



CAMPUS PÚBLICO
MARÍA ZAMBRANO
SEGOVIA

Universidad de Valladolid



Universidad de Valladolid

FACULTAD DE CIENCIAS SOCIALES, JURÍDICAS Y DE LA COMUNICACIÓN

Grado Turismo

TRABAJO DE FIN DE GRADO

Plan de negocio de una casa rural en Solarana

Presentado por Cristina Gómez García

Tutelado por Luis Miguel Delgado Estirado

Segovia, julio de 2021

RESUMEN

El pronóstico futuro para el turismo en España es realmente alentador para el sector del turismo rural. Esta tendencia al alza en las reservas de alojamientos rurales en la comunidad de Castilla y León, junto con la disponibilidad de abrir una casa rural en el municipio de Solarana, ha llevado a plantearse la realización de este trabajo, cuyo fin es comprobar la viabilidad del proyecto teniendo en cuenta todos los aspectos.

PALABRAS CLAVE

Casa rural, turismo rural, turismo post-covid 19, plan empresa, emprendimiento.

ABSTRACT

The future forecast for tourism in Spain is really encouraging. This upward trend in rural accommodation reservations in the community of Castilla y León, together with the opportunity to open a rural house in the village of Solarana, has led to the realisation of this thesis, which main purpose is to verify the viability of the project taking into account all aspects.

KEYWORDS

Rural house, rural tourism, tourism post-covid 19, business plan, entrepreneurship.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN.....	1
CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO	2
1.1. Idea de negocio	3
1.2. Misión, visión y valores.....	4
CAPÍTULO 2 ANÁLISIS DEL MERCADO	5
2.1. Análisis del macroentorno	6
2.1.1. Factores políticos y legales	6
2.1.2. Factores económicos	9
2.1.3 Factores socioculturales	11
2.1.4. Factores tecnológicos	13
2.2. Modelo de las 5 Fuerzas competitivas de Porter	14
2.2.1. Intensidad de la competencia	15
2.2.2 Productos sustitutivos.....	17
2.2.3. Competidores potenciales	18
2.2.4. Poder de negociación de los clientes.....	19
2.2.5. Poder de negociación de los proveedores	19
CAPÍTULO 3 ANÁLISIS INTERNO.....	21
3.1 Disposición y características de la casa	22
3.2. Estrategias de marketing-mix	23
3.2.1. Producto o servicio.....	24
3.2.2. Precio.....	24
3.2.3. Distribución.....	25
3.2.4. Promoción-comunicación.....	26
3.3. Recursos humanos	27
3.4. Financiación.....	27
CAPÍTULO 4 ASPECTOS FORMALES Y DAFO	36
4.1. Forma jurídica.....	37
4.2. Trámites de constitución	38
4.3. Condiciones generales del establecimiento	39
4.4. Análisis DAFO	41

CAPÍTULO 5 PLAN DE MARKETING.....	44
5.1. Objetivos.....	45
5.2. Estrategias competitivas.....	48
CONCLUSIONES.....	49
WEBGRAFÍA	50

INTRODUCCIÓN

En el presente trabajo de fin de grado se presentará un plan de negocio mediante el cual se podrá comprobar si el proyecto de apertura de una casa rural en el pueblo burgalés de Solarana es viable o no. La idea es que sea un negocio familiar regentado por mi tío, el dueño de la propiedad y por mí misma.

Este pequeño pueblo está situado en la comarca del Arlanza, a tan solo 10 kilómetros de la Villa Ducal de Lerma. En sus alrededores encontramos multitud de pueblos de entre los cuales destacan Covarrubias (19 km), considerado uno de los pueblos más bonitos de España, y Santo Domingo de Silos (21 km). La ciudad de Burgos se encuentra a 51 kilómetros circulando por la A-1.

A su vez, es posible la realización de numerosas rutas, tanto a pie como en bicicleta, muchas de las cuales transcurren por parajes de gran importancia en cuanto a fauna y flora, como el Parque Natural de la Yecla (23 km), donde se pueden observar ejemplares de buitre leonado. En el propio municipio, encontramos el sendero de las Grandes Encinas, un paseo ubicado en el monte de encinas y sabinas, donde se mezclan historia y naturaleza. Entre las rutas aptas para bicicletas de montaña, destacan la ruta entre El Risco en Solarana y la de ruta entre Solarana y Tejada.

Para realizar este proyecto se llevará a cabo un análisis interno y externo de los factores que condicionan de algún modo el desarrollo de la actividad. Se hará una estimación de los recursos económicos que van a ser necesarios para la puesta en marcha del negocio, así como de los ingresos que se obtendrán de su actividad. Así mismo, se expondrán los trámites legales requeridos por las diferentes administraciones para la constitución del negocio. Y por último, se establecerán los objetivos y la estrategia competitiva más adecuada para nuestro negocio.

CAPÍTULO 1 MARCO TEÓRICO

1.1. Idea de negocio

La motivación detrás de la realización de este proyecto reside en contribuir en la medida de lo posible a traer vida al pequeño pueblo de Solarana. Con tan solo 77 habitantes, esta localidad es perfecta para la creación de una casa rural que permita poner en valor los recursos con los que cuenta el municipio y sus alrededores. Además, se busca conseguir una rentabilidad económica derivada de la puesta en marcha del proyecto.

El turismo rural tiene mucha importancia en nuestro país desde que en los 70 comenzaron a hacerse visibles las consecuencias del éxodo rural. Esta problemática llevó a las autoridades competentes de las zonas afectadas a crear estrategias centradas en el desarrollo local. De esta forma, el turismo rural se ha ido desarrollando en los últimos años, potenciando así la economía de las zonas rurales. Además, en los últimos años se ha producido un crecimiento notable en la demanda de alojamientos rurales.

Por otro lado, la crisis provocada por la COVID-19 ha tenido un impacto verdaderamente negativo en el turismo español, afectando sobre todo a la llegada de turistas internacionales. Sin embargo, la situación del turismo rural no es tan diferente a la de los años pre-pandemia. Según el informe del Observatorio del Turismo Rural, durante el verano de 2020, la demanda de alojamientos rurales por parte de turistas nacionales incrementó, situándose por encima de las cifras de los veranos previos a la pandemia. Además, destaca la creciente demanda de casas rurales completas, frente a los alojamientos que son alquilados por habitaciones. El 48,7% de los alojamientos de alquiler completo ha tenido más demanda que en los años anteriores a 2020. Estos datos nos ayudan a tener una base en la que apoyar las tendencias que hemos observado durante este último año.

Las previsiones para el turismo post-covid, anuncian muy buenas noticias para el sector del turismo rural. El 70% de los españoles entrevistados para la realización del estudio sobre el turismo post-covid de Escapada Rural, aseguran que la tipología de turismo elegida para sus vacaciones será el turismo rural. Además, el 71% de los turistas nacionales han decidido que pasarán sus próximas vacaciones dentro del país. Teniendo en cuenta este cambio en la forma de hacer turismo, abriremos un establecimiento que se adecue a la demanda del turista rural actual. La casa permitirá a los huéspedes disfrutar

de una estancia tranquila en un entorno privilegiado. Además es una opción ideal para mantener la distancia de seguridad recomendada y cumplir con todos los protocolos necesarios para el desarrollo de la actividad turística con normalidad.

1.2. Misión, visión y valores

MISIÓN

Buscamos ofrecer a nuestros clientes una experiencia de calidad en una zona llena de recursos culturales, históricos y naturales.

VISIÓN

Garantizar la mejor experiencia a los huéspedes teniendo en cuenta sus necesidades, y adaptando nuestro servicio día a día.

VALORES

Los valores centrales de la casa rural estarán presentes en cada decisión que se tome.

- **Calidad:** queremos ofrecer un servicio centrado en satisfacer las necesidades del cliente, interesándonos por sus necesidades para hacer su estancia lo más agradable posible.
- **Sostenibilidad:** para contribuir al mantenimiento de los recursos que nos rodean y minimizar el impacto negativo de nuestra actividad.
- **Servicio al cliente:** la comunicación con los clientes es un aspecto clave para mejorar nuestro servicio cada día.

CAPÍTULO 2 ANÁLISIS DEL MERCADO

2.1. Análisis del macroentorno

Mediante el análisis PEST/PESTEL, conoceremos la influencia que tienen ciertos factores externos en el desarrollo de nuestra actividad. Esta influencia puede afectarnos de forma positiva o de forma negativa. En caso de que el efecto de este factor en la empresa sea negativo, hay que intentar que nos afecte lo menos posible, mientras que si es algo positivo para el negocio hay que aprovecharlo en nuestro beneficio.

2.1.1. Factores políticos y legales

La situación política de España en los últimos años ha sido bastante inestable. Esta inestabilidad ha aumentado tras la unión de PSOE y Unidas Podemos, dos partidos de izquierdas, en el Gobierno. La crisis provocada por la COVID-19, y la necesidad de tomar decisiones importantes de forma unánime, ha hecho visible la brecha entre estos dos partidos. Estas discrepancias son aún mayores a la hora de decidir sobre temas sociales y económicos, y afectan a las negociaciones y al buen funcionamiento del Gobierno.

Aún con todas estas discrepancias, el Gobierno de España ha aprobado ayudas para nuevos emprendedores, así como para promover de nuevo el turismo. Un ejemplo de esto, son las líneas de préstamos ICO, creadas para financiar proyectos de inversión de autónomos. Por su parte, la Cámara de Comercio de España, con su programa España-Emprende, quiere apoyar a los emprendedores en todas las fases de su proyecto, mediante la realización de actividades organizadas por los servicios de emprendimiento de la Cámara.

En el ámbito legal, los establecimientos de alojamiento de turismo rural en la comunidad de Castilla y León se rigen por el DECRETO 75/2013, de 28 de noviembre. Dicho documento establece las siguientes regulaciones para las casas rurales:

1. Las casas rurales se ubicarán en municipios de hasta 3.000 habitantes, así como en municipios de más de 3.000 y hasta 20.000 habitantes si lo hacen en suelo rústico.
2. En un mismo edificio podrán instalarse dos casas rurales cuando la distribución sea horizontal y una cuando esta sea vertical.

3. Los inmuebles en los que se ubiquen las casas rurales serán respetuosos y concordantes con las características de la arquitectura tradicional del entorno en que se encuentren, tanto en sus paramentos verticales como en sus cubiertas y cualesquiera de los elementos exteriores.

4. La capacidad máxima de alojamiento de las casas rurales será de 16 plazas, incluidas las camas supletorias.

5. El régimen de explotación de las casas rurales será el de casa completa.

6. Las casas rurales deberán disponer de las siguientes instalaciones y servicios:

- Agua corriente potable caliente y fría con caudal suficiente.
- Suministro eléctrico.
- Calefacción.
- Botiquín de primeros auxilios.
- Teléfono a disposición del cliente.

