitor 200. total personal 16.800€

Una vez definidos los gastos fijos, analizamos aquellos gastos que varían en función de la ocupación de la casa Rural Los Frontones.

- **Costes:** son los costes de alojamiento y ocio: se tiene en cuenta los gastos necesarios en productos mínimos de materiales para realizar las actividades de ocio, higiene, material de oficina necesarios para llevar a cabo las actividades de la empresa y se ha estimado que los costes serán de aproximadamente un 4% de los ingresos para el caso del alojamiento y de un 2% de las actividades de ocio propias. Estos gastos ascienden a un total de 1.897€

- **Suministros:** el gasto en luz y agua de la empresa varía en función de la ocupación aunque la variación no es demasiado elevada debido a que ambos tienen unos costes fijos independientes del consumo. En el caso realista el coste es de 1.600€.
- **Comisiones a centrales de reserva:** La comisión a centrales de reserva es de un 10 % y serán comisiones a la central de reserva en principio a [www.toprural.es](http://www.toprural.es), estimamos a modo de simulación que un 50% de las reservas se hagan a través de la central de reservas, esta es de 2.338€. aproximadamente.
- **.Comisiones a actividades subcontratadas.** 52 sx4 excursiones=208x40€=8.320€

<b>Costes fijos casa Rural Los Frontones.</b>	<b>COSTE ANUAL</b>
Seguros	2.000€
Comunicaciones	700€
Gastos constitución (exceptuando capital.social)	600€
Alquiler de la Casa.800 X 12 meses.	9.600€
<b>Otros gastos</b>	<b>12.900€</b>
Amortización mobiliario (12 años)	767,4€
Aplicaciones informáticas (5 años)	400€
<b>Amortizaciones</b>	<b>1.167,4€</b>
Gastos financieros por préstamo bancario.	2.640€
Promoción	600€
Personal	16.800€
<b>Gastos totales</b>	<b>34.107€</b>

Cuadro nº 24. Gastos fijos previsionales de la empresa el primer año. Elaboración propia

<b>COSTES VARIABLES.</b>		<b>Costes</b>
Costes de alojamiento	4%	1.897€
Costes para actividades propias	2%	26€
<b>Costes de alojamiento y actividades complementarias propia</b>		<b>1.897€</b>
Suministros		1.600€
<b>Otros gastos</b>		<b>1.600€</b>
Pago comisiones a empresas de actividades subcontratadas.		7.072€
Pago Comisiones a centrales de reserva		2.338€
<b>TOTAL GASTOS VARIABLES</b>		<b>12.907€</b>

Cuadro nº 26 Cálculos de gastos variables de la casa rural los Frontones.

Total gastos: 47.014€

Con la información detallada hasta el momento se elabora la cuenta de Pérdidas y Ganancias previsional para el escenario realista 70% ocupación en temporada alta y 55% ocupación en temporada baja y para los 5 primeros años de la empresa. Supone un incremento de un 2% de las ventas del año 1 al año 2 y de un 2% (revisión de ingresos debido al aumento del precio en la misma proporción del año 2 al año 3 y así sucesivamente hasta el 5º año. Estimar ventas:

<b>CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL</b>		<b>CASA RURAL LOS FRONTONES</b>			
<b>VENTAS ESTIMADAS ESCENARIO REALISTA 70 % OCUPACIÓN</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
% Revisión ingresos anuales	2%	2,0%	2,0%	2,0%	2,0%
VENTAS POR ALOJAMIENTO CASA COMPLETA	46.775	47710	48.664	49.637	50.629
VENTAS POR SERVICIOS COMPLEMENTARIOS PROPIOS. (AGROTURISMO ETC.)	1.300	1.326	1.352	1.379	1.407
VENTAS POR ACTIVIDADES SUBCONTRAT (COMIS) 15% para nuestra empresa.	8.320	8.486	8.656	8.829	9.005
VENTAS POR TRASLADOS. SERVICIO PROPIO	4.800	4.896	4.993	5.093	5.195
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>61.195</b>	<b>62.418</b>	<b>63.667</b>	<b>64.940</b>	<b>66.239</b>
TOTAL COSTES FIJOS MAS VARIABLES.	47.014	47.014	47.014	47.014	47.014
<b>RESULTADO CUENTA PREVISIONAL</b>	<b>14.181</b>	<b>14.464</b>	<b>14.753</b>	<b>15.048</b>	<b>15.349</b>

Cuadro nº 27 Cuenta de resultados previsional. Escenario realista 70% ocupación. Fuente: elaboración propia.

### 6.3 RESUMEN EJECUTIVO

De esta forma el valor actual neto VAN en el año 2018 es 27.350€ y el TIR, es de 21,7% para n=5. Se aconseja reinvertir en el negocio para remodelar las instalaciones. La tendencia creciente de la cifra de ventas se debe a una revisión anual del precio a razón de un incremento del 2%. También observamos que a partir del año 2017 hay una tendencia creciente en las ventas pero esta tendencia la aprovecharíamos para subir los precios en alojamiento, ya que la ocupación ya es máxima es decir las plazas son las que son, y no obtendríamos mas ingresos por alojamiento.



## 7. TRAMITES PARA LA PUESTA EN MARCHA DE LA CASA RURAL

Los establecimientos de turismo rural se rigen por su correspondiente legislación autonómica, que regula la documentación necesaria para solicitar la autorización y aspectos como la definición de la actividad por ejemplo (Casa rural y Hotel rural), clasificación, modalidades por ejemplo (alojamiento compartido o alquiler íntegro), características técnicas y estéticas. Por ejemplo (número de plazas, medidas, alturas, entre otros), obligaciones del titular, accesibilidad, suministros y seguridad. Los requisitos legales y administrativos que se requieren para el inicio de la actividad empresarial de una casa rural y que se establece la Comunidad Autónoma de Canarias son los siguientes: (véase cuadro n º36 en anexo n º 18).

### 7.1. FORMA JURÍDICA.

El primer paso a la hora de poner en marcha el funcionamiento la empresa objeto de este TFT es la elección de la forma jurídica que nuestro grupo emprendedor ha elegido, para constituirnos como sociedad en función de las ventajas que nos ofrecen cada una de ellas.

Después de estudiar las principales formas jurídicas se elige la de Sociedad Limitada porque es la que mejor encaja con las necesidades de la empresa objeto de este TFT ya que la empresa va a tener dos socios, siendo el factor clave la responsabilidad que vayan a asumir ya que en el caso de la Sociedad Limitada ésta se limita al capital aportado.

En este caso no es tan importante la cantidad de capital inicial requerida ya que el capital inicial aportado por los socios es mayor que el mínimo exigido tanto en el caso de la Sociedad Limitada (3.005,06€) como en el de la Sociedad Anónima (60.101,21€). Además, es también muy importante la responsabilidad que se desea asumir, que en nuestro caso se limitará al capital aportado descartándose de este modo la Comunidad de Bienes y la Sociedad Anónima entre otras.

### 7.2 TRAMITES DE CONSTITUCIÓN

Una vez se ha decidido la forma jurídica a emplear, se detallan los pasos y trámites a seguir para realizar la inscripción de la sociedad:

1. Solicitud del Certificado de denominación social al Registro Mercantil.

2. Depósito en entidad bancaria del capital social aportado (mínimo de 3.005,06€).
3. Redacción de Estatutos.
4. Firma de la Escritura de Constitución ante notario.
5. Solicitud de CIF provisional para empezar a operar.
6. Pago de Impuestos correspondientes.
7. Inscripción en el Registro Mercantil.
8. Solicitud de CIF definitivo, Impuesto de Actividades Económicas y declaración censal.
9. Solicitud del Código Cuenta de Cotización y alta de trabajadores en caso de ser necesario.
10. Solicitud de Licencia de Actividades expedida por el Ayuntamiento

Ventajas e inconvenientes de la Sociedad Limitada.

**Ventajas:**

- Responsabilidad frente a acreedores limitada al capital social y a los bienes a nombre de la sociedad.
- Relativa sencillez en cuanto a trámites burocráticos, tanto en la constitución como en el funcionamiento, con una gestión más sencilla que la de una sociedad anónima.
- Capital social mínimo exigido relativamente bajo, 3.000 €, que además una vez desembolsado puede destinarse a financiar inversiones o necesidades de liquidez.
- El número de socios es el mínimo posible, uno, por lo que puede ser unipersonal.
- Los costes de constitución son asequibles, del orden de 480€, sin contar la aportación de capital social.
- A partir de cierto nivel de beneficios o rendimientos, del orden de 40.000 €, los impuestos son menores que los del autónomo ya que el tipo del impuesto de sociedades es fijo (25%) mientras que los tipos del IRPF son progresivos, pagando más cuanto más ganas.
- Con una sociedad, el autónomo puede fijarse un sueldo y desgravarlo como gasto.
- Las sociedades tienen mayor facilidad de acceso al crédito bancario ya que a los bancos les ofrecen una mejor información sobre su funcionamiento y además el hecho de ser Sociedad suele ofrecer una mejor imagen.

