



**Universitat de les
Illes Balears**

Facultat de Turisme

Memòria del Treball de Fi de Grau

Plan de empresa: Hotel familiar

Gabriel Sampol Canyelles

Grau de turisme

Any acadèmic 2014-15

DNI de l'alumne: 43147581H
Treball tutelat per Raquel Herranz Bascones
Departament de Comptabilitat

S'autoritza la Universitat a incloure el meu treball en el Repositori Institucional per a la seva consulta en accés obert i difusió en línea, amb finalitats exclusivament acadèmiques i d'investigació

Paraules clau del treball:
Turismo familiar, naturaleza, actividades, ...

Índice	1
1. INTRODUCCIÓN	2
2. DESCRIPCIÓN	4
2.1. La idea	4
2.2. ¿Por qué del negocio?	4
2.3. Misión	4
3. DESCRIPCIÓN DEL PRODUCTO O SERVICIO	5
3.1. Producto: visión general	5
3.2. Otros servicios	5
3.3. Puntos fuertes y ventajas del servicio	6
4. ANÁLISIS DEL MERCADO	7
4.1. El mercado potencial	7
4.2. Principales competidores	7
5. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO DE LA SITUACIÓN	8
5.1. Análisis DAFO	8
5.2. Diagnóstico	8
6. MARKETING Y COMERCIALIZACIÓN	9
6.1. Estrategia de marketing de producto o servicio	9
7. VENTAS	9
7.1. Estrategias de venta	9
7.2. Plan de ventas anual	9
7.3. Estimaciones de venta	10
8. RECURSOS HUMANOS	11
8.1. Organización funcional	11
8.2. Condiciones de trabajo y remunerativas	11
8.3. Otros servicios	11
9. ANÁLISIS ECONÓMICO-FINANCIERO	12
9.1. Necesidades de inversión para establecimiento	12
9.2. Situación de la empresa en el primer año de funcionamiento	12
9.2.1. Balance de situación	13
9.2.2. Tesorería	13
10. BIBLIOGRAFIA	16

1. Introducción

El plan de empresa que viene redactado a continuación va enfocado a la realización de un trabajo de final de grado de la “Universitat de les Illes Balears”. El tema elegido para éste es el de hacer un Plan de Empresa de un establecimiento hotelero, en este caso, *Plan de Empresa de Hotel Familiar*.

A raíz de un estudio llevado a cabo en la zona del Puerto de Sóller se ha convenido necesaria la introducción de este tipo de turismo hasta el momento no explotada en la zona. El objetivo principal por el cual se llevará a cabo este plan de empresa es el de medir la viabilidad de dicho proyecto, considerando así sus pros y sus contras y llevando a cabo planes para definir tanto la estructura como el funcionamiento del establecimiento.

Se pone de manifiesto desde el principio que el plan de empresa no es solo una simple guía del funcionamiento que se tiene pensada para la empresa durante el primer año, sino que es la herramienta que permite tener una guía de referencia para el trabajo, presente y futuro en cualquier empresa. Se pone así de manifiesto que dicho plan debe ser minuciosamente estudiado y planteado ya que solo de este modo podremos plantear una idea lo más adecuada posible a la que será la realidad.

Por el tipo y características de un alojamiento objeto del estudio referenciado anteriormente, que se encuentra localizado en la calle Francia sería de especial interés una gestión familiar, por ejemplo una pareja o dos socios. Por las características consideradas también, la forma jurídica del negocio propuesta sería una comunidad de bienes. Cada uno de los socios aportaría parte del terreno donde se llevará a cabo la actividad, con determinados y pequeños arreglos y obras en las instalaciones, ya que en ésta ya se estaban llevando a cabo otras actividades de semejante índole.

Las instalaciones están correctamente inscritas para dicha actividad puesto que el hotel se encontraba en pleno funcionamiento. En estas hay que hacer pequeñas reformas de adaptación tanto para las habitaciones como para las zonas dedicadas a realizar las actividades que serán descritas más adelante, aunque el contenido está perfectamente adaptado a toda la normativa vigente.

En estas instalaciones se llevaban a cabo actividades dirigidas especialmente a colegios durante los meses de escuela y este proyecto va especialmente dirigido a buscar una mayor viabilidad y rentabilidad de dichos activos dándose a conocer y captando una nueva clientela que no sea pura y llanamente las escuelas de la zona o ME.