7. Las habitaciones de las casas rurales destinadas a dormitorio reunirán las siguientes características:

- La superficie útil mínima será de 7, 10 y 14 metros cuadrados según se trate de individuales, dobles o triples, respectivamente, excluyéndose del cómputo, en su caso, las superficies destinadas a baños y terrazas.
- Deberán disponer de aislamientos suficientes para preservarlas de los ruidos e impedir el paso de la luz a voluntad del cliente.
- Contarán con sistema de calefacción.
- La iluminación y ventilación serán directas al exterior o a patios no cubiertos.
- El mobiliario será adecuado y estará en perfecto estado de uso y conservación, sin que puedan instalarse literas.

8. Las casas rurales contarán con un cuarto de baño por cada cuatro plazas de alojamiento o fracción, que dispondrá de agua caliente y fría y estará equipado con inodoro, lavabo y

un espacio con ducha o bañera. Además, contará con espejo para el aseo personal y toma de corriente.

9. Las casas rurales tendrán, al menos, un salón-comedor dotado de mobiliario en perfecto estado de uso y conservación.

10. Para uso exclusivo de los turistas alojados, las casas rurales dispondrán de una cocina en perfecto estado de uso y funcionamiento, equipada, como mínimo, con los siguientes elementos: cocina con combustible suficiente para ser utilizada durante todo el tiempo que dure la estancia del turista, frigorífico, lavadora o servicio de lavandería, menaje, y vajilla y cubertería suficiente.

11. Dentro de la casa rural se expondrá, en un lugar visible, un inventario de los utensilios de cocina, del mobiliario y de los complementos existentes. Asimismo, se expondrán las instrucciones de funcionamiento de los electrodomésticos existentes, salvo que se incluyan en el reglamento de régimen interno.

12. Sin perjuicio de lo establecido en otras normas sectoriales, en particular en la normativa higiénico-sanitaria, la cocina dispondrá de ventilación directa o forzada para la renovación de aire, extractor de humos, agua fría y caliente, sistemas y aparatos adecuados para la conservación de los alimentos y recipientes de basuras de cierre hermético. Los suelos y paredes de la cocina de las casas rurales estarán revestidos de materiales no porosos, ignífugos y de fácil limpieza.

13. Se garantizará el repuesto de ropa de cama y baño cuando la estancia de los turistas sea superior a una semana, o cuando se solicite ante una circunstancia imprevista que haga necesario dicho repuesto.

14. En la publicidad, correspondencia y demás documentación de los establecimientos de alojamientos de turismo rural se indicará de forma que no induzca a confusión la clasificación y la categoría del establecimiento. Además, en la publicidad se expresarán las condiciones sobre el régimen de reservas.

15. De conformidad con lo establecido en el artículo 20.2 de la Ley 14/2010, de 9 de diciembre, no podrán utilizarse denominaciones que puedan inducir a error sobre la

clasificación, categorías o características de los establecimientos de alojamiento de turismo rural.

16. Los establecimientos de alojamientos de turismo rural deberán exhibir en la parte exterior y junto a la entrada principal del establecimiento, una placa identificativa que contendrá los distintivos acreditativos de la clasificación y de la categoría del establecimiento según los modelos que se determinen por orden de la Consejería competente en materia de turismo, en la que, asimismo, se determinará el plazo en el que deberán colocarse una vez presentada la correspondiente declaración responsable.

2.1.2. Factores económicos

Actualmente nos encontramos en una clara época de crisis económica. Antes de la pandemia de COVID-19 aún no habíamos superado por completo la crisis económica del 2008, pero nuestra economía estaba creciendo. Pero como consecuencia directa de la pandemia la economía del país se ha visto muy perjudicada. La actividad económica se paró casi por completo por un periodo de 3 meses durante el confinamiento en 2020. En este año, la economía española cayó un 11%, convirtiéndonos en el país europeo con peores resultados a raíz de la pandemia. Por el contrario, según las estimaciones del Fondo Monetario Internacional (FMI), España será el país con mayor crecimiento en los próximos años gracias a la recuperación del turismo internacional. Según las previsiones de la Fundación de las Cajas de Ahorro (FUNCAS) acerca de la evolución del PIB en nuestro país, en 2021 aumentará un 5,7%, y en 2022 un 6,3%.



Gráfico 2.1. Previsiones de Funcas sobre la evolución del PIB de España en 2021 y 2022. Fuente: INE, www.epdata.es

En el siguiente gráfico elaborado con datos de la Comisión Europea, podemos observar como desde el pico de la crisis económica de 2008, la tendencia de la tasa de paro había sido a la baja año tras año. Esta tendencia cambia en el año 2020, situando la tasa de paro en torno al 16%, lo que supone un aumento de casi 2% con respecto al año anterior. Las previsiones para 2021 sitúan la tasa de paro en torno al 18,5%. Para 2022, los datos son algo más optimistas, situando la tasa entre el 14% y el 18%. Mientras que para 2023 la previsión es que el desempleo se sitúe entre el 12,4% y el 17,6%.

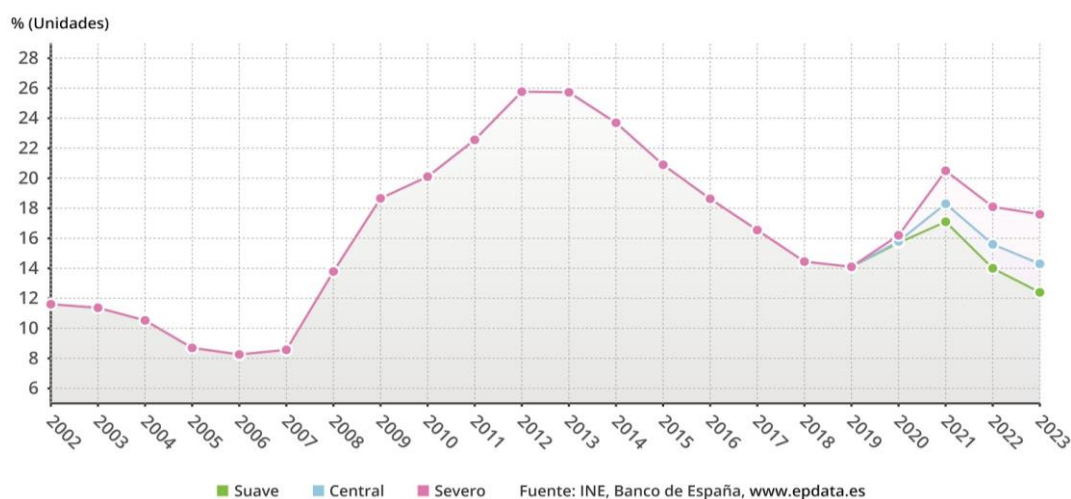


Gráfico 2.2. Previsiones sobre la evolución de la tasa de paro del Banco de España para 2021, 2022 y 2023. Fuente: INE, Banco de España, www.epdata.es

Haciendo referencia al informe 'La resiliencia/vulnerabilidad de los hogares españoles frente al COVID-19 'Disparidades en la distribución y composición del ahorro en el entorno europeo' de la Fundación Mutualidad de la Abogacía e IE Foundation, las familias españolas en épocas de crisis ahorran por la incertidumbre. Mientras que en momentos en los que la economía va bien, los españoles consumen más.

Según Amelia Pérez Zabaleta (2021), presidenta del Colegio de Economistas de Madrid:

Se prevén altas tasas de ahorro familiar, superiores a las de 2019 y a los años anteriores, aunque no tan altas como las de 2020. Aunque en el tercer trimestre de 2020, la tasa de ahorro ha descendido hasta un 15,1% debido a la reactivación parcial de la actividad económica y la movilidad, en 2021

continuará más elevada que antes de la pandemia, pero con tendencia a la baja en la medida en que las crisis económica y sanitaria se vayan superando.

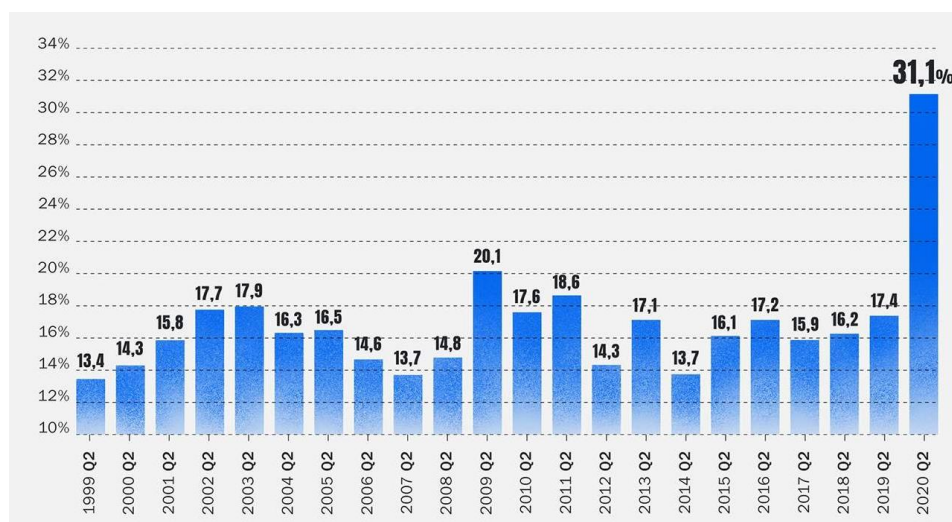


Gráfico 2.3. Evolución de la tasa de ahorro en los hogares españoles. Fuente: INE, www.epdata.com

A pesar de la mala situación en la que el país se encuentra actualmente, considero que es un buen momento para emprender, ya que la gente está deseando poder volver a realizar actividades que realizaban antes de la pandemia. Hemos observado que en el momento en el que las restricciones de movilidad son eliminadas, el sector del turismo vuelve a crecer y debemos saber aprovechar esa oportunidad.

2.1.3 Factores socioculturales

El último registro de población del Instituto Nacional de Estadística (INE) hace referencia a los datos provisionales del segundo cuatrimestre de 2020. En julio de 2020, España contaba con 47.351.567 habitantes, aunque si tenemos en cuenta la mortalidad provocada por el COVID-19, probablemente los datos varíen cuando se publiquen las cifras reales.

Según el X Barómetro del Turismo Rural en España (2019), el turista rural, en su mayoría, tiene edades comprendidas entre los 31 y los 50 años. El 40,5% del total tienen entre 41 y 50 años. Les siguen las personas con edades comprendidas entre los 51 y los 60, que representan el 24,8%, y después, encontramos a los viajeros de entre 31 y 40 años que suponen el 21,6% del total. El 6,7% del total de turistas rurales corresponde a las

personas de entre 18 y 30 años, y por último, encontramos al turista de más de 60 años, con un 6,15%. Si diferenciamos por sexo, las mujeres son las que más turismo rural realizan, siendo un 75,15%, mientras que los hombres tan solo suponen el 24,85%.

Acorde a un estudio de Criteo (2019), acerca de los viajeros ecologistas, las generaciones más jóvenes son las que más concienciadas están con el medioambiente. El 62% de los viajeros de la generación millennial y Z, son ecologistas, frente al 38% de los turistas pertenecientes a la generación X y más mayores. España se sitúa en el 4º puesto en cuanto a viajeros ecologistas, después de Alemania, Francia y Estados Unidos.