**Inconvenientes:**

- Las participaciones no son fácilmente transmisibles. Su venta queda regulada por los estatutos de la sociedad y la Ley, teniendo prioridad los restantes socios. Por

tanto no es una forma adecuada si se quiere captar a un gran número de inversores.

- La constitución de una sociedad limitada suele llevar una media de 40 días, por lo que si necesitas darte de alta de forma inmediata para empezar a ejercer una actividad, es mejor hacerlo como autónomo.
- Si para obtener la financiación necesaria el banco nos pide garantías personales, la responsabilidad limitada se está “evaporando” en gran medida.

## 8. CONCLUSIONES

Una vez analizados los diferentes apartados de los que consta este proyecto, se puede concluir que, a pesar de ser necesario un desembolso inicial importante destinado a poner en marcha la actividad, simultáneamente tendremos ahorro significativo puesto que los socios que conformamos la Sociedad SL, somos los propietarios de la Casa Rural Los Frontones. Se pretende apostar por la actividad como medio de vida, esto genera un compromiso y un espíritu de lucha que no es convencional y que puede servir de revulsivo a nuestro proyecto.

Una de las apuestas principales sería la de atraer el turismo extranjero que cada vez más quiere otras opciones distintas al turismo de sol y playa. Se pretende alcanzar acuerdos de colaboración con otros alojamientos de la zona para intentar atraer a diferentes colectivos. De mayor número de personas y coordinar grupos grandes para llenar las casas de la zona simultáneamente.

Los resultados que se han plasmado en este trabajo han dejado constancia de que es un proyecto viable, excepto el primer año, el resto de los años promete prosperidad si se trabaja concienzudamente en él siguiendo buenos criterios de gestión y buenas pautas organizativas, tanto económicamente como en el área de recursos humanos y proyección exterior. Esto, sumado a las cualidades personales y profesionales de los socios implicados, hace de un sueño una futura realidad como medio de vida.

Tenemos el entusiasmo necesario para dedicar las horas que requiere un proyecto como éste. Pretendemos estar presentes en las centrales de reservas más vanguardistas, en nuevas tecnologías y TIC (véase anexo 19). Todo ello plasmado en nuestra página *Web* auto gestionada.

No hay que olvidar que serán decisivos los aspectos fiscales de este negocio. La forma jurídica que se ha considerado más adecuada para este tipo de empresa es la de Sociedad Limitada, debido a que el costo de constitución es bajo y no supone un compromiso de responder con nuestro patrimonio. Uno de los socios aporta la finca, casa y capital, y el otro aporta trabajo, gestión principal y también capital.

Por otro lado, observando el resumen ejecutivo de este proyecto, la parte económica de este negocio, a partir del año 2017 pero sobre todo a partir del 2018, podemos decir que con un VAN de 27.350€ y una TIR de 21,7%, el proyecto demuestra su viabilidad conforme se ha diseñado en este proyecto. Hay aspectos, no obstante, que habría que afinar para concluir sin lugar a dudas sobre el proyecto. Así, por ejemplo, definir de forma más detallada la reforma que conlleva la casa (véase anexo 11) así como llevar un mantenimiento constante de la misma, son claves para una mejor valoración económica. Sin embargo a pesar de estos inconvenientes creemos que hemos tratado de valorar preliminarmente, la viabilidad del proyecto y sus expectativas de futuro.

## 9. BIBLIOGRAFÍA.

Libros y artículos consultados:

1. Batista Canino, R. M<sup>a</sup> (Primera edición 2012). ULPGC. MANUAL DE LA ASIGNATURA CREACIÓN DE EMPRESAS TURISTICAS.
2. (Revista Turismo de Tenerife, 2012)
3. (Barreda Galo, 2012).
4. (IET 2012).
5. (Gobierno de Canarias, Desarrollo Tecnológico, 2012.)
6. (Fernández Hernández, et al., 2008)Estudio de Mercado de la Isla de la Palma año 2012
7. (Crosby, 1993).
8. FRONTUR-EGATUR Instituto de Estudios Turísticos, 2011)
9. AGENCIA DE DESARROLLO LOCAL DEL AYUNTAMIENTO DE GRANADILLA DE ABONA, Estudio de los recursos socioeconómicos del municipio de Granadilla de Abona, Granadilla de Abona, 1994.
10. ESTUDIO CAJA ESPAÑA, 2008.
11. EQUAL FUTURA 2006-2008.
12. AGENCIA DE EMPLEO Y DESARROLLO LOCAL DEL AYUNTAMIENTO DE GRANADILLA DE ABONA, Granadilla: Diagnóstico y Planificación desde la perspectiva del Desarrollo Local, Granadilla de Abona, 1996.
13. ALMOGUERA SALLEN, P. y RAMOS VALLE, C., Previsiones demográficas en el municipio de Granadilla de Abona. Tenerife, in Informe Técnico para Estudios previos para la elaboración del diagnóstico de sostenibilidad socioeconómica del proyecto del puerto de Granadilla de Abona, Contrato de Investigación financiado por INERCO S.A., Sevilla, 2003, pp. 1-25.
14. AUTORIDAD PORTUARIA DE SANTA CRUZ DE TENERIFE Y DEPARTAMENTOS DE ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS Y DE ECONOMÍA APLICADA DE LA UNIVERSIDAD DE LA LAGUNA, Estimación de la actividad económica desarrollada en los puertos de Santa Cruz de Tenerife, Santa Cruz de Tenerife, 2013.

15. AYUNTAMIENTO DE GRANADILLA DE ABONA, Análisis de la realidad social de Granadilla de Abona, Granadilla de Abona, 2001.
16. CODERCH, Jorge y SENANTE, Fernando, Plan General de Ordenación Urbana del municipio de Granadilla de Abona. Aprobación inicial (en formato CD-ROM), Granadilla de Abona, 2002.
- 17.-Fuentes Luque, A. (2009): El turismo Rural en España. Revista ENTRECULTURAS número 1.
- 18.-Barreda Galo. C. (2012) Normas urbanísticas Municipales. Documento de aprobación Inicial.
- 19.-Exposición de motivos de la Ley 19/2003, de 14 de abril), por la que se aprueban las Directrices de Ordenación General y las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias)
- 20.(Grupo Leader año:2011)
- 21.(ATTUR 2012)
- 22.(INE 2012)
- 23.Estudio Caja España, PROYECTO EQUAL FUTURA. Granadilla de Abona. 2011. Este artículo deriva de un Informe realizado por encargo de Ingeniería Energética y de Contaminación (INERCO) S.A. bajo el título de Estudios previos para la elaboración del diagnóstico de sostenibilidad socioeconómica del proyecto del Puerto de Granadilla de Abona (Dr. Jesús Ventura Fernández, 2003; coordinador).
- 24.En la elaboración de la presente investigación han participado:
- 25.Análisis del mercado de la isla de la Palma, Investigación y redacción y Coordinación D. Carlos Fernández Hernández
- 26.Periódico el Digital Canarias, 2012.
- 27.Pulido Fernández, 2008. Historiador de Canarias.

#### WEB CONSULTADAS:

1. Web.Tenerife.com. informe entradas de turistas a Tenerife. (Página 11)
2. [http://www.tripadvisor.es/Hotel\\_Review-g1064195-d1628347-Reviews-Casas\\_Rurales\\_Ecologicas\\_del\\_Pinar-](http://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g1064195-d1628347-Reviews-Casas_Rurales_Ecologicas_del_Pinar-)
3. [http://www.tripadvisor.es/Hotel\\_Review-g1064195-d1628347-Reviews-Casas\\_Rurales\\_Ecologicas\\_del\\_Pinar-](http://www.tripadvisor.es/Hotel_Review-g1064195-d1628347-Reviews-Casas_Rurales_Ecologicas_del_Pinar-)
4. Web: [www.tenerife.es/bancodatos/](http://www.tenerife.es/bancodatos/)
5. ISTAC (Instituto Canario de Estadística)

6. Web: [www.gobiernodecanarias.org/istac](http://www.gobiernodecanarias.org/istac)
7. (Www.attur.com).
8. <http://www.webtenerife.com/tenerife-natural.htm>
9. NE (Instituto Nacional de Estadística)
10. Web: <http://www.ine.es/>  
<http://www.gobiernodecanarias.org/agricultura/temas/desarrollo>

# ANEXOS



## ANEXOS 1

ALOJAMIENTOS RURALES EN EL MUNICIPIO DE GRANADILLA. FOTOS DE LA COMPETENCIA.