La ubicación de las instalaciones la encontramos en el municipio de Sóller, más concretamente en el Puerto de Sóller. La zona donde se reside está situada junto al centro urbano del Puerto de Sóller por lo que los clientes podrán disponer tanto de oferta complementaria como de diferentes supermercados para comprar sus enseres. Recuérdese que el producto principal es el alojamiento y actividad para los menores, aunque, para dar un mayor servicio, se realicen también en éste diferentes actividades de relax y deporte para adultos. Se debe aclarar aquí también que el establecimiento no contará con servicio de restauración, sino que las habitaciones están ya aclimatadas con cocina para que sean los propios huéspedes los que se encarguen de ello.

A partir de este momento, y para no crear confusiones en adelante, se hablará de los dos tipos de clientes que tendrá el hotel. Por una parte, siendo el nicho de mercado más pequeño, se encuentran las escuelas que ya venían con

anterioridad y que se seguirá manteniendo siempre y cuando la rentabilidad de éstos nos permita continuar con ellos. Por otro lado, se prevé un nuevo mercado de clientes al que se espera llegar, las familias de baleares. Desde este momento y en adelante, nos referiremos a las escuelas como “Mercado Escolar” o ME y a los segundos como “Mercado Objetivo” o MO.

Al no ser una nueva apertura de negocio, sino de tratarse de una expansión en el mercado balear de un negocio en unas instalaciones ya utilizadas anteriormente, se debería tener cierta tranquilidad en cuanto a un pequeño mercado que va a continuar consumiendo el producto; este mercado es el mercado escolar (ME) de la zona para la realización de actividades extraescolares.

En el caso del mercado objetivo, se va a ofrecer un interesante precio y una serie de actividades que son muy poco comunes de encontrar a nivel de Baleares. Aunque el listado de actividades no sea muy extenso, cosa que ayudará a poder realizarlas cada vez con mayor rentabilidad y a ser mejores, estas son bastante poco comunes en la zona, incluso en la isla por lo que creemos que muchas familias pueden estar dentro del mercado potencial.

Ya explicado, a grandes rasgos, el funcionamiento de la empresa y el producto ofertado, así como los principales clientes que se cree van a consumir el producto, a continuación se va a hacer un breve esquema de la estructura organizativa del negocio:

Director general
Subdirector
Monitor
Monitor
Monitor

Se pone en relieve que no se seguirá una estructura departamentada; desde el equipo de dirección (director y subdirector) se llevarán a cabo las tareas de gestión de los departamentos de tesorería y recepción (al no tener una clientela muy elevada se tendrá margen suficiente para realizar las restantes tareas durante el día y durante los días en los que el hotel está cerrado) y se llevarán a cabo todas las tareas existentes no realizadas por los monitores ni por ninguna empresa contratada para la ejecución del servicio o producto tales como mantenimiento de las pistas de tierra, de pádel y de tenis, gestión de las reservas online, arreglos necesarios en habitaciones, etc. En cuanto a los monitores, serán estos los que deberán confeccionar diferentes actividades para los chicos como podrían ser; pintar murales, pintar camisetas, diseñar un itinerario para hacer una excursión, propuestas de excursiones en piragua, planteamiento de actividades lúdicas al aire libre, etc.

El período de apertura del hotel será de Febrero de 2016 al noviembre del mismo año; un total de 45 semanas.

2. Descripción

2.1. La idea

La idea de este plan de empresa es la de desarrollar un proyecto de Hotel Familiar que llamaremos “COMO EN CASA”.

Por las características del recinto, las actividades realizadas por los monitores y por el mercado de clientes más inmediato, este hotel va dirigido especialmente a familias con niños de edades comprendidas, preferentemente, entre los 4 y los 15 años de edad. Conseguimos así que, mientras se realizan actividades para los pequeños, los padres puedan también disfrutar de una retirada de relax y actividades al aire libre en fin de semana. La idea principal de nuestro negocio es la de poder ofrecer a los clientes una estancia de fin de semana en el campo pero con unas comodidades mucho mayores de las que tendrían si tuvieran que pernoctar en una tienda de campaña o en una caseta de madera. Esta será la principal característica del negocio.

Además, se llevarán a cabo diferentes actividades para los menores con los monitores propios y otras actividades con diferentes empresas externas que ya se irán concretando a lo largo de este plan. Para los adultos, se dispondrá también diferentes productos no incluidos en el precio del hotel que serán llevados a cabo por diferentes autónomos y empresas contratadas.

Esta idea surgió después de visitar las instalaciones del “Hotel Royal Son Bou” en Menorca, uno de los mejores hoteles de España en temas de turismo familiar.¹

2.2. ¿Por qué del negocio?

En las cercanías de la ubicación de este hotel no hay ningún otro establecimiento que se dedique a este tipo de turismo en concreto por lo que se cree puede ser bastante interesante tanto para las familias de Mallorca como para turistas, estando emplazado en un lugar tan idílico y sin competencia directa al lado.