Consultando la encuesta de turismo de residentes ETR/Familitur (2020), se ha podido observar el comportamiento de la población residente en España con respecto a la práctica de turismo de interior. En el último trimestre de 2020, el número de viajes fue de 46.136.493, disminuyendo un 24,5%. Mientras que el gasto total bajó un 44,1%, hasta situarse en los 10.783 millones de euros.

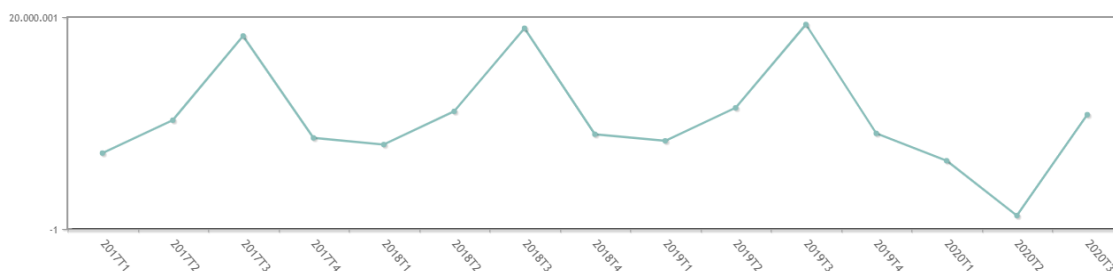


Gráfico 2.4. Gasto total (miles de euros) de los residentes españoles. Fuente: <https://www.ine.es/>

La duración media de los viajes es de aproximadamente 6 noches, pero acorde a la encuesta de turismo rural de Statista (2021), la estancia media en las casas rurales desciende a los 3 días. Según esta encuesta, el turismo rural ha experimentado un crecimiento desde 2014, llegando a alcanzar un récord de 4,4 millones de turistas. Como consecuencia de la pandemia, esta cifra descendió hasta los 2 millones, aunque se prevé que se recuperen las cifras de 2019 una vez los turistas puedan volver a viajar.

Según los pronósticos de CESAE Business & Tourism School (2020) para el sector turístico en 2021, los destinos no masificados, el turismo rural y el de naturaleza cobrarán mayor protagonismo.

En esta nueva etapa del turismo, serán preferentes las experiencias relacionadas con el bienestar y un estilo de vida saludable en entornos naturales. Se espera, por tanto, un cambio en la manera de viajar, de corto radio, más pausada y sostenible, y con mayor vinculación hacia el territorio visitado. En definitiva, un turismo relocalizado en la proximidad. (CESAE Business & Tourism School, 2021, p.21).

Así mismo, señalan que viviremos una polarización del consumo turístico, puesto que, a causa de la pandemia, determinados segmentos de la población se animarán a viajar de forma inmediata, mientras que a otros les llevará más tiempo.

Por otro lado, la seguridad sanitaria que caracteriza todos los aspectos de nuestra vida en la actualidad tendrá gran impacto en el futuro del turismo. El turista tomará sus decisiones de viaje teniendo en cuenta que los destinos sean seguros desde el punto de vista sanitario.

2.1.4. Factores tecnológicos

El desarrollo de las nuevas tecnologías y las constantes innovaciones tecnológicas, como el 5G, están impactando en todos los sectores de la economía. Este desarrollo tecnológico está propulsando la automatización de los procesos de gestión de los negocios, por lo que se logra reducir el gasto y el tiempo necesario para realizar estas actuaciones.

En el caso del sector turístico se verán nuevos escenarios en las tramitaciones de las reservas y en la hospitalidad de los alojamientos. La inteligencia artificial se mejorará, y se intensificará la valoración por parte de los clientes de la atención personalizada y directa. Del mismo modo, los profesionales del sector deberán contar con más formación, puesto que necesitarán ser capaces de adecuarse al constante cambio en las tecnologías (CESAE Business & Tourism School, 2020).

Por otro lado, se han desarrollado sistemas de reservas online, a través de páginas web o portales especializados en el sector, donde los turistas tienen la facilidad de encontrar su establecimiento ideal. Con estos programas, es posible que empresas del sector turístico cuenten con su propio sistema de reservas, que permita a los clientes reservar el alojamiento turístico en la web en tiempo real.

El desarrollo tecnológico y las redes sociales se van a convertir más aún en una herramienta imprescindible para obtener información, organizar viajes, compartir opiniones entre empresarios y turistas, fidelizar al cliente, mostrar los productos y servicios, y mejorar la reputación online. (CESAE Business & Tourism School, 2020, p.14)

En el sector de turismo, las redes sociales juegan un papel fundamental para establecer conexiones con el cliente. Los empresarios del sector turístico deben hacer uso muy frecuente de esta herramienta, ya que tiene un gran alcance y es muy económico.

“La experiencia turística adquirirá una dimensión diferente a la que tradicionalmente tenía, ya que a partir de ahora estará más relacionada con apps y herramientas de muy diversas clases y utilidades” (CESAE Business & Tourism School, 2020, p.15).

El big data, actúa en beneficio no solo de las empresas, sino también del turista. A las empresas les permite almacenar los datos de sus clientes como el gasto, las valoraciones, los motivos del viaje, y muchos otros, de forma masiva. De este modo, son capaces de crear productos o experiencias que se ajusten de una forma más precisa a lo que el cliente desea. Mientras que, para los turistas, la implantación del big data les beneficia de modo que únicamente se le proporcionarán servicios ajustados a su perfil, que mejoren su experiencia de viaje.

El Internet de las Cosas (IoT), es otro de los avances tecnológicos que promete revolucionar el sector del turismo. Consiste en colocar sensores con conexión a internet dentro de objetos físicos, garantizando así una mejor experiencia de los viajeros. Los beneficios que esto trae al sector son: la optimización de los recursos del hotel, un aumento de su rentabilidad, la fidelización de los clientes, y la generación de barreras de entrada frente a la competencia (Macías, 2020).

2.2. Modelo de las 5 Fuerzas competitivas de Porter

Mediante el modelo de las 5 fuerzas competitivas básicas de Porter analizaremos el entorno más inmediato de la empresa. Se estudiarán aspectos como la intensidad de la

competencia, los productos sustitutivos existentes, los competidores potenciales, el poder de negociación de los clientes, y por último, el poder de negociación de los proveedores.

2.2.1. Intensidad de la competencia

La comunidad de Castilla y León se sitúa en el primer puesto en cuanto al número de alojamientos rurales, con el 20,6% del total, seguida con una cifra mucho más baja por Cataluña, que cuenta con el 13,1% de los alojamientos de este tipo. La comunidad de Andalucía cuenta a su vez con el tercer porcentaje más elevado, con un 12,9% del total (XI Informe del Turismo Rural en España, 2019).

Se ha llevado a cabo una búsqueda en diferentes portales web de reservas para encontrar los establecimientos con los que podríamos competir. Primero, se hará referencia a los alojamientos de tipo casa rural de alquiler íntegro situados en el cercano municipio de Lerma a 10,8 kilómetros de Solarana.

- Casa rural de alquiler íntegro *El Palomar de la Cuesta*: es una casa con capacidad para 8 personas. Cuenta con 4 habitaciones, 2 baños, 1 aseo, y patio con barbacoa. El precio por noche es de 201,61€.
- Casa rural de alquiler íntegro *La Escuadra*: es una casa de reciente construcción con capacidad para un máximo de 10 huéspedes. Tiene 5 habitaciones, 5 baños y 1 aseo. El precio es de 292,65€ por noche.
- *La casona del Hortelano*: es una casa rural de alquiler completo con capacidad para 11 personas. Cuenta con 5 habitaciones y 5 baños, merendero con horno, jardín y zona de aparcamiento. Se debe alquilar por dos noches como mínimo, con un precio de 275€ por noche.
- Casa Rural *El Desván del Brigante*: la casa tiene capacidad para 12 personas. Ofrece 6 habitaciones con baño a 275 € la noche.
- Casa Rural *Judería*: esta casa tiene capacidad para 8 personas. Cuenta con 4 dormitorios y 4 baños. El precio por noche es de 230€, no siendo posible alquilarlo por un periodo menor a una noche.

Por otro lado, destacamos los siguientes alojamientos situados en otros pueblos cercanos, todos ellos a menos de 20 kilómetros de Solarana.

- Casa Rural *El Enebral*: se encuentra en el municipio de Nebreda a 3 kilómetros de Solarana. La casa ofrece 5 habitaciones y 4 baños. El precio de alquiler por fin de semana es de 600€.
- Casa Rural *Capriata*: alojamiento con capacidad máxima de 11 personas, que cuenta con 6 dormitorios, 4 cuartos de baño. Se encuentra en Revilla Cabriada, a 5 kilómetros de Solarana. La estancia mínima es de dos noches, siendo de 250€ el precio por noche.
- Casa Rural *Tía Rosa*: situada en Quintanilla del Agua, a 10 kilómetros de Solarana. Este alojamiento de alquiler íntegro dispone de 5 habitaciones, y 5 baños. El precio por noche es de 150€.
- Casa Rural *El Perfume del Almendro*: situada en Quintanilla del Agua. La capacidad máxima del alojamiento es de 10 personas. Cuenta con 4 habitaciones, 4 baños, y merendero en la planta baja. Hay que alquilarla al menos durante 2 noches, siendo el precio por noche de 235€.
- Casa Rural *Fuentevieja de Tejada*: se encuentra en el municipio de Tejada a 12 kilómetros de Solarana. La capacidad máxima del establecimiento es de 12 personas. La casa cuenta con 5 habitaciones y 3 cuartos de baño. El precio de alquiler es de 225€ por noche.
- Casa Rural *El Abrigaño*: se ubica en Villalmanzo, a 14 kilómetros de Solarana. La casa tiene una capacidad máxima de 12 personas, y ofrece 6 habitaciones con baño propio. La estancia mínima es de 2 noches y el precio es de 325€ por noche.
- Casa Rural *Dori*: se encuentra en la localidad de Villalmanzo. Tiene capacidad para 12 personas. Cuenta con 6 dormitorios, 3 baños y terraza. El precio de alquiler por noche es de 200€, siendo necesario alquilar por dos noches como mínimo.

- *Casa Rural El Tirabeque*: se encuentra en Ruyales del Agua, a 15 kilómetros de Solarana. Tiene capacidad para 10 personas, y ofrece 5 habitaciones con baño propio, y piscina en el exterior. El precio por noche es de 450€.
- *Casa Adolfo*: situada en Santa Inés a 17 kilómetros de Solarana. La casa cuenta con 5 dormitorios, 5 baños, patio y merendero. La estancia mínima es de 2 noches, siendo el precio de 264€ por noche.

2.2.2 Productos sustitutivos

En este apartado se hará referencia a los principales alojamientos que puedan satisfacer las mismas necesidades que una casa rural, pero que no estén incluidas dentro de esa categoría de alojamiento. Primero, se hará un listado con los situados en el municipio de Lerma y a continuación, en otros pueblos cercanos a Solarana.