### Hotel Rural Senderos de Abona



C/. La Iglesia, 5 - 38600 Granadilla de Abona  
Teléfono: (+34) 922 770 200 - Fax: (+34) 922 770 308  
[info@senderosdeabona.com](mailto:info@senderosdeabona.com)  
[www.senderosdeabona.com](http://www.senderosdeabona.com)

### El Patio del Naranja



Callejón de la Alhóndiga, 1  
38600 Granadilla de Abona  
Teléfono: (+34) 922 770 990 - Móvil: 628 074 150  
<http://www.lorural.es/tenerife/elpatiodelnaranja>

### Casa Rural El Traspatio (por apartamentos)



C/ Arquitecto Marrero nº 9 - 38600 Granadilla de Abona  
Teléfonos: (+34) 922 630 596 - 617 805 313  
[casaruraleltraspatio@gmail.com](mailto:casaruraleltraspatio@gmail.com)  
[casaruraleltraspatio.com](http://casaruraleltraspatio.com)

### Casa Vera



Chávez, 4 - Ctra. TF-28 - 38600 Granadilla de Abona  
Teléfono: 649 993 729  
[jamaga0@terra.es](mailto:jamaga0@terra.es)  
[http://www.clubteneriferural.org/mostrar\\_ficha.asp?cod=3](http://www.clubteneriferural.org/mostrar_ficha.asp?cod=3)

ANEXO 1  
CASAS RURALES GRANADILLA DE ABONA. COMPETENCIA.

**Casa Rural Antón Piche**



C/. Principal nº 38. 38600 El Draguito  
Teléfono: (+34) 922 770 48 - 922 772  
838  
Móvil 606 028 767 - 606 272 867  
[antonpichesur@msn.com](mailto:antonpichesur@msn.com)  
[www.antorpiche.com](http://www.antorpiche.com)

**Finca Azebuche**



Calle El Barranquillo s/n  
38600 Granadilla de Abona  
Teléfono: 609 564 553  
[fincaazebuche@gmail.com](mailto:fincaazebuche@gmail.com)

**Casa Rural La Venta**



C/. Ntra. Sra. de La Esperanza. 8 - Las  
Vegas  
38594 Granadilla de Abona  
Teléfono: (+34) 67C 749 58C - 609 510  
695  
[ympirilla@gmail.com](mailto:ympirilla@gmail.com) -  
[sixtoglezsosa@gmail.com](mailto:sixtoglezsosa@gmail.com)

**Casa Rural Las Pérez**



C/ Guajara 28. Las Vegas  
38594 Granadilla de Abona  
Teléfono: (+34) 350 085 712 - Fax: (+34) 922 740 091  
[info@canaryrural.com](mailto:info@canaryrural.com)  
<http://www.webtenerife.com/Alojamiento/Alojamientos-rurales/Casa+R+Las+F%C3%A9rez.htm?Lang=es>

ANEXO Nº2

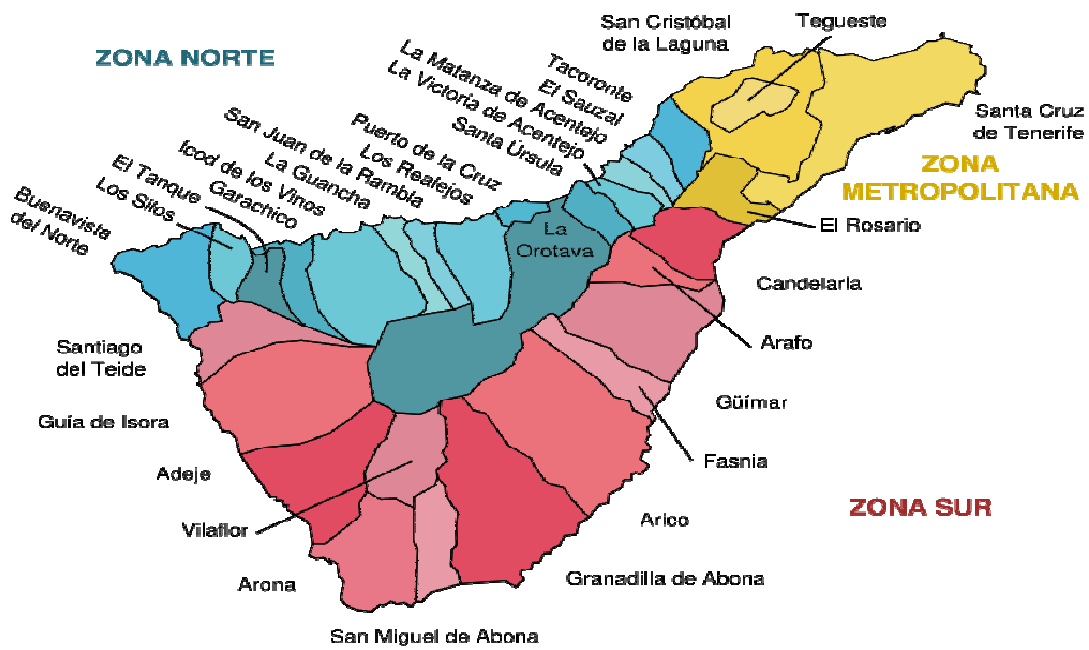


Figura nº 1 Isla de Tenerife por municipios, y zonas.