Para el público extranjero se contará con página web desde donde se podrá contactar de manera online con la empresa así como tener todos los datos de contacto telefónico y de email para ésta, en la página web del negocio se podrán ver los datos de contacto y se podrá escribir directamente al hotel para hacer la reserva durante unas fechas deseadas.

2.3. Misión

La finalidad de este “Plan de Empresa” es la de crear y medir la viabilidad de un establecimiento familiar concienciado con el medio ambiente y la infancia, cuyo objetivo prioritario es que los niños se diviertan y jueguen mediante diferentes actividades para la concienciación de éstos con el medio ambiente y con juegos al aire libre en general, ya sea practicando deportes o juegos, mientras los padres descansan y disfrutan de unas inolvidables vacaciones en familia gozando de diferentes áreas de recreo y relax. Se añade que los padres

¹ <http://www.royalsonbou.com/es/>

podrán ser en cualquier momento partícipes de dichas actividades en la que los monitores, en todo momento, serán los guías y dinamizadores de la actividad.

3. Descripción del producto o servicio

3.1. Producto: visión general

El producto va a ser bastante sencillo, aunque a partir del primer año y en función de las prospecciones y planes de acción que se llevarán a cabo al final de este año en función de los resultados, se contemplará la viabilidad de crecer y ofertar más actividades así como la posibilidad de poder ofertarse a un público más amplio.

Los productos serán los siguientes:

→ Dos noches de hotel (*)

→ Tres noches de hotel (**)

(*En el precio están incluidas todas las actividades que se realicen en el hotel por parte de los críos. Estas actividades son siempre de carácter voluntario.)

(**En el precio están incluidas también todas las actividades del hotel por parte de los niños y serán siempre de carácter voluntario. Esta tarifa tendrá además un regalo incluido para los críos en la habitación.)

El hotel consta de 15 habitaciones, 5 habitaciones preparadas para tres personas y las 10 restantes para cuatro personas. A modo de conseguir la máxima funcionalidad de las habitaciones, todas las camas que tendrá el hotel serán camas individuales y en todas las habitaciones se podrán añadir o quitar camas en función de la necesidad. Los precios por habitación serán de 170 euros las cuádruples y 120 euros las triples por noche.

Para no complicar la gestión y no tener que hacer frente a altos costes, tanto de personal como propios de gestión, el establecimiento estará abierto a clientes únicamente de jueves a domingo. De este modo, los directores tendrán tiempo suficiente tanto para 'planificar como para realizar cualquier tarea que quede pendiente y llevarla a cabo durante los días en que el establecimiento esté cerrado.

En caso de que una escuela decidiera pernoctar una semana entera en el establecimiento, se seguirán los mismos patrones hasta el momento especificados, preparando las camas suficientes para estos y sin prestar algún otro servicio que el de alojamiento y actividades al aire libre (queriendo así especificar que no se podrá prestar servicio de restauración). Hay que tener en cuenta que los monitores no formarán parte de dichas actividades (de las llevadas a cabo de lunes a miércoles) ya que su horario de trabajo es de jueves a domingo y serán, en este caso, el equipo directivo y los maestros o profesores de la escuelas las que deberán llevarlas a cabo. El material para realizar las actividades planteadas por los monitores correrá a cargo del establecimiento (actividades de jueves a domingo) aunque las actividades llevadas a cabo de lunes a miércoles correrán a cargo de las escuelas.

3.2. Otros servicios

Desde la explotación se ofertarán diferentes servicios para los adultos; vamos a separar esos servicios extra en dos; *servicios enfocados al relax* y *servicios enfocados al ocio*. Los servicios enfocados al relax se consideran como meros productos para aumentar la calidad percibida del servicio y no como ingreso para la explotación; es una estrategia para conseguir una mayor satisfacción del cliente y no una fuente de ingresos, ya que se quiere conseguir una fidelización del cliente y un *feed-back* positivo con éste. Estos servicios tienen un precio previamente pactado con la empresa que los va a llevar a cabo.

Los servicios enfocados al relax serán los siguientes:

- Masaje.- el masaje va a ser llevado a cabo por una empresa externa especializada en masajes. Al estar esta empresa muy cerca del centro, se ha propuesto que ella se encargará de aclimatar un espacio al exterior de 25m² y se encargará de todos los enseres necesarios para el servicio. Se podrá escoger entre tres productos diferentes:
 - o Masaje relajante
 - o Masaje terapéutico
 - o Masaje craneosacral
- Manicura y pedicura.-Este servicio de belleza será también llevado a cabo por una empresa externa que se encargará de ir directamente a la habitación del cliente. El precio se abonará directamente a esta al realizar el servicio en efectivo (el cliente será avisado con anterioridad).
- Sesión de yoga.- Los sábados por la mañana se aprovechará que uno de los monitores del establecimiento es profesor de yoga titulado y los adultos que quieran podrán asistir a una clase de iniciación de yoga, servicio que se cree muy idóneo para realizar al aire libre en un lugar de calma y tranquilidad, siempre que la climatología sea practicable.