- *Albergue Molino Solacuesta*: situado en Lerma, se alquila por completo por una estancia mínima de 2 noches. La capacidad máxima del alojamiento es de 20 personas. La propiedad cuenta con dos habitaciones y un patio. El precio es de 180€ por noche.
- *Casa Jota*: casa de reciente construcción en Lerma, con capacidad para 8 personas. Cuenta con 4 habitaciones y 3 baños. La estancia mínima es de dos noches. El precio por noche es de 200€.
- *DC Mesones*: El precio de una habitación doble para dos adultos es de 58€ por noche.
- *La Hacienda de mi Señor*: el precio de una habitación doble con una o dos camas es de 60€/noche.
- *Posada de Eufrasio*: el precio por una habitación doble es de 79€/noche.
- *Hotel Villa de Lerma*: tiene un precio de 60€ por noche en habitación doble.
- *Hotel Alisa*: tiene un precio de 50€ en una habitación doble con una o dos camas.

- *Parador de Lerma*: el precio por una noche en una habitación doble estándar es de 150€.
- *Hotel Rural el Zaguán*: una noche en habitación doble cuesta 66€.
- *Hostal Docar*: el precio por una noche en habitación doble es de 58€.
- *La casa de la abuela Petra*: casa rural de alquiler compartido situada en Solarana. La casa cuenta con cuatro habitaciones dobles con baño, salón-comedor equipado con chimenea y jardín. Alojarse en temporada baja en una habitación doble con desayuno cuesta 58€, mientras que en temporada alta son 68€.
- *Holiday Home*: se encuentra en Quintanilla del Agua. La capacidad máxima de la casa es de 10 personas, aunque cuenta con solo 4 habitaciones. Ofrece también zona de barbacoa. El precio es de 617€ en caso de alquilar solo una noche, al alquilar dos noches o más, el precio se reduce a 308€/noche.
- *El Batán del Molino*: situado en Quintanilla del Agua, tiene capacidad para 19 personas. La casa cuenta con 9 dormitorios, zona de jardín, de juego para niños, y piscina exterior. La estancia mínima es de dos noches, siendo el precio de 600€ por noche.
- *Hostal San Antonio*: situado en la localidad de Nebreda. Tiene un precio de 55€ por noche en habitación doble con dos camas, y de 60€ en habitación doble con cama de matrimonio.

2.2.3. Competidores potenciales

Las barreras de entrada al mercado de los alojamientos de turismo rural dependen de las circunstancias de la persona interesada en formar parte de ese mercado. La inversión para la puesta en marcha de una casa rural no es excesivamente elevada si se posee la titularidad del inmueble. Por el contrario, si no se tiene la titularidad, la inversión puede llegar a ser bastante elevada.

Además, para crear un alojamiento rural no solo se deben tener conocimientos de turismo, sino que se requiere de conocimientos en otros sectores como pueden ser la economía, la publicidad o el marketing, informática e incluso mantenimiento. Cuantas más habilidades posea el dueño del alojamiento, más sencillo será entrar a formar parte del mercado de los alojamientos rurales, pues la inversión requerida será menor.

En cuanto a los trámites legales necesarios para la puesta en marcha del negocio, en la comunidad de Castilla y León, no son muy estrictos. Basta con seguir la normativa vigente que regula los alojamientos rurales y presentar todas las solicitudes necesarias para poder ejercer la actividad.

2.2.4. Poder de negociación de los clientes

En la actualidad, los clientes tienen una gran capacidad de negociación debido a la facilidad de buscar en la web la opción que más les convenga en cada ocasión. Además, en las páginas web de comparación de alojamiento existe la posibilidad de poner filtros más ajustados a las búsquedas. El cliente puede filtrar por tipos de alojamientos, puntuación, instalaciones, accesibilidad del alojamiento, categoría... Por tanto, es necesario que nuestro alojamiento sea atractivo, cuente con los servicios que los clientes demandan, y se ofrezca a un precio competitivo. Tener en cuenta estos factores determinará en parte el éxito o fracaso del proyecto.

2.2.5. Poder de negociación de los proveedores

En el caso particular de este negocio, los proveedores necesarios para llevar a cabo la actividad no son demasiados, por lo que tendremos un poder de negociación escaso. Los servicios que se deberán contratar son los siguientes: el agua, la luz, el servicio de telefonía e internet, y por último, la lavandería.

En el caso del agua el poder de negociación que tendremos es nulo, ya que es el Ayuntamiento quien actúa como proveedor. Con la luz ocurrirá lo mismo, ya que Iberdrola es el principal proveedor de electricidad en la zona, por lo tanto, tendremos que contratar sus servicios. En cuanto a las empresas telefónicas, habría que comprobar cuál de ellas ofrece conexión a internet en el pueblo, pero aun así nuestro poder de negociación

sería nulo. Por otro lado, podríamos tener algo de poder de negociación con las lavanderías, todas ellas situadas en Burgos.

Los elementos necesarios para comenzar el proyecto, como puede ser el mobiliario o el menaje, serán comprados en la medida de lo posible a proveedores locales, siempre que ofrezcan un precio competitivo.

CAPÍTULO 3 ANÁLISIS INTERNO

A partir del análisis interno, conoceremos los puntos fuertes y débiles de nuestro establecimiento. De esta forma, podremos corregir las debilidades encontradas e impulsar las fortalezas mediante una estrategia adecuada a nuestro caso en particular.

3.1 Disposición y características de la casa

La casa está distribuida en 3 plantas, un patio interior, zona cubierta de trastero y un amplio merendero anexo a la propiedad. La casa tiene en total unos 260 metros cuadrados, que se dividen de la siguiente manera: 160 metros cuadrados de vivienda, 60 de patio, y 40 de merendero.

Actualmente, en la planta baja encontramos la cocina, un salón, una habitación, una pequeña despensa y un baño completo. La intención es realizar una reforma en esta planta para obtener un espacio más diáfano. Para lograr esto, sería necesario derribar el tabique que separa la cocina de la habitación convirtiendo la cocina en una cocina americana. De este modo, ese espacio serviría tanto de cocina como de zona de comedor para los huéspedes. El actual salón después de la reforma pasaría a convertirse en una habitación.

La planta baja tiene dos accesos, la puerta de entrada principal, y otra puerta que da al patio interno. Desde esta planta se puede acceder al patio, y desde allí al merendero. Tanto el patio como el merendero tienen su propia puerta de entrada desde la calle. El patio, a pesar de ser interno, es muy luminoso y proporciona una privacidad total.

En la primera planta, recientemente reformada, encontramos 4 habitaciones dobles, de las cuales una deberá de ser cerrada por no cumplir con los requisitos de los alojamientos rurales establecidos en nuestra comunidad, y un baño. Y por último, en la segunda planta o ático, hay una estancia separada que se reformaría para convertirla en una habitación, y una zona abierta que puede ser usada como sala de juego o zona de descanso. En esta última planta es necesaria una remodelación del espacio, pero se tratan de pequeñas reformas como cambiar el suelo y revestir las paredes.

En cuanto al mobiliario será necesario equipar la cocina con los utensilios necesarios y pequeños electrodomésticos, como sandwichera o batidora. No será

necesario reemplazar los electrodomésticos de la cocina, puesto que fueron cambiados en la última reforma de la casa.

Para los baños será necesario adquirir nuevos juegos de toallas y elementos de decoración.

El merendero está equipado íntegramente, por lo que no será necesario comprar nuevo mobiliario, pero sí menaje.

En el caso de la segunda planta, al haber sido remodelada hace muy poco tiempo tiene todos los muebles nuevos, por lo que solo habría que añadir elementos de decoración antiguos. Una vez llevada a cabo la reforma será necesario comprar mobiliario para las habitaciones de la planta baja y del ático. Estas habitaciones contarán con dos camas individuales puesto que las 3 habitaciones restantes son dobles. Además, se deberán adquirir al menos dos juegos de ropa de cama por habitación.

El patio y la zona del ático también necesitan nuevos muebles y decoración al encontrarse en la actualidad completamente sin amueblar. También se comprará una barbacoa para poder cocinar en el patio, siempre que las autoridades lo permitan.

La reforma será realizada por mis familiares, los cuales tienen conocimientos de construcción, por lo que no será necesario contar con más personal para ello. Para cubrir los costes de los materiales necesarios, estimamos que sería necesario contar con un presupuesto aproximado de 10.000 euros.

3.2. Estrategias de marketing-mix

Las estrategias de marketing-mix están compuestas por cuatro elementos principales, denominados las 4 P 's. Estas P 's hacen referencia al producto, el precio, la distribución y la promoción o comunicación. La coordinación de los 4 elementos debe ser total para lograr así conseguir los objetivos fijados con anterioridad.

3.2.1. Producto o servicio

Nuestra casa rural ofrece alojamiento en modalidad de alquiler íntegro a un máximo de 10 personas. El establecimiento estará orientado a facilitar un espacio amplio en un entorno tranquilo para la reunión de amigos y familias con o sin niños. La disposición de las estancias de la casa se ha pensado así para satisfacer esta necesidad de agrupación. Los espacios diáfanos que resultarán de la obra entre el salón y la cocina, así como la zona del patio, el ático, y el merendero, ofrecerán la opción de reunirse y compartir un espacio común a la vez.

En un primer momento no se ofrecerán actividades complementarias durante la estancia. Más adelante se podría estudiar la viabilidad de realizar una alianza con un club de rutas a caballo en el famoso pueblo de Covarrubias. Aun así, informaremos a nuestros huéspedes de todas las actividades que pueden realizar en los alrededores, aunque sean ajenas a la propia actividad de nuestra empresa.

3.2.2. Precio

El precio se puede definir como la cantidad de dinero que la gente paga por disfrutar de un producto o servicio. En nuestro caso, al tratarse de un producto nuevo, la gente no estará dispuesta a pagar un precio muy elevado. A su vez, tampoco estableceremos un precio demasiado bajo en comparación a nuestra competencia por dos razones: la primera es que cuando el cliente compara opciones de alojamiento similares, un precio muy bajo le podría hacer creer que nuestras instalaciones no son de calidad. Por otra parte, un precio bajo no haría rentable el negocio en términos monetarios.

Para fijar el precio de nuestro alojamiento, se han tenido en cuenta diferentes factores como los costes de la gestión de la casa, el perfil adquisitivo de los potenciales clientes, y los precios de los alojamientos de turismo rural analizados como competencia. Teniendo en cuenta lo mencionado anteriormente, se ha decidido establecer un precio de 600 euros por fin de semana, no siendo posible alojarse en la casa por un periodo inferior a dos noches.

En principio no se establecerán precios diferentes en función del calendario. Una vez la casa rural esté en pleno funcionamiento se estudiará la posibilidad de aumentar los precios en los periodos de mayor demanda.

3.2.3. Distribución

En este apartado detallaremos los canales de distribución que mejor se adecuan a nuestro negocio y al sector del turismo rural. Los canales de distribución especializados serán clave en nuestro plan de distribución, ya que es allí donde los clientes buscarán las ofertas de alojamiento rural disponibles.