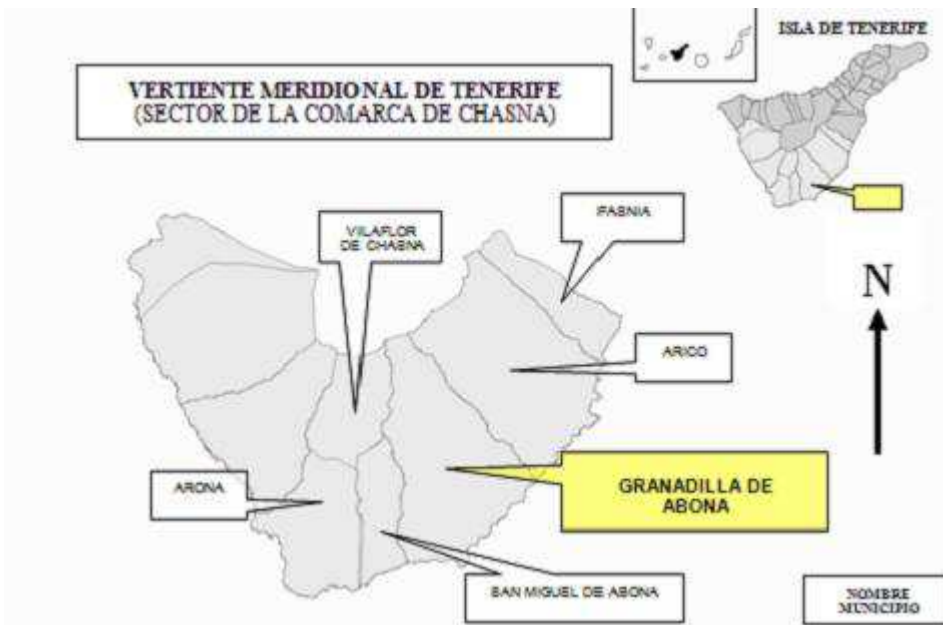


Figura nº2 Comarca de Chasna

## ANEXO Nº 3

AEROPUERTO PROCEDENCIA DEL VUELO	TFS			TENERIFE		
	mayo 2013	mayo 2014	var. interanual	mayo 2013	mayo 2014	var. interanual
aerop. Interinsulares	1.689	1.907	12,9%	67.521	71.683	6,2%
aerop. peninsulares	26.149	22.962	-12,2%	103.461	96.575	-6,7%
<b>Total aerop. españoles</b>	<b>27.838</b>	<b>24.869</b>	<b>-10,7%</b>	<b>170.982</b>	<b>168.258</b>	<b>-1,6%</b>
<b>Aerop. Peninsulares + aerop. Extranjeros</b>	<b>290.461</b>	<b>311.752</b>	<b>7,3%</b>	<b>368.949</b>	<b>386.101</b>	<b>4,6%</b>
Holanda	8.520	7.532	-11,6%	8.520	7.532	-11,6%
Bélgica	15.120	14.757	-2,4%	15.120	14.757	-2,4%
<b>Alemania</b>	<b>46.698</b>	<b>52.529</b>	<b>12,5%</b>	<b>47.010</b>	<b>52.529</b>	<b>11,7%</b>
Francia	7.605	10.531	38,5%	7.605	10.830	42,4%
Reino Unido	139.201	151.433	8,8%	139.201	151.433	8,8%
Irlanda	6.649	8.885	33,6%	6.649	8.885	33,6%
Italia	5.179	8.058	55,6%	5.179	8.058	55,6%
Países Nórdicos	3.550	3.062	-13,7%	3.550	3.062	-13,7%
Suecia	0	0	-	0	0	-
Noruega	648	495	-23,6%	648	495	-23,6%
Dinamarca	2.072	1.944	-6,2%	2.072	1.944	-6,2%
Finlandia	830	623	-24,9%	830	623	-24,9%
Suiza	5.083	6.788	33,5%	5.083	6.788	33,5%
Austria	2.820	2.774	-1,6%	2.820	2.774	-1,6%
Federación Rusa	13.701	13.474	-1,7%	13.701	13.474	-1,7%
Republica Checa	796	624	-21,6%	796	624	-21,6%
Polonia	4.948	5.278	6,7%	4.948	5.278	6,7%
USA	0	4	-	0	4	-
Otros países	4.442	3.061	-31,1%	5.306	3.498	-34,1%
<b>Total aerop. Extranjeros</b>	<b>264.312</b>	<b>288.790</b>	<b>9,3%</b>	<b>265.488</b>	<b>289.526</b>	<b>9,1%</b>
<b>TOTAL PASAJEROS</b>	<b>292.150</b>	<b>313.659</b>	<b>7,4%</b>	<b>436.470</b>	<b>457.784</b>	<b>4,9%</b>

Cuadro nº 5 Pasajeros llegados a la isla de Tenerife en los años 2013 y 2014, clasificados por países. Fuente: ISTAC

ANEXO Nº 4  
LEYES Y DECRETOS QUE REGULAN EL TURISMO DE CANARIAS.

1. **Ley 19/2003, de 14 de abril**, por la que se aprueban las Directrices de Ordenación General y las Directrices de Ordenación del Turismo de Canarias.
2. **Ley 6/2001, de 23 de julio**, de medidas urgentes en materia de ordenación del territorio y del turismo de Canarias.
3. **Ley 5/1999, de 15 de marzo**, de modificación de la **Ley 7/1995, de 6 de abril**, de Ordenación del Turismo de Canarias.
4. **Ley 7/1997, de 4 de julio**, de modificación de la Ley 7/1995, de 6 de abril, de Ordenación del Turismo de Canarias.
5. **Ley 2/1996, de 8 de julio**, de creación del Colegio Profesional de Diplomados y Técnicos de Empresas y Actividades Turísticas de Canarias. (Ver Normativa estatal **B.O.E. de 2 de agosto de 1996**).
6. **Ley 7/1995, de 6 de abril**, de Ordenación del Turismo de Canarias.

Y Decretos tenemos los siguientes:

7. **DECRETO 18/2008, de 11 de febrero**, por el que se crea y regula la declaración de Fiesta de Interés Turístico de Canarias.
8. **DECRETO 75/2005, de 17 de mayo**, por el que se regula el Registro General de Empresas, Actividades y Establecimientos Turísticos, así como el sistema de información turística y se aprueba el sistema informático que les da soporte.
9. **DECRETO 11/2005, de 15 de febrero** , por el que se crea la Red Canaria de Senderos y se regulan las condiciones para la ordenación, homologación y conservación de los senderos en la Comunidad Autónoma de Canarias.

## ANEXO 5.

Entrada de turistas nacionales y extranjeros en Tenerife, año 2011/2012.Fuente ISTAC

Nacionalidades	Turistas 2011	Turistas 2012
<b>España</b>	<b>1.302.302</b>	<b>1.185.008</b>
Holanda	154.131	151.420
Bélgica	140.759	138.744
<b>Alemania</b>	<b>589.284</b>	<b>570.616</b>
Francia	161.409	145.973
Reino Unido	1.658.315	1.568.713
Irlanda	74.083	68.671
Italia	117.723	96.909
Suecia	155.732	164.629
Noruega	95.462	100.710
Dinamarca	95.785	90.515
Finlandia	131.125	106.067
Suiza	41.379	43.959
Austria	34.316	33.674
Rusia	111.782	140.254
<b>TOTALES</b>	<b>5.160.203</b>	<b>4.900.8</b>

Cuadro nº11: Titulo: entrada de turistas nacionales y extranjeros en Tenerife, año 2011/2012.Fuente ISTAC



## ANEXO 6

### CASAS RURALES ECOLÓGICAS EL PINAR. EN GRANADILLA ABONA. BENCHMARKING.

Fotografías de las Casas Rurales Ecológicas el Pinar. Fuente: Escapadarural.com año 2013.



Página central de reservas, Escapada rural, donde anuncia su oferta Casas Rurales Ecológicas el Pinar. En Granadilla de Abona.

Finca Casas del Pinar - Cita x


www.escapadarural.com/casa-rural/santa-cruz-de-tenerife/casa-ecologica-la-buena-tierra

EscapadaRural CASAS RURALES GUÍAS DE VIAJE OFERTAS OFERTAS FUGACES INSPIRACIÓN Acceso usuarios

Inicio > Casas rurales Islas Canarias > Casas rurales Santa Cruz de Tenerife > Casas rurales Granadilla de Abona > Finca Casas del Pinar

### Finca Casas del Pinar

Ficha Precios Fotos (6) Cómo llegar Opiniones Contactar



Alojamiento oficial TF2006000200  
Santa Cruz de Tenerife - Granadilla de Abona  
1 - 4 personas - Alquiler íntegro  
30 - 39€ por persona/noche  
(+34) 836 ... Ver teléfono

[Ver disponibilidad y contactar](#)

Guardar Opinión Enviar

Me gusta 0 +1 0 Tweet 0

6 fotos

#### Capacidad del alojamiento

La capacidad del alojamiento permite de 1 a 4 personas

- 1 Habitaciones individuales
- 1 Habitaciones dobles de matrimonio
- 1 Habitaciones dobles

[Más detalles sobre capacidad y precios](#)

#### Características y servicios

- Exterior:** Barbacoa, Zona de aparcamiento, Terraza, Muebles de jardín, Jardín.
- Idiomas:** Inglés, Español, Alemán.
- Interior:** Cocina, Chimenea, Calefacción.
- Servicios:** Cuna disponible, Admite animales, Documentación sobre la zona.

Utilizamos cookies propias y de terceros para mejorar tu experiencia de usuario en la web. Al usar nuestro servicio, das tu consentimiento para su uso. [Más info sobre cookies](#)

13:46 12/07/2014

## ANEXO 7

### LOCALIZACIÓN DE LA FINCA CASA RURAL LOS FRONTONES.



Figura nº 3: Mapa de situación de la finca donde está situada la Casa Rural Los Frontones. Y cercanía a zona del Frontón. Fuente elaboración propia.



Parcela en fotografía aérea de la finca y casa. Donde se puede ver cercanía a carretera general.



## ANEXO 8

PARÁMETRO	MEDIA- %- POSICION			
DESTINO	TENERIFE ISLAS CANARIAS.			
MOTIVO DE ELECCION	Tranquilidad	No masificado	clima	paisaje
FORMA DE CONOCER	Internet 54,71%	AV 5,66 %	Guía Viaje	Ofic. Turismo
FORMULA DE RESERVA	Página web, o central de reservas rural.			
TIPO DE ALOJAMIENTO	rural			
ESTANCIA MEDIA	8,61 días			
GASTO MEDIO	50€ POR PAX DIA.			
TIPO DE GRUPO	2 personas			
EDAD	44,22			
ACTIVIDADES	Senderismo SI	Excursiones SI	Gastronomía SI	Sol/Playa NO
IMPRESIÓN GENERAL	Nivel de satisfacción alto			
RELACION CALIDAD PRECIO	Medio alto.			
INTENCIÓN DE REPETIR	si			
INTENCIÓN DE RECOMENDAR	Sí	86,79%	No	13,21%

Cuadro n °13 valoración del Turista alemán. Fuente ISTAC.