Por otro lado están los servicios relacionados con el ocio. Éstos serán:

- Alquiler pista de tenis (8 euros la hora con material incluido)
- Alquiler pista de pádel (10 euros la hora con material incluido)
- Voleibol en la pista de tierra (servicio gratuito, ya que solamente será necesario una pelota de voleibol y el campo no precisa de mantenimiento alguno)

En estos casos, las personas que se encargarán tanto de repartir el material necesario como de gestionar las reservas serán el directo o el subdirector del establecimiento, los que contarán con dos raquetas de tenis y pelotas, cuatro palas de pádel y pelotas, un balón de vóley y un balón de fútbol playa (la previsión de ventas la encontramos en el apartado de previsión de tesorería).

3.3. Puntos fuertes y ventajas del servicio

Como hemos comentado con anterioridad el punto fuerte de este negocio va a ser el poder ofrecer a muy buen precio un servicio que ningún otro hotel ofrece con estas mismas características.

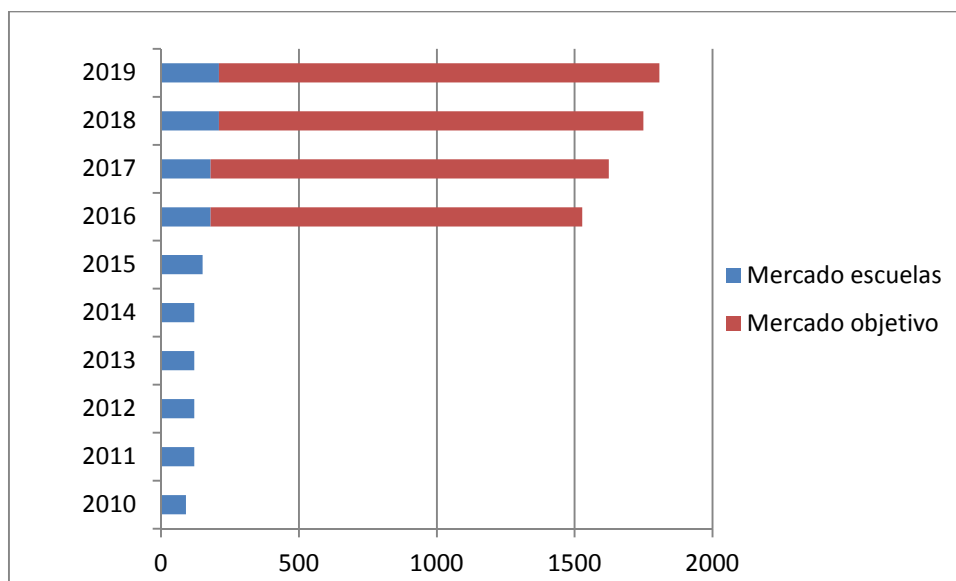
En Baleares se encuentran diferentes tipologías de hotel; desde hoteles enfocados a sol y playa, agroturismos hasta hoteles low-cost; pero en muy pocos los clientes pueden gozar de una agradable tarde mientras sus hijos están realizando actividades. Ése va a ser el punto fuerte de la explotación.

4. Análisis del mercado

4.1. El mercado potencial

El mercado potencial de la explotación reside en aquellas familias a las que les gusta pasar un domingo en el campo con las barbacoas y los juegos con los niños y a través de dicho hotel se va a poder ofertar un fin de semana inolvidable con multitud de actividades al aire libre.

A continuación se presenta una gráfica con el crecimiento y número esperado de clientes (Excel 1.- Previsión de ventas)



Como se observa, se han analizado los datos anteriores a la apertura del establecimiento, teniendo en cuenta el mercado escolar anterior. Como se aprecia, el mercado escolar tendrá tanto un crecimiento como una importancia numérica bastante poco evidente, pero se considera importantísimo el valor de este segmento ya que es una fuente de promoción gratuita.

4.2. Principales competidores

Al no ser una idea puramente de hospedaje, no se considerarán competidores los hoteles que se encuentran en el Puerto de Sóller, siendo, el producto de éstos, el simple hospedaje de los turistas, generalmente turismo extranjero, sin ningún tipo de valor añadido en cuando a actividades complementarias.

Los principales competidores que existen a nivel de la isla son principalmente las colonias y las casas granja. No vamos a tener estas en consideración ya que queremos dar un enfoque familiar a nuestro futuro, es decir, la idea es crecer en mercado objetivo utilizando el mercado escolar como una fuente de promoción.