- Se creará una página web propia desde donde el cliente podrá reservar de forma directa con nosotros. En la web, facilitaremos datos de contacto directo por si desearan ponerse en contacto con nosotros antes o después de reservar.
- Nos registaremos de forma gratuita en la plataforma de reservas online Booking.com. En esta web, se paga una comisión por reserva del 15%.
- Tendremos un perfil en portales especializados en comercialización de establecimientos de turismo rural, como TopRural, ahora llamado Vrbo, y Escapada Rural. Actualmente, Vrbo cobra a los propietarios de alojamientos rurales un 15% de comisión por venta. El alta en su web se puede efectuar de forma gratuita. En el caso de Escapada Rural, el registro y la publicación del alojamiento es gratuito. También existe un plan “premium” de promoción de pago, que nos permitirá tener una posición mejor en el listado de nuestra provincia, tener la web, las redes sociales y el número de contacto visibles, subir a la plataforma fotografías y vídeos ilimitados, atención al cliente personalizada y cercana, y por último permite el trato directo con el viajero sin esperas de 48 horas (Escapada Rural, 2021). El coste de esta función premium no está detallado en su página web, por lo que lo desconocemos.

3.2.4. Promoción-comunicación

Las acciones de promoción de nuestro establecimiento se harán de forma mayoritaria vía internet, ya que es el medio más efectivo para acercarnos a nuestros potenciales clientes. Una buena estrategia online nos ayudará a alcanzar los objetivos propuestos.

En primer lugar, crearemos una página web propia apta para ser visualizada en todos los dispositivos. En ella detallaremos toda la información necesaria para el cliente, incluyendo fotografías de calidad de todas las instalaciones, los precios, información sobre el entorno y datos de contacto.

Para llegar a nuestro público objetivo a través de las redes sociales, abriremos un perfil de empresa en la red social Facebook. Elegimos esta plataforma, ya que se trata de la más utilizada por los usuarios en la franja de edad de nuestros potenciales clientes. Más adelante, se valorará la opción de abrir un perfil en otras redes sociales, como Instagram. En el caso de que en un futuro hubiera algún tipo de promoción para alojarse en nuestro establecimiento, se comunicará a través de las redes sociales y del correo electrónico de los huéspedes que ya se han alojado con nosotros en ocasiones anteriores.

Otra herramienta que usaremos es Google My Business, la cual nos permite geolocalizar nuestra casa rural. Tendremos la opción de poner un enlace directo a nuestra propia web, un número de contacto, subir imágenes y vídeos del establecimiento, y lo más importante para lograr nuestros objetivos, es que permite a los clientes valorar nuestro negocio.

Por último, cabe destacar el boca a boca como forma de difundir nuestro alojamiento. Aunque a priori pueda parecer algo que no depende de nosotros, sí creo que podemos influir para que ocurra. Acciones tan simples como dar un buen servicio y hacer que los huéspedes que se sientan en casa serán un aliciente para que nos recomienden, bien en persona, o bien mediante plataformas online de opinión.

3.3. Recursos humanos

En un primer momento, yo seré la única encargada de las tareas diarias requeridas para gestionar el negocio. Me encargaría de la atención al cliente antes y durante su estancia, del check-in y del check-out, de las redes sociales y las páginas web, de la limpieza de la casa, y de llevar la ropa de cama y toallas a la lavandería. Si más adelante el funcionamiento del establecimiento fuese muy bueno, se contemplaría la opción de contratar a una persona para que se encargue de las tareas de limpieza.

Debido a que aún no tengo formación suficiente para encargarme de la parte contable de la casa rural, las tareas de gestión de ingresos y de declaración de impuestos se dejarán en manos de un experto contratado para ello.

Mi tío actuará como mero propietario del inmueble, recibiendo un alquiler cada mes por el uso de la vivienda. En caso de que ocurra algún problema puntual de mantenimiento, será él quien se encargará de solventarlo personalmente, o bien de buscar al personal adecuado para solucionar el problema.

3.4. Financiación

De la obtención de la financiación para la puesta en marcha del negocio se encargará mi tío, el propietario de la casa. En un principio se considera que no será necesario pedir ningún tipo de préstamo a entidades bancarias, puesto que la inversión inicial estimada no es muy elevada.

En el caso de tener la opción de pedir ayudas y subvenciones se harían a mi nombre, ya que actualmente existen muchas más ventajas para personas con mi perfil. Con esto me refiero a mujeres jóvenes y emprendedoras en zonas rurales.

En las siguientes tablas se han recopilado los gastos a los que habrá que hacer frente en un primer momento para dar comienzo al inicio de la actividad. También se han incluido dos tablas detalladas que hacen referencia al mobiliario y menaje necesario,

incluyendo el precio aproximado de la adquisición de los mismos. Para comenzar la actividad será necesario realizar un desembolso aproximado de 18,664€.

GASTOS AL INICIO DE LA ACTIVIDAD	
Creación página web	1.500,00 €
Reforma	10.000,00 €
Gastos de constitución	750,00 €
Mobiliario	4.574,00 €
Menaje	1.840,00 €
TOTAL	18.664,00 €

Tabla 3.1. Gastos al inicio de la actividad. Fuente: elaboración propia.

MOBILIARIO		
Ítem	Unidades	Precio aprox.
Sofá 2 plazas	2	500,00 €
Sofá 3 plazas	2	1.000,00 €
Mesa salón	1	250,00 €
Cama individuales	4	480,00 €
Base cama individual	4	80,00 €
Armarios	2	140,00 €
Mesillas	4	80,00 €
Mesa patio	1	40,00 €
Sillas/taburetes	10	250,00 €
Sofá patio	1	120,00 €
Sillones	4	400,00 €
Lámparas de pie	1	49,00 €
Lámparas de techo	3	75,00 €
Lámpara mesa noche	10	150,00 €
Televisión	2	630,00 €
Barbacoa	1	145,00 €
Banco	1	55,00 €
Electrodomésticos	x	130,00 €

	TOTAL	4.574,00 €
--	-------	------------

Tabla 3.2. Gastos asociados al mobiliario. Fuente: elaboración propia.

MENAJE		
Ítem	Unidades	Precio aprox.
Cocina/merendero	x	250,00 €
Sábanas bajas	14	182,00 €
Cubrecamas	14	168,00 €
Toallas pequeñas	20	120,00 €
Toallas baño	20	160,00 €
Almohadas	7	105,00 €
Mantas	4	40,00 €
Edredón	7	119,00 €
Funda edredón	14	168,00 €
Alfombra baños	4	28,00 €
Juegos de mesa	x	150,00 €
Decoración	x	350,00 €
	TOTAL	1.840,00 €

Tabla 3.2. Gastos asociados al menaje. Fuente: elaboración propia

Los gastos fijos se pueden definir como:

Un coste de empresa que no varía con los volúmenes de producción. Los gastos fijos incluyen a menudo el alquiler, acuerdos contractuales o licencias que son necesarios para que el negocio pueda operar, los cuales no cambian de precio en caso de que la producción crezca o disminuya. (IG, 2019)

En nuestro caso en particular, los costes fijos serán aquellos a los que debamos hacer frente aunque la casa no se haya alquilado.

GASTOS FIJOS MENSUALES	
Alquiler	290,00 €
IBI	37,00 €
Seguro	41,67 €
Cuota autónomo	60,00 €
Suministros (agua, luz, gasoil)	185,00 €
Internet	30,00 €
Gastos de gestoría	55,00 €
Imprevistos	85,00 €
Portales online (Vrbo...)	300,00 €
Amortización	52,00 €
TOTAL	1.135,67 €

Tabla 3.4. Gastos fijos mensuales. Fuente: elaboración propia.

El alquiler será de 290€ mensuales que serán abonados al propietario de la casa por la cesión de este espacio para el desarrollo de la actividad.

Se contratará un seguro que incluya como mínimo las siguientes coberturas:

- Responsabilidad civil frente a terceros: nos cubrirá en caso de que los clientes sufran algún tipo de daño durante su estancia en nuestro alojamiento, ya sea debido a objetos que se encuentren en la casa o propiedad del cliente.
- Catástrofes y siniestros: cubre los incendios y gastos de la reconstrucción de la edificación si fuese necesario, así como los daños causados por fenómenos atmosféricos.
- Robos, vandalismo, averías.
- Indemnizaciones por incapacidad laboral o cierre del negocio.

La cuota de autónomo reflejada en la tabla hace referencia a los 12 primeros meses desde el momento en que te das de alta como trabajador autónomo. Después, esta cuota cambiará y se pagarán 143,10 € mensuales durante los 6 meses siguientes. Y por último, podremos disfrutar de una reducción del 30% del precio total durante los próximos 18 meses, pasando a pagar 200,3€ mensuales.

Para calcular el precio del término de potencia o la parte fija de la factura de la luz se ha usado la siguiente fórmula: kW contratados * precio del kW * días de facturación. En nuestro caso, se tienen contratados 4,6 kW, y la factura se emite cada 29 o 30 días. Observando facturas reales se ha llegado a la conclusión de que el precio fijo es máximo de 16 €.

En el caso del agua, en esta localidad se emite un único recibo anual que calculamos será de aproximadamente 100 €, por lo que si lo dividimos entre 12 meses tendremos que destinar cerca de 8,5 € para hacer frente a este gasto.

En la casa se utiliza gasoil para la calefacción y el agua caliente. Existe un depósito de 500 litros que deberá llenarse unas 7 veces al año. El coste de llenar el depósito variará según el precio del litro de gasoil en el momento, pero basándome en facturas de otras viviendas oscila entre los 0,50 y los 0,55 € por litro. Anualmente, se pagarán entre 1.750 € y 1.925 €, siempre y cuando los precios del gasoil se mantengan en este rango.

Destinaremos 85€ mensuales a una partida de imprevistos, que aunque no reportarán ningún beneficio, es importante acumular para hacer frente a gastos que pueden surgir de manera espontánea.

En el momento de comprar un bien debemos tener en cuenta que con el paso del tiempo deberá ser reemplazado. Por esta razón, reservaremos mensualmente una cantidad de dinero que será destinada a la partida de amortizaciones de inmovilizado. Estimamos que cada 10 años tendremos que renovar tanto el mobiliario como el menaje por lo que se ha aplicado la siguiente fórmula: valor de compra/ vida útil estimada.

$4.574 \text{ €} + 1.840 \text{ €} = 6414 \text{ €}$ es el total invertido en mobiliario y menaje. Si lo dividimos entre los 10 años que espero que duren los bienes, se deberían destinar 614,4 €

anuales a la partida de amortizaciones. Esta cantidad he decidido dividirla entre 12 para destinar cada mes 51,2 € a la partida de amortizaciones de inmovilizado.

Por otro lado nos encontramos con los costes variables que son aquellos que “varían en función de los niveles de producción. Cuanto más elevada sea la producción, más elevados serán los costes variables”. (Debitoor, 2021).

Los gastos de lavandería han sido considerados como un coste variable de la casa, puesto que la lavandería cobra por kilogramo de ropa. El precio establecido por el lavado de 1 kilogramo de ropa es de 1€. Para calcular el coste se ha creado la siguiente tabla en la que se especifica el ítem, su peso aproximado en kilogramos y la cantidad de ítems de cada categoría a lavar.

