CENTRO INTERNACIONAL DE ACTUALIZACIÓN PROFESIONAL

UNIVERSIDAD CATÓLICA ANDRÉS BELLO

MASTER EN GESTIÓN DEL MARKETING

IX EDICIÓN.

TRABAJO ESPECIAL DE GRADO.

TÍTULO DEL PROYECTO:

Hospedaje centralizado para una operación más rentable.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

Partiendo de una actividad comercial familiar existente en Barcelona – España por espacio de ocho (8) años, dedicada a turismo receptivo y negocio a través del alquiler de apartamentos en zonas pre-seleccionadas en la ciudad, arrojando resultados positivos hasta la fecha, se plantea como proyecto la proposición de un concepto centralizado que permita obtener economías de escala, optimizando las operaciones y servicios que garanticen el crecimiento sostenido de la organización, apuntando a un incremento significativo en su rentabilidad.

INTEGRANTE:

Jessica Andrea Casañas C. (responsable de todas las entregas).

ANTEPROYECTO

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO:

Partiendo de una actividad comercial familiar existente en Barcelona – España por espacio de ocho (8) años, dedicada a turismo receptivo y negocio a través del alquiler de apartamentos en zonas pre-seleccionadas en la ciudad, arrojando resultados positivos hasta la fecha, se plantea como proyecto la proposición de un concepto centralizado que permita obtener economías de escala, optimizando las operaciones y servicios que garanticen el crecimiento sostenido de la organización, apuntando a un incremento significativo en su rentabilidad.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Se identifica como área de oportunidad, la posibilidad de centralizar las operaciones del negocio de manera de lograr optimizar los procesos y ser más eficientes. Mejorar los tiempos de respuesta y atención a los requerimientos del cliente.

Por distintas limitaciones y/o dificultades técnicas y operativas suelen presentarse situaciones difíciles de gestionar que requieran atención personalizada y puede que la respuesta o solución no se genere tan oportunamente como el cliente/huésped así lo espera.

Debemos desarrollar una mejor capacidad de respuesta, que cuando el cliente requiera de nuestra gestión sea más accesible para él manifestar la situación y que haya personal capacitado para atender dichos requerimientos inmediatamente.

¿Cómo mejorar los procesos de gestión y atención al cliente/huésped de apartamentos turísticos de una manera más eficiente, oportuna y competitiva?

Se persigue demostrar que a través de un proyecto de centralización del negocio se alcanzaría optimizar las operaciones y servicios, que garanticen el crecimiento sostenido de la organización, apuntando a un incremento significativo en su rentabilidad.

OBJETIVO GENERAL

Desarrollar y demostrar que un proyecto de centralización de operaciones que permita economías de escala y una mejora en los productos y servicios que se ofrecen se traduciría en un incremento en la rentabilidad de la compañía.

OBJETIVOS ESPECIFICOS

Lograr economías de escala en una infraestructura centralizada.

Reducir costes.

Mejorar los procesos de respuesta a los requerimientos del cliente.

Innovar con procesos que garanticen mejores y más rápidos resultados.

Ofrecer mayor variedad de servicios que hagan al negocio más atractivo y competitivo.

JUSTIFICACION

La oferta y la demanda de este concepto de alojamiento están aumentando considerablemente y se identifica que solo si se optimizan los procesos y se ofrecen mejores productos y servicios al huésped, se puede aumentar potencialmente la rentabilidad del negocio.

En un mundo tan globalizado como en el que vivimos, hay que mantenerse actualizado, dispuesto a innovar y atento a los requerimientos, sugerencias y/o intereses de los huéspedes en miras de mejorar las operaciones y ser cada vez más competitivos. Buscando diferenciarnos lo más posible y captando clientes que por la calidad de servicio y atención se conviertan en replicador de su experiencia con nosotros.

DELIMITACIONES (Si las hubiese).

Estará enfocado en el mercado Español, exactamente en la ciudad de Barcelona.

ESQUEMA TENTATIVO DEL PROYECTO

El esquema está previsto desarrollarlo a la par del formato sugerido por los docentes/tutores del Centro Internacional de Actualización Profesional y del EOI.

Capítulo 1: Presentación de la empresa.

Capítulo 2: Análisis Externo (identificando aquellos factores que se podrían considerar amenazas u oportunidades).