5. Análisis y diagnóstico de la situación

5.1. Análisis DAFO

A continuación una matriz DAFO para poder considerar un pequeño análisis o diagnóstico de la situación de la empresa y poder así establecer qué puntos deberán ser considerados para su mejora y cuáles deberán ser más explotados para un consecuente buen resultado y enfoque.

<p><u>Oportunidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Creciente interés del ciudadano por el medio ambiente• Oportunidad de aprovechamiento del patrimonio cultural y natural• Escasa competencia• Posibilidad de mejorar actividades complementarias haciéndolas más atractivas.• Crear alianzas estratégicas con oferta complementaria• Posible expansión a nuevos mercados (mercado nacional, doméstico e internacional)	<p><u>Amenazas</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Nuevos competidores o productos sustitutivos• Falta de promoción con consecuente escasez en el mercado• No aceptación de tipología turística (potenciales clientes prefieren fin de semana más corto y en albergues)
<p><u>Fortalezas</u></p> <ul style="list-style-type: none">• Gran riqueza natural• Lograr mayor participación de mercado• Personal con experiencia, dedicación y estable• Búsqueda de personal motivado con los niños	<p><u>Debilidades</u></p> <ul style="list-style-type: none">• No contar con muchos recursos tecnológicos• Poca experiencia en el mercado• Falta de competidores, inseguridad sobre resultados y aceptación del nuevo producto

5.2. Diagnóstico

Se han considerado como fortalezas y oportunidades el aprovechamiento del patrimonio natural así como la falta de competidores de cara a ese aspecto, por lo que se hace notorio se deberán fomentar todo tipo de actividades de esa índole. Como mayores amenazas y debilidades se encuentra la inseguridad de que nivel de aceptación tendrá dicho producto en el mercado. Al no tener competidores directos, se hace muy difícil saber cómo responderán los clientes ante un producto nuevo en la zona.

6. Marketing y comercialización

Se empezará con una estrategia de marketing muy sencilla donde el principal canal de promoción van a ser compañeros de los directivos, prensa, radio y colegios de la zona.

6.1. Estrategia de marketing de producto o servicio

En las anteriormente nombradas estrategias de marketing se va a hacer lo siguiente; campaña de radio y prensa para dar a conocer el producto o servicio. Se va a empezar por los periódicos comarcales de baleares; “Diari de Balears” y “Última Hora”. La promoción será solo los domingos en el periódico físico y en la página web online de “Diario de Mallorca”.

En la radio se promocionará en tres cadenas diferentes para hacer posible así el llegar a tipologías de cliente diferentes;

- *Europa fm*
- *Radio murta*
- *Radio Balear*

Con estas tres radios se cree recoger un abanico suficiente para el primer año de apertura del hotel. Europa fm dará a la explotación un público más joven, papas y mamas de menos edad y con ganas también de realizar actividades con los críos, mientras que radio murta y radio balear nos proporcionará un cliente más isleño, más de la Mallorca profunda. Tenemos que tener en cuenta que no es el mismo público el que tienen las dos radios por lo que será de especial interés ofrecer un descuento a aquellas personas que comuniquen que han escuchado la oferta por radio. Esta información será recopilada de manera muy cuidadosa con el fin de establecer cuál es el cliente que más compra nuestro servicio y en que radio es más interesante gastar dinero en promoción

7. Ventas

7.1. Estrategia de ventas

En este apartado vamos a hablar sobre las estrategias de venta mencionadas con anterioridad. Al ser un plan de empresa para medir la viabilidad de un proyecto sencillo y solo del primer año la estrategia de ventas será bastante sencilla y basada en la captación de nuevos clientes.

7.2. Plan de ventas anual

En este apartado se desarrollará un plan de previsión de ventas, es decir, se hará una prospección de la ocupación por semanas en el hotel.

7.3. Estimaciones de venta

Tabla 1

SEMANA	% OCUPACIÓN
S. 1	50
S. 2	50
S. 3	50
S. 4	50
S. 5	50
S. 6	50
S. 7	50
S. 8	50
S. 9	60
S. 10	60
S. 11	70
S. 12	70
S. 13	70
S. 14	80
S. 15	80
S. 16	80
S. 17	80
S. 18	60
S. 19	60
S. 20	60
S. 21	80
S. 22	80
S. 23	80
S. 24	80
S. 25	80
S. 26	80
S. 27	100
S. 28	100
S. 29	100
S. 30	100
S. 31	100
S. 32	80
S. 33	70
S. 34	70
S. 35	70
s.36	85
s.37	85
s.38	70
s.39	70
s.40	70

s.41	70
s.42	75
s.43	70
s.44	70
s.45	70

Considerando la semana 1 de las previsiones de ventas como la semana natural número 5.