ÍTEM	KILOGRAMOS	CANTIDAD	TOTAL KG
Sábana encimera/bajera	400 gramos	14	5,6 KG
Funda de almohada	100 gramos	7	700 GR
Toalla lavabo	200 gramos	10	2 KG
Toalla baño	400 gramos	10	4 KG
Alfombrín	150 gramos	3	450 GR
			12,75 KG

Tabla 3.5. Cálculo de kilogramos de ropa para lavandería por fin de semana de alquiler. Fuente: elaboración propia.

Según estos cálculos, un fin de semana en el que se hayan ocupado las 5 habitaciones el peso de la ropa para llevar a lavandería sería aproximadamente de unos 12,75 kilogramos costando 12,75€. Consideramos este gasto como variable puesto que puede darse la situación de que haya que lavar menos ítems de los anotados en la tabla, por lo que el precio también cambiará.

También se anotarán como gastos variables el coste de desplazamiento del personal hasta la casa. El trayecto se ha calculado desde mi residencia habitual hasta el pueblo de Solarana, haciendo un total de 22 kilómetros por viaje. Contando con que llenar un depósito de mi vehículo cuesta unos 35 € y dura aproximadamente 780 kilómetros, el trayecto de ida costará 1 €. Será necesario desplazarse hasta Solarana en al menos dos ocasiones por fin de semana, una para el check-in y otra para el check-out y para realizar la limpieza de la casa. Por lo tanto, se anotarán 4 € de gastos variables por desplazamiento de personal por cada fin de semana ocupado.

En cuanto a los productos de limpieza necesarios, se comprará desinfectante de suelos, lavabos, mobiliario y superficies lavables, que actúa como limpiador virucida, bactericida, fungicida y esporicida para eliminar cualquier rastro de coronavirus en las superficies. Se comprará también un limpiador de baño y ambientadores, así como utensilios de limpieza tales como bayetas, fregonas, escobas, etc. El coste estimado para productos de limpieza mensual es de 30 €, por lo que dividido entre 4 fines de semana sale a 7,5 €.

La leña para la barbacoa no se comprará ya que contamos con una suerte en el monte de la que podemos obtener la leña que necesitamos para la casa.

Para calcular los costes variables derivados de la factura de la luz, hemos tomado como referencia una vivienda habitada por 10-12 personas en el periodo de verano y el de navidad.

En verano, el coste medio diario detallado en las facturas es de entre 1,96 € y 2,05 €, elevándose hasta los 2,40 € diarios en el periodo de invierno. Hay que tener en cuenta que a partir del día 1 de junio de 2021, el Gobierno de España ha establecido una subida en el precio de la luz. A partir de este momento en la factura aparecerán tres nuevos términos: valle, llano y punta. El valle es el periodo entre las 00 y las 08 horas entre diario, sábados, domingos y festivos todo el día. El llano comprende entre las 08 y las 10 h, de 14 a 18 h y de 22 a 00 h. Y la punta es el periodo entre las 10 y las 14 h, y de 18 a 22 h. Por esta razón, los precios variarán en función de la hora a la que los huéspedes hagan mayor uso de la electricidad. Esta subida supone para los usuarios un incremento del 45% aproximadamente en su factura de la luz con respecto a años anteriores.

Por tanto, multiplicaré $1,45 * 4 \text{ €}$ y $1,45 * 4,8 \text{ €}$ para calcular de forma aproximada el gasto en nuestra casa a partir de esta subida de los precios. De este modo en verano se producirá un gasto por fin de semana de $5,8 \text{ €}$, mientras que en invierno será de 7 € .

En total, se calcula que en verano los costes variables por fin de semana ocupado serán de $30,05 \text{ €}$, y en invierno de $31,21 \text{ €}$.

Durante el primer año se abrirán 11 meses, por lo que el mínimo a ingresar por mes para cubrir los gastos fijos es de:

$$1.135,67 \text{ € mes de gastos fijos} * 12 = 13.628 \text{ €}$$

$$13.628 \text{ €} : 11 = 1.238,9 \text{ €}$$

A continuación, se calculará el margen de explotación, indicador que nos muestra la rentabilidad de las empresas.

PRECIO CASA FIN DE SEMANA	-10% IVA	-COSTES VARIABLES
600 €	540 €	509 €

Tabla 3.6. Cálculo del margen de explotación. Fuente: elaboración propia.

En nuestro caso la ocupación necesaria para cubrir los costes fijos se calcula por fin de semana.

- 1 fin de semana al mes: 509 €
- 2 fines de semana al mes: 1.018 €
- 3 fines de semana al mes: 1.527 €
- 4 fines de semana al mes: 2.036 €

En el caso de adoptar la decisión de establecer un precio de 600 € por alquiler completo el fin de semana, el alojamiento cubrirá costes con una ocupación de 3 fines de

semana al mes. Además no solo se cubrirán los costes fijos si no que se obtendrá un pequeño beneficio de 288,1 €.

Para la realización de la tabla de resultados el nivel de ocupación de la casa se medirá en fines de semana. Teniendo en cuenta que un año cuenta con 52 fines de semana, al cerrar un mes se quedarían en 48 fines de semana en los que podríamos alquilar nuestro alojamiento. En esta estimación no se han tenido en cuenta periodos más largos de alquiler como pueden ser los puentes, o los periodos de vacaciones de navidad o verano.

TABLA DE RESULTADOS					
	AÑO 1	AÑO 2	AÑO 3	AÑO 4	AÑO 5
Ocupación en fines de semana al año	36 fines de semana	40 fines de semana	43 fines de semana	45 fines de semana	48 fines de semana
Ingresos – CV- 10% IVA	18.324 €	20.360 €	21.887 €	22.905 €	24.432 €
COSTES FIJOS	13.628 €	13.628 €	13.628 €	13.628 €	13.628 €
BENEFICIOS	4.696 €	6.732 €	8.259 €	9.277 €	10.804 €

Tabla 3.7. Tabla de resultados a 5 años vista. Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO 4 ASPECTOS FORMALES Y DAFO

4.1. Forma jurídica

La forma jurídica que mejor se adapta a este proyecto es la del empresario individual o autónomo. Se entiende por autónomo:

Personas físicas que realicen de forma habitual, personal, directa, por cuenta propia y fuera del ámbito de dirección y organización de otra persona, una actividad económica o profesional a título lucrativo, den o no ocupación a trabajadores por cuenta ajena. (Estatuto del trabajo autónomo, 2007, p. 11).

Como ventajas principales hemos encontrando las siguientes:

- Los trámites de constitución son bastante simples, y el proceso es rápido, pues puedes darte de alta en un solo día.
- Los costes de constitución son baratos.
- La contabilidad es mucho más sencilla en comparación con las demás formas jurídicas existentes.
- No es necesaria ninguna aportación económica para empezar a ejercer la actividad.
- Tributa por el IRPF, que es un impuesto progresivo, por lo tanto, a mayores beneficios, se aplica un tipo mayor.
- Desde el 1 de enero de 2019, existe la “Tarifa plana de autónomos”, lo que significa que durante los 12 primeros meses la cuota sea de 60 € mensuales, los siguientes 6 meses se aplicará un 50% de descuento, por lo que se pagarían 143,10€ mensuales y los 6 meses siguientes se aplicaría una reducción del 30%, pagando 200,3€. Además, al ser mujer menor de 35 años, también podría acogerme a la bonificación de 12 meses más, pagando 200,3€ mensuales.

Los principales inconvenientes de darse de alta como autónomo son:

- Su responsabilidad es ilimitada, ya que debe avalar con el patrimonio propio las posibles deudas contraídas con terceros que puedan surgir en el futuro.
- El número de socios solamente puede ser uno.

Los trámites a seguir para darse de alta como autónomo son los siguientes:

1. Darse de alta en el RETA (Régimen de la Seguridad Social para Trabajadores Autónomos). Para ello se debe cumplimentar y firmar el modelo TA.0521.
2. Darse de alta en Hacienda rellenando el modelo 037.
3. En el caso de abrir un local al público: licencia de obras y de apertura en el Ayuntamiento de la localidad.
4. Comunicación de apertura de centro de trabajo en Castilla y León.

4.2. Trámites de constitución

A continuación, se exponen los trámites necesarios para obtener todos los permisos requeridos para poner en marcha la casa rural:

- En el caso de que fuese necesario acondicionar la vivienda, si la obra es menor, se deberá solicitar una licencia. Si las obras necesarias son de mayor envergadura, es obligatorio contar con un proyecto validado por el Colegio de Arquitectos.
- Una vez la casa esté terminada, se solicitará en el Ayuntamiento una licencia de apertura. Para que la concedan, es necesaria una inspección para verificar que la casa esté adaptada a la normativa vigente. La licencia puede tardar hasta un año en ser concedida.

- También es necesario pedir el alta fiscal en Hacienda. Para que la casa obtenga la categoría de Alojamiento Rural, se realizará una inspección. Los trámites de Hacienda tardarán aproximadamente dos semanas.
- Se inscribirá el alojamiento en el Registro Provincial de Alojamientos Turísticos. Este trámite será posible realizarlo en el mismo día.

4.3. Condiciones generales del establecimiento

NORMAS DE USO DE LA CASA

El cliente recibirá la vivienda en perfectas condiciones, obligando al mismo a abandonar la propiedad al final de su estancia en condiciones similares a cómo la encontró, respetando en todo caso el mobiliario.

- En el momento de entrar a la casa el cliente debe revisar la casa y comunicar al propietario a la mayor brevedad cualquier desperfecto o deficiencia, para poder ser corregido lo antes posible.
- A la salida de los clientes, en presencia de éste, el propietario comprobará que todo se encuentra en orden para efectuar el reembolso de la fianza, en caso de que haya sido requerida.
- No se permitirá alojar a más personas de las indicadas en la capacidad máxima del alojamiento, reservándose así el propietario el derecho a cancelar la reserva si no se cumple dicha norma.
- Se deberá respetar en todo momento la tranquilidad de los vecinos para garantizar la convivencia, quedando prohibido realizar cualquier tipo de fiesta.
- En el caso de que se produzcan actos de vandalismo, quejas por parte de los vecinos o se haga un uso inapropiado de la propiedad, el propietario se reserva el derecho a finalizar el contrato en cualquier momento, obligando a los clientes a abandonar la propiedad con efecto inmediato.

- El propietario no se hace responsable de la pérdida u olvido de objetos del cliente. En caso de encontrar algún objeto con posterioridad a la partida de los clientes, si es solicitado, podrá ser enviado a la dirección facilitada mediante envío a contra-reembolso.
- Queda prohibido dejar basuras en la casa, se deberán depositar en los contenedores del pueblo.
- La barbacoa deberá ser siempre manipulada por un adulto responsable. Para evitar accidentes, los niños deberán mantenerse alejados en todo caso.
- El propietario se reserva el derecho de no aceptar o anular estancias que no cumplan las normas de convivencia, en cualquier momento y sin posibilidad de reembolso.

RESERVAS Y FORMA DE PAGO

Las reservas se pueden efectuar vía internet, teléfono o correo electrónico. A la entrada, se efectuará el pago del total menos la cantidad depositada al efectuar la reserva.