## ANEXO Nº 9

### RED DE TRANSPORTES Camping Montaña Roja



Camping Montaña Roja  
Ctra. El Médano - Los Abrigos TF-643, Km. 3  
38612 El Médano- Granadilla de Abona  
Teléfono 922 17 99 03  
[www.tenerifecampingplaya.com](http://www.tenerifecampingplaya.com)

RED DE TRANSPORTES CERCANOS A GRANADILLA DE ABONA.



[Página Web](#) - Teléfono: 902 404 704 - [Mapa de situación](#)



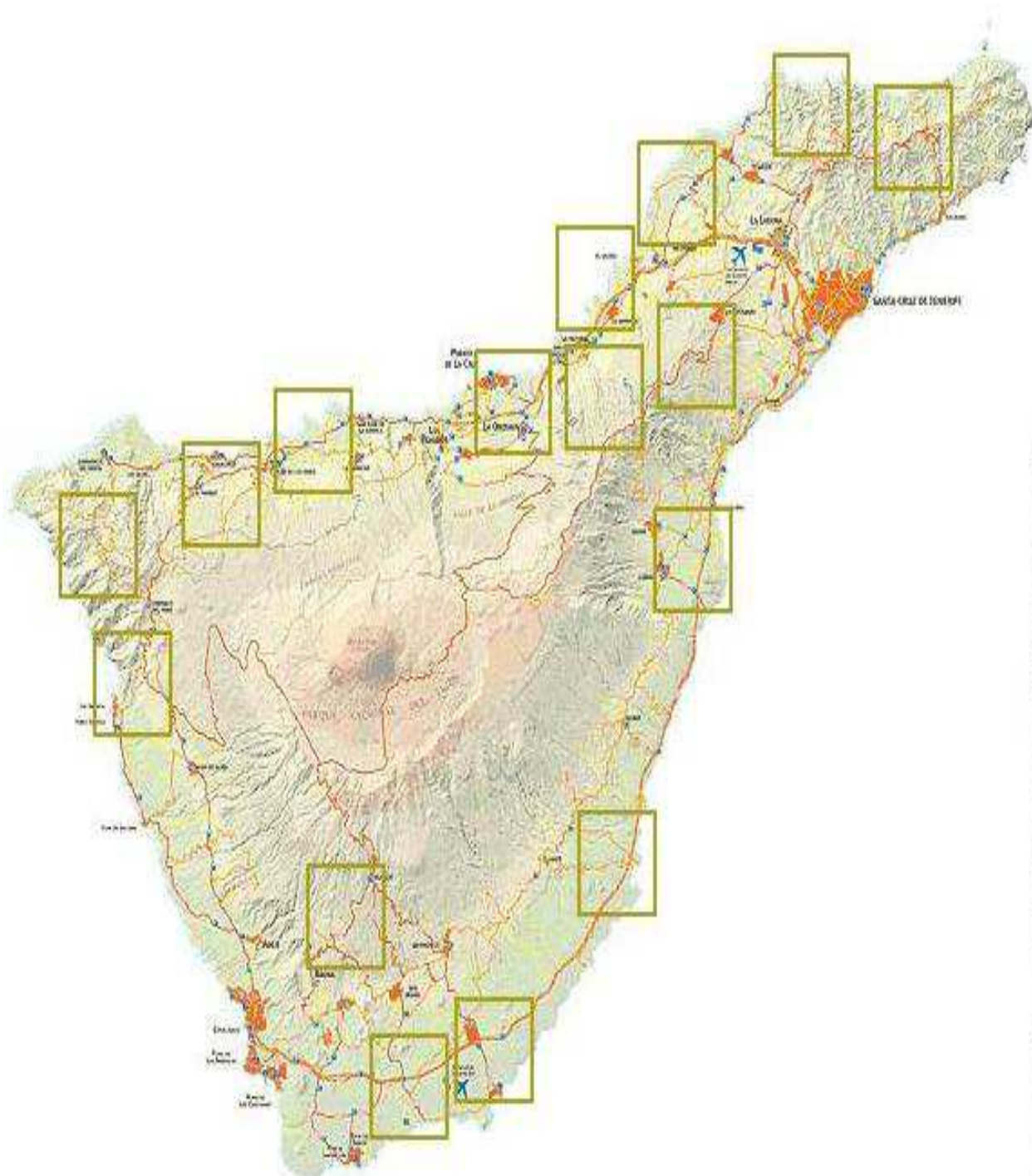
SERVICIO DE TAXI: Teléfonos y direcciones en [Google Maps](#)



### SERVICIO DE GUAGUAS:

Fotografías de los diferentes servicios públicos de la Isla de Tenerife.

ANEXO Nº10  
RUTAS EXCURSIONES GUIADAS EN TENERIFE. POR DIFERENTES ZONAS DE  
TENERIFE



ANEXO 11

Factura proforma: presupuesto de la reforma de la casa rural Los Frontones. Empresa reformas Méndez.	
-Reforma total de 1 baños, el de discapacitados.	
-1 plato de ducha con cerámica semicircular de 1.0x80 roca modelo malta angular.	
-Grifos roca modelo victoria para pica de lavabo y grifo mono mando para plato de ducha.	
-Mueble de baño de 45 cm con pica en blanco y espejo.	
-17,50 m2 de baldosas de pared de gres y de 10 euros el m2.	
-3,15 m2 de baldosas de suelo de gres y de 10 euros el m2.	
-Material de obra, material de agarre y todo el material necesario para la reforma completa del baño.	
-Instalación de agua completa. Wáter marca roca.3	
-Dentro del presupuesto entra toda la mano de obra para la reforma del baño y todo el material necesario.	
<b>TOTAL 4200 EUROS x 1 .....baño.....</b>	<b>4200€</b>
Reforma de la COCINA:	
-Instalación de agua completa.	
-Vitreoceramica de la marca teka modelo vtc-b.	
-Horno de la marca teka modelo -435me inox.-Campana extraíble de la marca teka modelo cnl 2002 inox	
-Grifo de la marca m2 modelo rio con caño recto.	
<b>TOTAL.....</b>	<b>2000 €</b>
INSTALACION ELECTRICA COMPLETA:	
El presupuesto es de 4500 euros con todo el material necesario y toda la mano de obra necesaria. del presupuesto esta contabilizado todo el material para la instalación como:	
-Caja general de mando de 35 elementos para empotrar	
-Cajas de empalme para empotrar de 11x10 y 20x20	
-Cajetines cuadrados universales para empotrar	

También esta contabilizada el cambio de acometida desde caja de escalera hasta el interior de la casa con manguera de 16x3 libre alójenos.
Dentro del presupuesto esta contabilizada el suministro y colocación de 60 mecanismos y los modelos contabilizados serian: Marca siemens modelo 75 en blanco nieve.
-Marca siemens modelo light en blanco. También esta contabilizado toda la mano de obra para la colocación de toda la luminaria de la vivienda. Toda la luminaria será suministrada por el cliente. También esta contabilizado la realización de todas las regatas necesarias para la instalación y el recubrimiento y acabado de todas las regatas necesarias.
<b>.....total.....4500 EUROS</b>
INSTALACION COMPLETA DE LA CALEFACCION: Dentro del presupuesto de la calefacción esta contabilizado regatear el suelo para colocar las tuberías de la calefacción. 1 termostato de la marca honeywell programable semanalmente con retro iluminación.-45 elementos de la marca ferroli modelo calor en color blanco y de aluminio inyectado.-Llaves y accesorios para los radiadores.-Toallero de 80cm en blanco de la marca roca.-Material de obra para cubrir todas las regatas y todo el material necesario para la instalación de la calefacción. <b>TOTAL.....4200 EUROS</b>
PINTURA:
Dentro del presupuesto entra toda la mano de obra y todo el material necesario para el alisado de las paredes y el pintado de todas las paredes y techos de la vivienda. Esta contabilizado alisar todas las paredes y pintar de color blanco o color a elegir -120 m2 de pared para alisar y pintar -55 m2 de techo para pintar.
<b>TOTAL.....1200 EUROS</b>
TOTAL
Reforma baño.....4200€
Reforma cocina.....2000€
Reforma instalación eléctrica.....4500€
Calefacción.....4.200€
Pintura.....1200€
<b>Total reforma .....16.100€+7%igic=17.312€</b>