8. Recursos humanos

En este apartado se presenta la estructura organizativa de la explotación ya mencionada con anterioridad y se definirá también las condiciones de trabajo de los empleados.

8.1. Organización funcional

Director general	
Subdirector	
Monitor	
Monitor	
Monitor	

8.2. Condiciones de trabajo y remunerativas

Los tres trabajadores tendrán una jornada laboral completa durante los días de apertura, es decir, de jueves a domingo y tendrán un horario de 10 a 14 de la mañana y de 15 a 19 de la tarde. El día que resta para realizar una jornada de trabajo concreta (8 horas durante 5 días a la semana) lo llevarán a cabo el miércoles a modo de preparar todas las actividades y material necesario para la consecución de éstas. Los monitores son los que se encargarán de pensar y organizar las actividades para los niños y serán ellos mismos los encargados de gestionar el material necesario comprándolo si fuere necesario en los diferentes establecimientos del Puerto de Sóller en los que la explotación deberá inscribirse como cliente. Cada monitor tendrá un tope de compra de 50 euros a la semana y solo podrá adquirir por una cuantía superior previa autorización de los directivos.

Los empleados cobrarán una nómina de 900 euros brutos mes con el contrato a 40 horas lo que supondrá a la explotación un gasto de:

- 3 monitores X 7 meses de trabajo = 18.900 euros (más seguridad social)
- Teniendo en cuenta que trabajan un total de 35 semanas, tocan por ley a cada uno de éstos un total de 2'7 semanas de vacaciones que escogerán siempre con tres semanas de antelación. En su ausencia, los directivos deberán llevar a cabo sus tareas.

8.3. Otros servicios

Las tareas de limpieza de la explotación serán llevadas a cabo a modo de subcontratación. La empresa Bugaderia La Vall será la que llevará a cabo este servicio

Además, se subcontratará también a la misma empresa el servicio de limpieza de sábanas. Los precios de este servicio pueden observarse en el apartado de previsión de tesorería donde se encuentra el precio junto en el apartado de limpieza.

Se subcontratará también un jardinero autónomo que vendrá dos horas a la semana con un coste de 12 euros la hora.

9. Análisis económico-financiero

9.1. Necesidades de inversión para establecimiento

Los fondos necesarios a invertir en el establecimiento para que éste esté completamente adecuado y poder realizar la actividad correspondiente así como de dónde vamos a sacar los recursos es explicado en el epígrafe siguiente.

Vamos a llevar a cabo unas reformas con valor de 42.000 euros.

Estos 42.000 euros se dividen en:

- | | |
|---------------------------|--------------|
| - Compra KIT Freepadel | 4.000 euros |
| - Arreglo pista de tenis | 3.000 euros |
| - Obras varias | 20.000 euros |
| - Compra nuevo mobiliario | 15.000 euros |

Se debería hacer un desembolso inicial por parte de los directivos de 15.000 euros cada uno. Los 22.000 euros restantes se tendrán que abonar a través de un crédito a 5 años con un 8% de interés llevado a cabo con la entidad "BMN Sa Nostra". Este crédito tendrá un coste de 396 euros al mes. Dicho préstamo sería conveniente realizarlo a durante el mes de Enero.

Se ha acordado con el antiguo propietario de las instalaciones que se deja pagar el edificio en 10 años suponiendo un coste para el nuevo explotador de 1875 euros mensuales.

Para la compra de nuevo mobiliario, se debería realizar una financiación a dos meses con la empresa encargada de facilitar dicho inmobiliario.

La compra de la estructura o KIT Freepadel y los arreglos de la pista de tenis se llevan a cabo durante el mes de enero por un valor de 7.000 euros.

9.2. Situación de la empresa en el Primer Año de funcionamiento

Como en todo plan de empresa, vamos a indicar aquí de donde provienen los recursos económicos necesarios para llevar a cabo dicha actividad

9.2.1. Balance de situación inicial

balance situación inicial "COMO EN CASA C.B."			
ACTIVO FIJO	240000	CAPITAL CONTABLE	30000
edificios	225000	Capital Social	30000
mobiliario	15000		
ACTIVO CIRCULANTE	52000	PASIVO FIJO	219748
tesorería	30000	deudas a l/p con entidades de crédito	17248
bancos	22000	deudas a l/p con proveedores de inmobiliario	202500
		Pasivo Circulante	42252
		deudas a c/p con entidades de crédito	4752
		deudas a c/p con entidades de inmobiliario	22500
		proveedores de inmovilizado a c/p	15000
TOTAL ACTIVO	292000	TOTAL PASIVO	292000

9.2.2. Tesorería

En este apartado se explica detalladamente de donde sale cada una de las partidas de la tesorería de la compañía.