Los métodos de pago aceptados son efectivo y tarjeta de crédito. En el caso de que se desee hacer el pago mediante transferencia bancaria, deberá comunicarlo al propietario y realizar el pago con al menos dos días de antelación a la llegada al establecimiento.

CANCELACIÓN DE LA RESERVA

- Si se anula la reserva con 30 días de antelación, se procederá al reembolso íntegro del ingreso.
- Si se anula la reserva con al menos 15 días de antelación, se procederá al reembolso del 50% de la cantidad depositada.

- Si se cancela con menos de 7 días de antelación, no se devolverá la cantidad depositada como anticipo.
- Si se cancela la reserva a partir de la fecha prevista de entrada, abonarán la cantidad completa de la estancia.

FIANZA

Se podrá solicitar una fianza de 200 euros que se devolverá en el momento de la salida, una vez comprobado el estado de la casa.

ESTANCIA

Se considera temporada alta las siguientes fechas: el Año Nuevo, Carnaval, Semana Santa, 23 de abril, 1 mayo, los meses de julio y agosto, 12 de octubre, 1 de noviembre, 6 y 8 de diciembre, y Navidad.

Durante estas fechas la estancia mínima será mayor para asegurar que la casa se puede alquilar durante todo el periodo vacacional.

En temporada baja, la estancia mínima será de 2 noches.

HORARIO DE ENTRADA Y SALIDA

No hay un horario establecido para la entrada, pero sí para la salida que deberá efectuarse antes de las 12. En el caso de que nadie se vaya a alojar en la vivienda el mismo día, previa comunicación al propietario, la salida podrá realizarse más tarde.

4.4. Análisis DAFO

El análisis DAFO, “es una herramienta de estudio que aborda la situación de una compañía o proyecto empresarial. Para ello, analiza sus características internas, como son las fortalezas y debilidades, además de las externas, como oportunidades y amenazas” (García, 2017).

ANÁLISIS DAFO		
ANÁLISIS EXTERNO	OPORTUNIDADES (+)	AMENAZAS (-)
	<ul style="list-style-type: none"> -Creciente interés por parte de la población en los alojamientos rurales. -Buenas previsiones para el sector del turismo rural post-covid. -Previsiones de aumento del PIB en los próximos años. -El constante desarrollo tecnológico podrá ayudarnos a potenciar el negocio. -Cercanía a municipios de interés turístico. -Entorno natural privilegiado, con posibilidad de realizar numerosas actividades en la naturaleza. 	<ul style="list-style-type: none"> -Situación de crisis económica a nivel mundial. -La inestabilidad provocada por la pandemia hace que los viajeros modifiquen sus viajes de forma inesperada. -Existencia de varias casas rurales similares en la zona.
ANÁLISIS INTERNO	FORTALEZAS (+)	DEBILIDADES (-)
	<ul style="list-style-type: none"> -Formación en turismo de la empleada. -Atención personalizada al cliente. -Misión, visión y valores del establecimiento bien definidos y coherentes con la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> -Personal mínimo para realizar todas las tareas. -No tenemos experiencia en la gestión de alojamientos rurales.

	-Vivienda reformada casi por completo. Se necesita una pequeña inversión en obras.	
--	--	--

Tabla 4.1. Análisis DAFO. Fuente: elaboración propia.

CAPÍTULO 5 PLAN DE MARKETING

5.1. Objetivos

Según George T. Doran (1981), los objetivos de marketing deben seguir lo establecido en las siglas S.M.A.R.T.

- Specific (específico): debe ser un objetivo específico, simple y concreto.
- Measurable (medible): debe tener un indicador y cantidad cuantificable.
- Assignable (asignable): debe especificar quién lo realizará.
- Realistic (realizable): debe ser fácil de conseguir con los recursos que se poseen.
- Time-related (tiempo/duración): debe especificar en qué tiempo podrá ser realizable.

Teniendo esto en cuenta, definiremos un objetivo principal y dos objetivos específicos que buscamos conseguir para garantizar el éxito del negocio.

OBJETIVO PRINCIPAL	Conseguir que en el primer año un 40% de nuestros clientes provengan de los principales núcleos emisores de turistas rurales: Madrid y País Vasco.
ACCIONES	A. Crear una página web propia que resulte atractiva. B. Utilizar redes sociales para llegar a estos mercados. C. Promocionar la casa en portales de turismo rural.
MEDICIÓN	La consecución o no de este objetivo se medirá a través de las visitas que los turistas procedentes de estas zonas hagan a la casa rural. Además, para saber si las acciones propuestas son adecuadas se les preguntará en el momento del check-in como nos han conocido.

	Todas estas respuestas se almacenarán y se analizarán los resultados después del primer año de apertura.
GASTO	La página web ya está anotada como un gasto necesario para la constitución de la casa rural. La utilización de las redes sociales es gratuita. Mientras que para la promoción de la casa en los portales de turismo rural ya hay una partida de 300€ anotada como gasto fijo mensual.

Tabla 5.1. Objetivo principal con sus correspondientes acciones. Fuente: elaboración propia.

OBJETIVO ESPECÍFICO I	Conseguir en un periodo de un año, una puntuación de entre 4,5 y 5 puntos en plataformas online donde el cliente pueda dejar su opinión.
ACCIONES	<p>A. Centrar nuestros esfuerzos en proporcionar un buen servicio a los clientes antes, durante y después de su estancia en nuestra casa rural.</p> <p>B. Ganar la confianza del cliente, para que repitan su estancia en nuestras instalaciones, y nos recomienden.</p>
MEDICIÓN	La forma de medir este objetivo será mediante la puntuación recibida en las propias plataformas de opinión online. Además, sabremos si nos hemos ganado su confianza si los mismos clientes vuelven, o si al preguntar cómo nos han conocido en el momento del check-in su respuesta es que ha sido gracias a la recomendación de algún familiar/amigo.

GASTO	Proporcionar un buen servicio “no cuesta nada”, teniendo en cuenta que la atención al cliente es el centro de nuestra misión, visión y valores.
-------	---

Tabla 5.2. Primer objetivo específico con sus correspondientes acciones. Fuente: elaboración propia.

OBJETIVO ESPECÍFICO II	Trabajar el posicionamiento SEO durante el primer año de actividad para conseguir mayor visibilidad en redes sociales y en buscadores online, apareciendo entre las primeras 5 búsquedas.
ACCIONES	<p>A. Establecer un número de publicaciones semanales.</p> <p>B. Interactuar con otras cuentas de nuestro sector en redes sociales.</p> <p>C. Utilizar hashtags relacionados con el contenido de las publicaciones.</p>
MEDICIÓN	Se sabrá si el objetivo se ha cumplido o no viendo que puesto ocupa la casa rural en los buscadores de internet. También se podrá medir el éxito de las acciones analizando el alcance que hemos tenido en las redes sociales.
GASTO	Las acciones planteadas para la consecución de este objetivo son gratuitas, ya que todas se centran en la utilización de las redes sociales en nuestro beneficio.

Tabla 5.3. Segundo objetivo específico con sus correspondientes acciones. Fuente: elaboración propia.

5.2. Estrategias competitivas

La estrategia competitiva se define como el conjunto de acciones ofensivas y defensivas que se ponen en marcha para alcanzar una posición ventajosa frente al resto de los competidores que se traduzca en la consecución de una ventaja competitiva sostenida a lo largo del tiempo y una mayor rentabilidad. (Deusto Formación, 2014, párrafo 1).

Según Porter se pueden distinguir tres estrategias competitivas: estrategia de liderazgo en costes, diferenciación de producto y segmentación de mercado.

En nuestro caso optamos por una estrategia de diferenciación de producto, ya que consideramos que es la más ventajosa para nuestro negocio. Para desarrollar esta estrategia nos planteamos cual podría ser nuestra ventaja competitiva. Para ello, se observaron y analizaron las características, precio y servicios ofrecidos de todos los establecimientos que podrían actuar como competidores, llegando a la conclusión de que podríamos elegir alcanzar nuestra ventaja mediante una estrategia de diferenciación.

Ofrecemos un espacio amplio para reuniones que garantiza la privacidad total de los huéspedes. Además, nuestro principal elemento diferenciador con respecto a las demás casas rurales de la zona es el espacioso merendero anexo a la casa en el que disponen de una chimenea para poder cocinar para el grupo.

Las características mencionadas anteriormente junto con el buen servicio de atención al cliente, harán que los huéspedes se sientan cómodos en nuestra casa rural. Asimismo, les indicaremos todas las actividades complementarias que podrán realizar durante su estancia para que su experiencia sea lo más completa posible.

De esta forma, el precio podría aumentarse tal y como ha sido expuesto en el apartado destinado a la financiación.

Según vaya pasando el tiempo se harán revisiones periódicas de las tendencias del turismo rural con el fin de ajustar nuestros servicios a la demanda del mercado.

CONCLUSIONES

Al realizar este trabajo he podido comprobar la viabilidad de la creación de la casa rural en el pueblo burgalés de Solarana. Diversos factores como tener la casa en propiedad, las escasas reformas necesarias en el inmueble y la gestión propia del establecimiento, son ventajas que harán viable la apertura del negocio.

Como ya se había previsto, la inversión inicial para comenzar con la actividad no será muy elevada por lo que no se pedirán préstamos ni ningún tipo de ayuda. Durante los primeros años de actividad, el margen de beneficio no será muy elevado, aunque irá incrementándose poco a poco a medida que la ocupación por fin de semana aumente en un futuro. La consecución de los objetivos planteados ayudará a que el negocio se consolide y por tanto atraiga a más clientes.

Se ha planteado centrarnos en una estrategia competitiva de diferenciación de producto para alcanzar nuestra ventaja competitiva y así lograr un negocio atractivo para nuestros clientes, y rentable en términos económicos. Consideramos que destacando en nuestra promoción online esta ventaja aumentará el interés de la gente por hospedarse con nosotros, pudiendo llegar a alcanzar un porcentaje de ocupación más alto durante todos los meses del año.