## ANEXO 12:

Título factura proforma realizada por empresa El Boom de los Precios. (Mobiliario, utillaje, etc)

PRODUCTO	Características	Precio unitario cantidad
1 CAMA DE MATRIMONIO mobiliario de habitación doble	CAMA Dormitorio de madera maciza con base de cama 1,80 x 2,20	235€ x 1 =235
9 Cabecero de camas estilo canario.	Madera de pino canario Medida 1,80	80x9=720€
Mesillas de noche	11 madera de encina	67x11=737€
Armario pequeño	4 de madera pino.	200x4=800€
Comoda	4 de madera de encina	98x4=392€
Televisiones para dormitorio y salón.	4 TV. Pequeñas 20 pulgadas plasma.1 television grande	300x5=1500€ grande.
Lamparas para habitaciones y salón	4 de cristal, y madera, diseño rustico	38x5=190€
Mesa de comedor	Mesa madera para 12 personas	1387€
Sillas para comedor	12sillas madera roble	97x12=1164€
Sofa de 8 plazas, en esquina con cheslones clásico+ 2 sillones individuales	De color tierra, con partes en piel. Reclinables.	2800€
Equipo de musica	1 equipo marca normal	80€
DVD para salón	1 DVD. Grabador	110€
Cocina lavavajillas	Marca blanca	320€
Lampara cocina y pasillos	5 lamparas apliques	250€
<b>UTILLAJE Y DEMÁS ENSERES</b>		
Calderos y sartenes, pequenos electrodomesticos.	Juego de calderos y sartenes aptos vitroceramica, y	350€
Cuberteria para 12 personas	Aceros inoxidable.	120€
accesorios varios	paletas, peladores, abridores, cuchillos	150€
vajilla completa	Vajilla de ceramica blanca. 12 servicios completo	78€
MATERIAL NECESARIO PARA ACT. COMPLEMENTARIAS.	para practicar agroturismo, palas, pico, guantes azada cuerdas, cubos etc.	260€
Juegos de mesa (trivial, ajedrez, oca, etc.)	5 juegos diferentes	150€
Almohadas	1.80 ,2 y 12 de 90cm	total 14 almohadas de Cotton :280
Ropa de cama (sábanas, mantas, edredón, juego de sábanas.) Y ALFOMBRAS.	Sábanas 1.80 2 juegos y 90 12 juegos de 90 cmsl Edredón 2x1.80 y 10x 90 cm 11 ALFOMBRAS Mantas 2 de 1.80 y 10 mantas.	alfombras 580€ 1.80 y 90 total Sábanas 350Edredones 500 Mantas 280
Colchones.....	1de 1,80 y9 de 90+ 1 camas suplet. Y dos cunas.	Colchones 250x9=2250Camas supletorias 135x1=135€ cunas colchones= 200€
instalacion necesaria para riego	instalacion goteo jardin, carretilla, maletin	600€
MATERIAL PARA FINCA Y JARDIN	Corta setos, corta bordes, mangueras.	:120€
<b>TOTAL</b>	16.288+ igic 7 %	<b>17.513€</b>

### Anexo 13

DIRECTOR Y ENCARGADO DE ALOJAMIENTO, RESERVAS Y ACTIVIDADES	
Denominación del puesto	Director Encargado de Alojamiento
Breve descripción del puesto	Persona con formación en el sector turístico que se ocupará de la gestión de LA CASA RURAL LOS FRONTONES. Se ocupará principalmente de las tareas de recepción y de la atención a clientes (tanto telefónica como in situ).
Departamento	Alojamiento y Actividades de Ocio
Sección	Dirección de departamento
Tipo de contrato	Indefinido
Salario anual aproximado	Según convenio. (Según tabla salarios convenio colectivo hostelería 12.000 aprox. anual.1.000€ mensuales.
Horario	Mañanas de 8 a 14 horas de lunes a sábado. Turnos de tarde rotación.
Dependencia jerárquica	Depende de: Gerente De él dependen: Personal de limpieza 1 Monitores 1
Recibe órdenes de	nadie
ACTIVIDADES Y TAREAS	
Cotidianas	Coordinación y reservas de alojamiento y actividades de ocio. Recepción de clientes y funciones Administrativas del alojamiento: facturas, atención telefónica,...
Periódicas	Planificación semanal de actividades y horarios del personal subordinado.
Ocasionales	Apoyo comercial
RECURSOS UTILIZADOS	
Tecnología	Equipos informáticos y de comunicaciones
Materiales	Material de oficina
Herramientas	Equipo informático propio y sistema de comunicaciones (Internet, teléfono, fax,...)
FORMACIÓN	
Formación mínima	Diplomado en Turismo
Formación aconsejable	Diplomado en Turismo y grado en turismo idiomas.

Ejemplo de ficha de recursos humanos, con actividades recursos y formación del Director de la casa Rural los Frontones.

## ANEXO 14

<b>PAGOS TOTALES</b>	
Principal	22.000 €
Intereses	4.291,74 €
Comisión	220 €
<b>TOTAL PAGOS</b>	<b>26.511,74€</b>
<b>Cuota PRESTAMO</b>	
<b>Cuota MENSUAL</b>	219,09 €
<b>Cuota ANUAL</b>	2.629,17€

Cuadro n º20 de cuotas mensual y anual de préstamo bancario. Fuente elaboración propia.

<b>DATOS PRÉSTAMO</b>	
Importe	22.000€
Euribor	0,65%
Diferencial	2,00%
Comisión apertura	1,00%
Interés del periodo	0,67%
Cuotas anuales	12
Años de amortización	10
Tipo de interés fijo anual	2,65%
Tipo de interés fijo mensual	0,30%

Cuadro n º 21 datos de préstamo amortización. Elaboración propia. Datos del banco BBVA



ANEXO 15  
 ESCENARIO PESIMISTAS.  
 PONGO EN ANEXOS POR FALTA DE ESPACIO EN TFT.

**Escenario pesimista:** con unos ingresos totales de 29.427 datos que se extraen del cuadro siguiente:

	Temporada ALTA	Temporada MEDIA
Ocupación	43%	35%
Días/año	160	205
Casa completa.	16.512€	12.915€

Cuadro nº 28 ingresos por alojamiento en escenario pesimista.

Ingresos por venta de actividades de ocio propias.

Para ambos escenarios se ha tenido en cuenta como datos, que el 35% de los viajeros que visitan las casas rurales de la zona, contratan alguna actividad de ocio subcontratada. (Precio medio de las actividades subcontratadas es de 40 €por persona y actividad, aproximadamente montar a caballo, *quads*, etc.)

**Escenario pesimista:** con unos ingresos totales de **6.563€**

	Temporada ALTA	Temporada BAJA
Ocupación	43%	35%
Días/año	160	205
Gasto	10 €	10 €
<b>Total</b>	<b>3.550€</b>	<b>3.013€</b>

Cuadro nº 29. Ingresos por actividades de ocio propias en escenario pesimista. Fuente: elaboración propia.

**Escenario pesimista:** con unos ingresos totales de 2.449,78€.

	Temporada ALTA	Temporada BAJA
Ocupación	43%	35%
Días/año	160	205
Consumo (%)	35%	35%
Gasto	30€	30€
Comisión (10%)	4.15€	4.15€
<b>Total</b>	<b>1.199,184€</b>	<b>1.250,60€</b>

Cuadro nº.32 Ingresos por actividades de ocio subcontractadas en escenario pesimista

ANEXO 15

<b>CUENTA DE RESULTADOS PREVISIONAL</b>		<b>CASA RURAL LOS FRONTONES</b>			
<b>VENTAS ESTIMADAS ESCENARIO PESIMISTA</b>					
<b>AÑOS</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<b>% Revisión ingresos anuales</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,0%</b>	<b>2,0%</b>
VENTAS POR ALOJAMIENTO CASA COMPLETA	29.427,00	30.015,00	30.615,30	31.227,61	31.852,16
VENTAS POR SERVICIOS COMPLEMENTARIOS	6.563,00	6.694,26	6.828,15	6.964,71	7.104,00
VENTAS POR SERVICIOS SUBCONTRATADOS	2.449,78	2.498,78	2.548,75	2.599,73	2.651,72
VENTAS POR COMISIONES VARIAS	1.500,00	1.530,00	1.560,60	1.591,81	1.623,65
<b>TOTAL VENTAS</b>	<b>39.939,78</b>	<b>40.738,58</b>	<b>41.553,35</b>	<b>42.384,41</b>	<b>43.232,10</b>
COSTES FIJOS	25.667,40	26.180,75	26.704,36	27.238,45	27.783,22
COSTES VARIABLES	9.665,00	9.858,30	10.055,47	10.256,58	10.461,71
<b>TOTAL COSTES</b>	<b>35.332,40</b>	<b>36.039,05</b>	<b>36.759,83</b>	<b>37.495,03</b>	<b>38.244,93</b>
<b>RESULTADO CUENTA PREVISIONAL</b>	<b>4.607,38</b>	<b>4.699,53</b>	<b>4.793,52</b>	<b>4.889,39</b>	<b>4.987,18</b>

Cuadro 34 cuenta de resultados previsionales en escenario pesimista.