En la primera partida se encuentran los bancos y cajas. En los bancos se encuentran el dinero que se ha percibido como préstamo y en la caja se encuentra el dinero en efectivo que cada uno de los socios debiere desembolsar como aportación inicial menos el coste de la compra de nuevo mobiliario.

En el apartado cobro se encuentra cada una de las partidas de ingreso de la empresa consecuentes de la explotación del hotel y sus instalaciones. Se han considerado todos los meses como de cinco semanas para simplificar los resultados, es decir, al tener 45 semanas de apertura comprendidas en 9 meses, se ha considerado de este modo. Cada uno de los ingresos mensuales por clientes ha sido calculado en base al promedio esperado de la tabla 1 de estimaciones de ventas. En relación a las pistas de tenis y de pádel, al no tener previa información, se ha considerado un ingreso mínimo con más afluencia los meses de menos calor y menos los meses de verano.

En relación a los salarios, ya ha sido explicada la remunerativa de los tres monitores asalariados; la remunerativa de los directivos va a ser un poco inferior, de 800 euros en este caso, ya que a principio del año siguiente se incluirán en sus salarios los beneficios no repartidos ni usados para la mejora o mantenimiento de las instalaciones y estos empezarán con los preparativos desde principio de año. En cuanto a las retenciones practicadas de IRPF y los costes de los trabajadores a la seguridad social (SS en adelante), se ha hecho la siguiente consideración; para SS se ha tenido en cuenta que el coste para la empresa es de un porcentaje del 30% del sueldo bruto del empleado. Para el cálculo del IRPF que la empresa tiene obligatoriedad de retener al empleado se ha considerado un coste del 6,4% del salario bruto también.

En cuantos otros gastos:

- No se llevarán a cabo compras superiores a 150 euros al mes por parte de los monitores para materiales necesarios para la realización de sus actividades. Aunque anteriormente se especificó que los monitores tienen un tope de 50 euros a la semana para las actividades, en ningún caso ese presupuesto va a ser superior a un gasto conjunto mayor a 150 euros mes.
- Suministros de agua y luz no superiores a las cifras establecidas en el previsión. Se tiene margen de tesorería suficiente para exceso
- Seguro de responsabilidad civil de 200 euros al año
- Gastos de limpieza ya han sido explicados con anterioridad y se tienen en consideración como en meses de cinco semanas
- Los gastos de publicidad son los siguientes:
 - 3.000 euros de creación de página web por la empresa SOM2
 - 500 euros de gastos de publicidad divididas en periódicos y radios
- Los gastos para el jardinero también han sido explicados con anterioridad. Se ha introducido un nuevo gasto de 200 euros antes del inicio de la actividad como un gasto de puesta en marcha del hotel en un presupuesto ya cerrado con el jardinero.
- En gastos diversos se introduce un pequeño colchón por si hay pequeños desperfectos en las habitaciones u otros puntos del hotel.
- Para la devolución del préstamo ya se ha hablado también con anterioridad y el inicio de la devolución va a ser al cabo de seis meses de la apertura de del establecimiento.
- Las tasas a pagar a nivel local serán las siguientes:
 - Tasa para la licencia de apertura de nuevos locales o instalaciones que será pagado en enero por una suma total de 160euros.
 - Tasa por el suministro de agua; 7.70e por plaza pagados el mes de enero sumando un total de 423'5 euros.
 - Impuesto sobre bienes inmuebles (0.95% sobre valor catastral; en dicho caso, el valor escogido para el balance inicial es igual al valor catastral) por un total de 2.138 euros pagados en junio.
 - El impuesto sobre actividades económicas es de 180.39 euros con un coeficiente de 1.5 municipal por un total de 271 euros pagados el mes de octubre.
 - Impuesto por recogida de residuos sólidos urbanos (basura) que será pagada el mes de febrero por un total de 1320 euros (88 euros por habitación)
- **Los pagos se realizarán con acuerdo a las fechas requeridas por el ayuntamiento de la localidad.**