WEBGRAFÍA

Agronews Castilla y León (2021). *Guía normativa de los alojamientos de turismo rural de Castilla y León (I)*. Agronews Castilla y León. Recuperado el 7 de marzo 2021 de <https://www.agronewscastillayleon.com/guia-normativa-de-los-alojamientos-de-turismo-rural-de-castilla-y-leon-i>

Agronews Castilla y León (2021). *Guía normativa de los alojamientos de turismo rural de Castilla y León: II parte (categorías y estrellas)*. Agronews Castilla y León. Recuperado el 7 de marzo 2021 de <https://www.agronewscastillayleon.com/blog/celia-miravalles/guia-normativa-de-los-alojamientos-de-turismo-rural-de-castilla-y-leon-ii>

Alayeto, P (2020). *Plan de negocio de un Hostel/Albergue con diseño en Permacultura en Santa Cilia de Jaca*. (Trabajo de fin de grado, Universidad de Valladolid). Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/43535>

BOE (2007). *BOE del Estatuto del trabajo autónomo*. Recuperado el 9 de mayo 2021 de <https://www.boe.es/buscar/pdf/2007/BOE-A-2007-13409-consolidado.pdf>

BOE (2007). BOE nº166 b.29964-29978. Recuperado el 9 de mayo 2021 de <https://www.boe.es/eli/es/l/2007/07/11/20/dof/spa/pdf>

Booking.com. Booking.com. Recuperado el 7 de marzo 2021 de <https://www.booking.com>

Cámara de Comercio de España. (2020). *Apoyo al emprendedor España-Emprende*. Cámara.es. Recuperado el 24 de marzo de 2021 de <https://www.camara.es/creacion-de-empresas/espana-emprende>

CepymeNews (2020). Las 3 Estrategias competitivas genéricas de Michael Porter. CepymeNews. Recuperado el 25 de junio 2021 de <http://www.upthemedi.com>.
<https://cepymenews.es/las-3-estrategias-competitivas-genericas-de-michael-porter/>

CESAE (2021). *Perspectivas para el Turismo - Horizonte 2021*. CESAE, Business & Tourism School. Recuperado el 19 de marzo de 2021 de <https://www.cesae.es/informe-turismo-2021/descarga.pdf>

Chust, E. (2020). *Turismo rural: análisis de Escapada Rural y Vrbo (antes Top rural y Homeaway)*. DeMomentSomTres Màrqueting Digital. Recuperado el 2 junio 2021 de <https://www.demomentsomtres.com/es/turismo-rural-escapada-rural-vrbo/>

Clubrural (2019). *Barómetro del turismo rural en España. Primer semestre de 2019*. Clubrural.com. Recuperado el 26 de marzo de 2021 de <https://www.clubrural.com/barometro-turismo-rural/barometro-turismo-rural-1-semester-2019.pdf>

CRITEO (2019) *Tendencias en viajes ecológicos 2020: Gen Z y posteriores..* Criteo.com. Recuperado el 26 de marzo de 2021 de <https://www.criteo.com/es/blog/tendencias-en-viajes-ecologicos/>

Cué, C. E. (2021). *Los socios del Gobierno de coalición: “Esto no puede seguir así.”* EL PAÍS. Recuperado el 7 de marzo 2021 de <https://elpais.com/espana/2021-02-20/la-dificil-digestion-de-la-coalicion.html>

Debitoor (2021). *Coste variable - ¿Qué es un coste variable?* Debitoor. Recuperado el 24 de junio 2021 de <https://debitoor.es/glosario/coste-variable>

Díaz, A. (2021). *El turismo rural en España - Datos estadísticos*. Statista. Recuperado el 19 de marzo 2021 de https://es.statista.com/temas/3718/turismo-rural-en-espana/#dossierSummary__chapter3

Doran, G. T. (1981). *There's a S.M.A.R.T. Way to Write Management's Goals and Objectives*. Recuperado el 12 de mayo 2021 de <https://community.mis.temple.edu/mis0855002fall2015/files/2015/10/S.M.A.R.T-Way-Management-Review.pdf>

EpData (2021). *Comparación de las dos últimas previsiones del Banco de España sobre la evolución del PIB del país en 2021, 2022 y 2023*. EpData. Recuperado el 7 de marzo 2021 de <https://www.epdata.es/datos/previsiones-pib-datos-graficos/236>

EpData (2021). *Previsiones de la Comisión Europea sobre la tasa de paro en España 2021 y 2022*. EpData. Recuperado el 7 de marzo 2021 de <https://www.epdata.es/previsiones-comision-europea-tasa-paro-espana-2020-2021/455a5d46-b24d-412b-95ea-8e62355a9958>

Escapadarural (2012). *Cómo elegir un seguro para tu casa rural*. EscapadaRural. Recuperado el 21 junio 2021 de <https://www.escapadarural.com/blog/como-elegir-un-seguro-para-tu-alojamiento-rural/>

Escapadarural (2020). *Estudio sobre el turismo rural post COVID-19*. EscapadaRural. Recuperado el 4 de marzo 2021 de <https://www.escapadarural.com/blog/estudio-turismo-rural-post-covid-19/#4-destino-elegido-para-escaparse-si-finalmente-se-decide-viajar>

EscapadaRural (2021). *Mejorar promoción*. Escapadarural.com. Recuperado el 1 de junio 2021 de <https://www.escapadarural.com/mejorar-promocion>

EscapadaRural.com. *Casas rurales en EscapadaRural.com*. Escapadarural.com. Recuperado el 7 de marzo 2021 de <https://www.escapadarural.com/>

Fernández, J. (2019). *Cómo montar una casa rural*. Asesorías.com. Recuperado el 29 de marzo de 2021 de <https://asesorias.com/empresas/como-crear-gestionar/casa-rural/>

García, I. (2017). *¿Qué es un análisis DAFO? | Definición de DAFO*. Economíasimple.net. Recuperado el 26 de marzo de 2021 de <https://www.economiasimple.net/glosario/dafo>

García, R. (2020). *Análisis de la situación del turismo rural en España*. Formación En Turismo. Recuperado el 7 de marzo 2021 de <https://formacionenturismo.com/analisis-de-la-situacion-del-turismo-rural-en-espana/>

Gaspar, I. M. (2021). *Menos gastos y más ahorro: ¿se va a mantener esta tendencia en 2021?* ElEconomista. Recuperado el 7 de marzo 2021 de <https://marcas.eleconomista.es/estar-donde-estes-ahorro/noticias/10993284/01/21/Menos-gastos-y-mas-ahorro-se-va-a-mantener-esta-tendencia-en-2021.html>

González, T. (2020). *¿Cómo ha impactado la COVID-19 en el turismo rural español?* Hosteltur.com; Hosteltur. Recuperado el 24 de febrero 2021 de https://www.hosteltur.com/140181_como-ha-impactado-la-covid-19-en-el-turismo-rural-espanol.html

Hosteltur (2013). *Oferta y Demanda en el Turismo Rural: Un difícil equilibrio, a veces* | Hosteltur.com; Hosteltur. Recuperado el 2 de marzo 2021 de https://www.hosteltur.com/comunidad/002585_oferta-y-demanda-en-el-turismo-rural-un-dificil-equilibrio-a-veces.html

Hosteltur (2020). *Doce tendencias que determinarán la evolución del turismo en 2021.* Hosteltur.com; Hosteltur. Recuperado el 24 de febrero 2021 de https://www.hosteltur.com/141202_doce-tendencias-que-determinaran-la-evolucion-del-turismo-en-2021.html

Hosteltur (2020). *El futuro del turismo: tendencias y retos para 2021.* Hosteltur. Recuperado el 19 de marzo de 2021 de https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024680_el-futuro-del-turismo-tendencias-y-retos-para-2021.html

Hosteltur (2020). *El turismo rural confía en un repunte de la demanda cuando la segunda ola remita.* Hosteltur.com; Hosteltur. Recuperado el 2 de marzo 2021 de https://www.hosteltur.com/comunidad/nota/024093_el-turismo-rural-confia-en-un-repunte-de-la-demanda-cuando-la-segunda-ola-remita.html

Hosteltur (2020). *El turismo rural, entre las principales opciones para las escapadas de 2021.* Hosteltur.com; Hosteltur. Recuperado el 24 de febrero 2021 de

https://www.hosteltur.com/141212_el-turismo-rural-entre-las-principales-opciones-para-las-escapadas-de-2021.html

IG. (2019). *Gastos fijos (definición)*. Recuperado el 21 junio 2021 de <https://www.ig.com/es/glosario-trading/definicion-de-gastos-fijos>

Infoautónomos (2015). *Autónomo o SL ¿cómo decidir?* Infoautónomos. Recuperado el 9 de mayo 2021 de <https://www.infoautonomos.com/ser-autonomo-o-no/autonomo-o-sl/>

Junta de Castilla y León (2009). *Bases reguladoras para la concesión de ayudas destinadas a la vivienda rural*. Jcyl.es. Recuperado el 24 de marzo de 2021 de https://carreterasymtransportes.jcyl.es/web/jcyl/CarreterasTransportes/es/Plantilla100Detalle/1284349702065/_/1236878668312/Redaccion

Junta de Castilla y León (2015). *Acceso y ejercicio a la actividad de alojamiento en viviendas de uso turístico*. Sede Electrónica Jcyl.es. Recuperado el 29 de marzo de 2021 de <https://www.tramitacastillayleon.jcyl.es/web/jcyl/AdministracionElectronica/es/Plantilla100Detalle/1251181050732/Tramite/1284710631273/Tramite>

La Solución Rural (2019). *Cómo Gestionar una Casa Rural y ganar dinero*. La Solución Rural. Recuperado el 2 de mayo 2021 de <https://lasolucionrural.com/como-gestionar-una-casa-rural/>

Líneas ICO. *Préstamos - Financiación Empresas*. Www.ico.es. Recuperado el 26 de marzo de 2021 de <https://www.ico.es/web/ico/lineas-ico>

Macías, A. (2020). *Beneficios del Internet of Things aplicado al Turismo*. Andalucía Lab. Recuperado el 24 de marzo de 2021 de <https://www.andalucialab.org/blog/beneficios-del-internet-of-things-aplicado-al-turismo/>

Mazzoli, S. (2019). *Plan de negocio: Casa rural* Emprendedores.es. Recuperado el 5 de mayo 2021 de <https://www.emprendedores.es/crear-una-empresa/plan-de-negocio-casa-rural/>

Núñez-Letamendia, L., & Tsouderou, A. (s.f.). *La resiliencia / vulnerabilidad de los hogares españoles frente al covid-19. Disparidades en la distribución y composición del ahorro en el entorno europeo* Recuperado el 10 de marzo de 2021 de https://www.ie.edu/household-savings-observatory/wp-content/uploads/2020/12/Informe-La-vulnerabilidad-de-los-hogares-OAF_ESP.pdf

Peña, L. (2021). *Darse de Alta como Autónomo en España 2021*. Billin. Recuperado el 9 de mayo 2021 de <https://www.billin.net/blog/darse-de-alta-como-autonomo/>

Porras, C. (2020). *El turismo rural se consolida como la alternativa a los destinos de masas*. Hosteltur.com; Hosteltur. Recuperado el 24 de febrero 2021 de https://www.hosteltur.com/141341_el-turismo-rural-se-consolida-como-la-alternativa-a-los-destinos-de-masas.html

Rallo, J.R. (2021). *¿Por qué sube el precio de la luz? La Razón*. Recuperado el 5 de junio de 2021 de <https://www.larazon.es/economia/20210606/u6fvh6cmx5b65eisgqycmhfiha.html>

Reservadealojamientos.com (2021). *Sistema de reservas para hoteles, motor de reservas, actividades turísticas y restaurantes*. Reservadealojamientos.com. Recuperado el 24 de marzo de 2021 de <https://www.reservadealojamientos.com/es/ar/1/inicio.html>

Vidal, B. (2019). *Turismo y tecnología: cómo la tecnología revoluciona el sector turístico*. WeAreMarketing.com. Recuperado el 24 de marzo de 2021 de <https://www.wearemarketing.com/es/blog/turismo-y-tecnologia-como-la-tecnologia-revoluciona-el-sector-turistico.html>