ANEXO 16  
OTRAS FORMAS DE FINANCIACIÓN.  
SUBVENCIONES Y AYUDAS

- **Programa LEADER PLUS.** Esta es una iniciativa comunitaria que proporciona financiación de cuantía variable y a fondo perdido para proyectos que contribuyan al desarrollo del medio rural. Se aplican en todas las islas en toda su extensión geográfica, excepto en Gran Canaria y Tenerife, limitándose en éstas últimas a zonas superiores a la cota de 300 metros sobre el nivel del mar, excluyéndose además los núcleos de población superiores a los 10.000 habitantes.

Requisitos: Los requisitos para los proyectos son específicos para cada isla.

Organismo que la concede: Proviene de la Unión Europea y se gestiona a través de las asociaciones de desarrollo rural de cada isla. Más información: [http://www.aidergc.com/leaderplus\\_subvenciones.html](http://www.aidergc.com/leaderplus_subvenciones.html); <http://www.redcanariarural.org>.

- **Ayudas para el fomento de la economía social.** En la actualidad se dispone de una serie de ayudas para el fomento de la economía social, la cual contribuye al desarrollo local mediante la creación de empleo y a través de convertir a los trabajadores en los propios gestores de la empresa. En definitiva, se trata de una serie de ayudas destinadas a la incorporación de desempleados como socios trabajadores o socios de trabajo a cooperativas y sociedades laborales.

Requisitos: La incorporación de un socio trabajador. En el caso de ser mujer, la cuantía de la ayuda es mayor.

Organismo que la concede: El Gobierno de Canarias.

Más información: <http://www.asescan.com/subvenciones/st2.cfm>  
[www.gobiernodecanarias.org](http://www.gobiernodecanarias.org)

- Subvenciones a las inversiones para la creación y mantenimiento de empleo financiadas mediante préstamos. Se trata de una ayuda a las inversiones en activo fijo que generen o mantengan empleo.

Requisitos: Para estas subvenciones las inversiones deben ser financiadas con préstamos concedidos por entidades de crédito que tengan suscrito convenio con el Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales para tal fin.

Organismo que la concede: El Gobierno de Canarias.

Más información: <http://www.asescan.com/subvenciones/cme.cfm>  
[www.gobiernodecanarias.org](http://www.gobiernodecanarias.org)

- Créditos con tipos de interés preferencial. Existe una línea de créditos con tipos de interés preferentes destinados al fomento y creación de empresas. Este tipo de créditos están siendo

bastante utilizados para la creación de empresas en el medio rural.

Requisitos: Dependerá del proyecto de empresa y del organismo que concede la ayuda.

Organismo que la concede: Pueden ser varios organismos públicos, tales como el Gobierno de Canarias, el ICFEM, los cabildos o el Instituto de Crédito Oficial (ICO).

Más información: [www.ico.es](http://www.ico.es); [www.itccanarias.org](http://www.itccanarias.org);  
[www.gobiernodecanarias.org](http://www.gobiernodecanarias.org); [www.cistia.es/ayudas](http://www.cistia.es/ayudas)

- **Microcréditos ICO.** Son los créditos que concede el Instituto de Crédito Oficial (ICO). Estos préstamos pueden cubrir hasta el 95% del proyecto de inversión de creación de una empresa por parte de desempleados de más de 1 año, también mayores de 45 años, inmigrantes, mujeres, discapacitados o responsables de hogares monoparentales. El límite máximo del crédito será de 25.000 €. El tipo de interés alcanzaría el 6% TAE. Otro aspecto significativo es que la entidad financiera no exige avales.

Requisitos: Dependerá del proyecto de empresa.

Más información: [www.ico.es](http://www.ico.es).

**Pago único.** Se refiere al pago único de la prestación por desempleo como medida de fomento de empleo. En el caso de trabajadores autónomos el pago único sirve para cubrir el gasto del seguro autónomo. Para Sociedades Laborales, Cooperativas y autónomos minusválidos: la percepción será un solo pago del valor total de la prestación por desempleo, con el fin de destinar su cuantía a la realización de una actividad profesional como socio de una Cooperativa de Trabajo Asociado o de una Sociedad Laboral, o como trabajador autónomo minusválido en un grado igual o superior al 33%.

Requisitos: Ser beneficiario de prestaciones por desempleo de nivel contributivo cuando se pretenda incorporar, de forma estable y a tiempo completo, o cuando pretenda constituirse como trabajador autónomo.

Organismo que la concede: El Gobierno de Canarias a través del Servicio Canario de Empleo.

Más información: [www.gobiernodecanarias.org](http://www.gobiernodecanarias.org);

- Instituto de la Mujer. Existen interesantes ayudas para que la mujer se incorpore al mercado laboral a través de la creación de empresas. Así, se ponen a disposición para mujeres emprendedoras microcréditos con un importe máximo de 15.000 €, con un plazo de amortización de 5 años a un tipo de interés del 5%.

Requisitos: Dependerá del proyecto de empresa.

Organismo que la concede: Instituto de la mujer. Gobierno de Canarias.

Más información: Fundación Internacional de la Mujer Emprendedora (FIDEM). Subvenciones para la rehabilitación de viviendas en el medio rural. Decreto 161/2000, de 24 de julio. Se trata de una resolución que modifica el Decreto 38/2000, de 15 de marzo, por el que se regula el

otorgamiento de las mismas por parte del Gobierno de Canarias.

- Subvención para la rehabilitación y acondicionamiento de inmuebles con destino a turismo rural, sitios en las islas de Tenerife, La Palma, El Hierro, Gran Canaria, Fuerteventura y Lanzarote.

Requisitos: Dependerá del proyecto de empresa.

Organismo que la concede: Dirección General de Ordenación e Infraestructura Turística. Gobierno de Canarias. Cofinanciación del Fondo Europeo de Desarrollo Regional.

Más información: Resolución de 3 de abril de 2001, por la que se hace pública la Orden de 27 de marzo de 2001. BOC nº 51, de 25 de abril de 2001.

- Subvenciones directas a proyectos de creación de nuevas empresas en Canarias.  
Orden 292, de 7 de febrero de 2003 por la que se convoca la concesión de las subvenciones y se aprueban las bases que regirán la misma en el año 2003.
- Iniciativa Local de Empleo. A través del Instituto Canario de Formación y Empleo (ICFEM) y la Agencia de Desarrollo Local del ayuntamiento donde esté localizado el futuro establecimiento rural, podrá catalogarse el proyecto de empresa como una  
Iniciativa Local de Empleo. Esto constituye una oportunidad para obtener fondos procedentes de diferentes subvenciones, como por ejemplo:
  - Subvención por contratación indefinida.
  - Subvención de apoyo a la función gerencial.
  - Subvención por asistencia técnica.
  - Subvención por incorporación de socios trabajadores en cooperativas y sociedades laborales.

Subvención financiera para la reducción de intereses de préstamos

## ANEXO 17

Ficha del promotor y de la empresa.