	ene-16	feb-16	mar-16	abr-16	may-16	jun-16	jul-16	ago-16	sep-16	oct-16	nov-16	dic-16	Total
TESORERIA INICIAL													
Bancos	22.000 €												
Caja	30.000 €												
LIQUIDEZ	52.000 €	25.090 €	14.021 €	10.614 €	9.837 €	8.380 €	5.910 €	7.131 €	6.530 €	5.830 €	6.272 €	1.925 €	1.925 €
COBROS													
Clientes		4.600 €	4.988 €	6.808 €	6.296 €	7.380 €	8.832 €	7.176 €	6.992 €	4.600 €	- €	- €	57.592 €
Tarifs			128 €	128 €	112 €	80 €	40 €	40 €	64 €				592 €
Papel			200 €	200 €	150 €	100 €	80 €	80 €	150 €				960 €
TOTAL COBROS	- €	4.600 €	5.296 €	7.136 €	6.518 €	7.540 €	8.952 €	7.296 €	7.206 €	4.600 €	- €	- €	59.144 €
PAGOS													
Salario	1.600 €	1.600 €	1.600 €	1.600 €	1.600 €	1.600 €	1.600 €	1.600 €	1.600 €	1.600 €	1.600 €	1.600 €	19.200 €
Salarios personal plantilla			2.700 €	2.700 €	2.700 €	2.700 €	2.700 €	2.700 €	2.700 €	2.700 €			18.900 €
Retenciones IRPF	102 €	102 €	275 €	275 €	275 €	275 €	275 €	275 €	275 €	102 €	102 €	102 €	2.438 €
Seguridad Social	480 €	480 €	1.290 €	1.290 €	1.290 €	1.290 €	1.290 €	1.290 €	1.290 €	480 €	480 €	480 €	11.430 €
Pagos Salarios	2.080 €	2.080 €	5.590 €	5.590 €	5.590 €	5.590 €	5.590 €	5.590 €	5.590 €	2.080 €	2.080 €	2.080 €	49.530 €
Compras			150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €	150 €				1.050 €
Responsabilidad Civil	200 €												200 €
Suministros - agua y luz		80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €	80 €				640 €
Limpieza			250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €	250 €				1.750 €
Publicidad	3.500 €	500 €	500 €	500 €									4.500 €
Jardineria		200 €	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €	120 €				1.040 €
Gastos diversos	7.000 €		50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €	50 €				7.350 €
Pagos costes estructura	10.700 €	780 €	1.150 €	650 €	650 €	650 €	650 €	650 €	650 €	- €	- €	- €	16.530 €
Devolucion Prestamos de crédito	392 €	392 €	392 €	392 €	392 €	392 €	392 €	392 €	392 €	392 €	392 €	392 €	4.704 €
proveedores de irruvillado	1.875 €	1.875 €	1.875 €	1.875 €	1.875 €	1.875 €	1.875 €	1.875 €	1.875 €				22.500 €
proveedores de mobiliario	7.500 €	7.500 €											
retencion de IVA	3.780 €	1.722 €	305 €	594 €	532 €	634 €	776 €	610 €	601 €	460 €	- €	- €	991 €
Impuestos municipales	594 €	1.320 €				2.138 €				271 €			4.312 €
Otros Pagos	14.131 €	12.809 €	1.982 €	1.673 €	1.735 €	3.770 €	1.482 €	1.657 €	1.666 €	2.078 €	2.267 €	2.267 €	47.506 €
TOTAL PAGOS	26.911 €	15.669 €	8.702 €	7.913 €	7.975 €	10.010 €	7.732 €	7.897 €	7.906 €	4.158 €	4.347 €	4.347 €	113.566 €
COBROS - PAGOS	-	26.911 €	-	3.406 €	-	2.470 €	1.221 €	601 €	-	442 €	-	4.347 €	-
TESORERIA FINAL	25.090 €	14.021 €	10.614 €	9.837 €	8.380 €	5.910 €	7.131 €	6.530 €	5.830 €	6.272 €	1.925 €	2.422 €	-

10. Bibliografía

- NEIRA RODRIGUEZ, JOSE ANTONIO (2010). *Cómo preparar el plan de empresa*. Madrid: Fundación Confemetal
- FINCH, BRIAN (2003). *Como desarrollar un plan de negocios*. Barcelona: Gedisa
- SOCÍAS SALVA, A., HERRANZ BASCONES, R., JOVERARBONA, G. (2002) *Contabilidad financiera*. Madrid: Ediciones pirámide.
- CAMACHO FERNÁNDEZ, M.A. (2013). *Plan de empresa de un hotel rural de lujo con restauración*. Trabajo final de Grado. Barcelona: Universitat oberta de Barcelona.
<http://openaccess.uoc.edu/webapps/o2/bitstream/10609/24168/3/mcamamc hoTFC0613memoria.pdf>
- AYUNTAMIENTO DE SOLLER, Consulta ordenanzas fiscales http://www.ajsoller.net/wms/ofo/imgdb//archivo_doc37224.pdf (Consulta: 01-05-2015)
- AYUNTAMINETO DE SOLLER, Calendario del contribuyente 2015 http://www.ajsoller.net/wms/ofo/imgdb//archivo_doc287364.pdf (Consulta: 02-05-2015)