### 1. INTRODUCCIÓN

#### 1.1 Datos Personales del Promotor

Apellidos	BATISTA DOBLE
Nombre	CARLOS
D.N.I / N.I.F.	44569236-I
Domicilio	CALLE SERRANO 38 2º DERECHA
Población	SANTA CRUZ DE TENERIFE
Código Postal	38004
Teléfono 1	922592671
Fax	922563652
E-mail	CASARURALOSFRONTONES@HOTMAIL.COM

#### 1.2 Datos Empresa

Nombre	CASA RURAL LOS FRONTONES. C/CRUZ DE SAN ANTONIO.
Domicilio	
Código postal	38005 GRANADILLA DE ABONA.
Localidad	GRANADILLA DE ABONA.
Teléfono	922592671
Actividad	EXPLOTACIÓN DE TURISMO RURAL
Capital social previsto	3.005,06 €
Nº de trabajadores previstos	3

## ANEXO 18

### TRAMITES PARA LA PUESTA EN MARCHA DE UNA CASA RURAL.

<p>1. Inscripción en la sección primera del Registro General de Empresas, Actividades y Establecimientos Turísticos, dependiente de la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias.</p>
<p>2. Autorización previa al ejercicio de la actividad de alojamiento de turismo rural, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 24.1 de la Ley 7/1995, de 6 de abril, expedida por la Dirección General competente en materia de ordenación e infraestructura turística del Gobierno de Canarias.</p>
<p>3. Obtención de la calificación territorial. En caso de encontrarse el inmueble en suelo rústico se instará a la Dirección General de Urbanismo la correspondiente autorización conforme prevé la Ley 5/1987, de 7 de abril, de ordenación del suelo rústico en la Comunidad Autónoma de Canarias. En caso de suelo urbano, la autorización proviene de la oficina técnica municipal del ayuntamiento de la localidad donde esté ubicado el inmueble.</p>
<p>4. Autorización previa del Patronato de Turismo. Se trata de la autorización que certifica que el proyecto cumple con los requisitos mínimos planteados por el Decreto 18/1998, de 5 de marzo, de regulación y ordenación de los establecimientos de alojamiento de turismo rural. Se considera además un trámite previo a la concesión de la Licencia Municipal de Obras para acometer la rehabilitación que proceda.</p>
<p>5. Certificado municipal donde se establezca que la antigüedad de la edificación es anterior a 1950. También se presentará la calificación territorial o un certificado municipal donde conste el tipo de suelo y el valor histórico artístico de la zona donde se ubica, así como fotografías del estado actual de la edificación, mostrando la fachada y el entorno. Estos documentos, entregados junto con los planos que acrediten el estado actual de la edificación, sirven para acreditar el cumplimiento del Decreto 18/1998, de 5 de marzo.</p>
<p>6. Copia de la dispensa interesada a la Consejería de Turismo del Gobierno de Canarias, del cumplimiento de algunas de las condiciones mínimas exigidas en los artículos 13 al 17 del Decreto 142/2010, de 4 de octubre, por el que se</p>

aprueba el Reglamento de la Actividad Turística de Alojamiento.
7. Copia de la licencia municipal de obra.
8. En el caso de que actúe por medio de representante, documento que lo acredite
9. Enumeración de las unidades alojativas.
10. Fotocopia del Documento Nacional de Identidad (DNI), Número de Identificación de Extranjero (NIE) o Número de Identificación Fiscal (NIF) (persona física o persona jurídica, respectivamente) del explotador del inmueble y del propietario (caso de que no coincida con el explotador). En el caso de que se trate de persona jurídica, escritura de constitución.
11. Memoria de la actividad turística a desarrollar con mención a los servicios pretendidos y las condiciones y forma de explotación, a los efectos del cumplimiento del "principio de unidad de explotación".
12. Título habilitante expedido por las personas propietarias del establecimiento, en su caso, de conformidad con lo dispuesto en el artículo 39 de la Ley 7/1995, de 6 de abril

Cuadro nº 36 Título: pasos a seguir para registrarse como alojamiento rural en canarias.

Elaboración propia. Fuente: legislación en materia turística del Gobierno de Canarias.



# ANEXO 19

## ARTICULO DE PERIODICO QUE HABLA DE LAS TIC EN MEDIO RURAL.

The screenshot shows a web browser window with the URL [www.20minutos.es/noticia/1311642/0/](http://www.20minutos.es/noticia/1311642/0/). The page features a news article titled "Industria impulsa el uso de las TIC en el turismo rural y el sector hotelero con 10,3 millones". The article text states that the Ministry of Industry, Energy and Tourism has presented two programs in the Canary Islands to promote the use of TIC in rural tourism and the hotel sector, with a total budget of 10.3 million euros. It mentions the subsecretary of Industry, Enrique Hernández, and the secretary of State of Telecommunications, Víctor Calvo-Sotelo. A small photo shows people on a dirt path. The article is dated 17.02.2012. To the right of the article is a vertical banner for "3x2 en más de 1.500 artículos" with a red ribbon graphic. Below the article is a "Noticias de Tu ciudad" section for Oviedo, Asturias, with a list of local news items. At the bottom of the page, there is a cookie consent banner and a Windows taskbar with various application icons and a system clock showing 21:19 on 13/07/2014.

Industria impulsa el uso de las TIC en el turismo rural y el sector hotelero con 10,3 millones

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo ha presentado en Canarias dos programas para promover la formación y el uso de las TIC en el turismo rural y en el sector hotelero, que contarán con una dotación total de 10,3 millones de euros.

ECO Poca actividad social ¿Qué es esto?

Seguir a @20m

EUROPA PRESS. 17.02.2012

El Ministerio de Industria, Energía y Turismo ha presentado en Canarias dos programas para promover la formación y el uso de las TIC en el turismo rural y en el sector hotelero, que contarán con una dotación total de 10,3 millones de euros.

El subsecretario de Industria, Enrique Hernández, y el secretario de Estado de Telecomunicaciones y para la Sociedad de la Información, Víctor Calvo-Sotelo, fueron los encargados de presentar ambos programas en Canarias este jueves.

Concretamente, el programa 'Alojamientos conectados', dotado con un presupuesto de 8,3 millones de euros y cofinanciados al 70% con fondos de la UE, fomentará la presencia en Internet y la utilización de aplicaciones informáticas para la gestión de la estancia turística en las 13 comunidades autónomas beneficiarias de los Fondos Europeos de Desarrollo Regional (FEDER).

Del importe global, 6,8 millones de euros corresponden a la convocatoria de ayudas y el resto a las distintas actuaciones del programa.

Las 13 comunidades beneficiadas de esta iniciativa, desarrollada en el marco del programa 'Empresas en Red' en colaboración con los gobiernos autonómicos y puesta en marcha a través de Red.es, son Andalucía, Aragón, Asturias, Castilla-La Mancha, Castilla y León, Comunidad Valenciana, Extremadura, Galicia, Canarias, Ceuta, Melilla, Murcia y Navarra.

3x2 en más de 1.500 artículos  
Hasta el 16 de Julio de 2014

Power to you

Noticias de Tu ciudad

Oviedo Asturias

- Madina gana en la Asturias, con el 49,6% de los votos frente al 26,8% de Sánchez
- La participación en las 16 principales agrupaciones asturianas supera el 50%
- Nueve sindicatos llaman a los empujados

USO DE COOKIES. Utilizamos cookies propias y de terceros para mejorar la experiencia de navegación, y ofrecer contenidos y publicidad de interés. Al continuar con la navegación entendemos que se acepta nuestra política de cookies.

21:19  
13/07/2014

ANEXO Nº 20  
WEB TURISMO DE TENERIFE. TURISMO  
NATURAL. [www.webtenerife.com/natural](http://www.webtenerife.com/natural)

Firefox

Turismo Tenerife: Alojamiento, Carnaval,...

www.webtenerife.com

Google

El Tiempo 26°C

Turismo Convention Bureau Film Commission Prensa Trade Corporativa Investigación

AGENDA BLOG MAPAS EL TIEMPO GALERÍA MULTIMEDIA

Área privada English Deutsch Français Italiano Ruso

**TENERIFE**  
disfruta de todo

### Gastronomía de Tenerife

La cocina tinerfeña ha sabido impregnarse de todo tipo de sabores y elaborar mezclas que hacen las delicias de los paladares más exigente

1 2 3 4 5 6 7 ||

Actividades ▾ Destinos y lugares ▾ Alojamiento ▾ Información útil ▾ Sobre Tenerife ▾

Búsqueda Avanzada

## TENERIFE, UNA ISLA PARA DISFRUTAR

¡Enhorabuena, has elegido la "isla de la eterna primavera"! Tenerife además de tener el mejor clima de España, es un lugar donde relajarse y divertirse. Esta isla coronada por el volcán Teide, cuenta con pintorescos pueblos, increíbles paisajes y playas de ensueño. Aquí también disfrutarás de fiestas en las que te sentirás como un tinerfeño más. Adivina por qué más de cinco millones de personas la eligen como destino. ¡Tú sólo ven y disfruta!

SÍGUENOS EN...

Flickr Facebook YouTube Panorama

DESTINOS DESTACADOS 4 de 4

Mimate

16:45  
09/09/2013