Capítulo 3: Análisis Interno (Identificando factores que representen fortalezas del negocio y debilidades que presenta).

Capítulo 4: Una vez identificadas las Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades que caracterizan a la empresa y al entorno del mercado, se trazarán las estrategias más acertadas.

RESUMEN EJECUTIVO

El proyecto propuesto nace de la necesidad de mejorar las operaciones, ser más rentables, brindar una atención más personalizada, que cubra las expectativas de nuestros clientes.

Inicialmente se narra el panorama actual de la compañía; la cual tiene diversos apartamentos distribuidos en distintas zonas geográficas de la ciudad de Barcelona y se plantea que a través de la centralización de las operaciones en una sola edificación se lograría alcanzar una economía de escala, trayendo los beneficios que de ella se derivan.

El proyecto tiene como objetivo adquirir un edificio por 5.525.000 €, de los cuales se solicitará financiamiento por el 60%, correspondiente a 3.250.000 €. El 40% restante forma parte de recursos propios y de un (1) inversionista adicional.

El edificio cuenta con seis (6) pisos reales, en los cuales se distribuyen diecisiete (17) apartamentos (de los cuales once (11) son de una (1) habitación y seis (6) de tres (3) habitaciones) y dos (2) locales comerciales.

Este edificio que se adquiriría ha sido remodelado en su totalidad y cuenta con apartamentos parcialmente amoblados y equipados los cuales están listos para habitar, en el caso que nos ocupa es necesario realizar compras tipo lencería, cubertería y algunos equipos adicionales para garantizar la comodidad del huésped y que el mismo se sienta como en casa.

Se adjunta información detallada de como los ingresos de acuerdo a cada tipo de apartamento y calculados en función a los históricos de ocupación, según las temporadas y el número de personas promedio por reserva justifican y/o fundamentan la propuesta de que sería una oportunidad atractiva, exitosa y real de inversión.

E igualmente se incorpora información sobre los cambios en la estructura del capital humano a contratar, plan de pago de hipoteca, política de precios, etc.

Espero encuentren atractivo el proyecto que comparto a continuación, es una propuesta de mejora para lo que fue mi primer empleo. Empleo que junto a los conocimientos obtenidos en el Diplomado y posteriormente en el presente Master, me abrieron los ojos y me permitieron ver que hay un mar de posibilidades de crecimiento. Que debemos romper paradigmas y establecernos como objetivo mejorar, mejorar y hacer cada vez más rentable y eficiente el negocio.

Me honra poder decir que dedique esfuerzo y tiempo a un proyecto para el beneficio de mi familia.

HITO 1

CAPÍTULO 1

DESCRIPCIÓN DEL NEGOCIO

El negocio en cuestión está orientado al alquiler de apartamentos de carácter “turístico” en la ciudad de Barcelona – España, destinados a satisfacer la necesidad de turistas, ejecutivos y demás clientes que, sin importar ni la duración ni la razón de su visita a la ciudad, cuenten con una compañía que les ofrezca variedad, comodidad, calidad y precios asequibles en materia de alojamiento.

NOMBRE DE LA EMPRESA

Sunny Accomodation, C.A. (domiciliada en Barcelona – España)

ANTECEDENTES

Inicialmente la actividad de la compañía estaba limitada a seis (6) apartamentos (propiedad de los dueños) ubicados en distintas áreas del centro de la ciudad. Estos apartamentos eran gestionados por el personal de la compañía en todos sus procesos, por lo cual se consideraban “apartamentos de gestión completa”. Con el pasar del tiempo, con la visión de darle mayor fuerza a la compañía y potenciar su crecimiento, y viendo que había un mercado en expansión cada vez más exigente, se decidió incorporar a la compañía una actividad comercial tipo “agencia”, donde se comercializaban apartamentos de otras empresas y/o propietarios particulares.

Con la incorporación de este nuevo concepto, se logró aumentar el portafolio de apartamentos, ampliando la variedad en cuanto a las características y ubicación. Esta situación hizo que la compañía se hiciera más competitiva ante otras asociaciones dedicadas a la misma actividad comercial. Todo esto se tradujo en un aumento significativo en la rentabilidad del negocio, ya que este concepto, operativamente hablando, no

representa ningún tipo de responsabilidad para la compañía, debido a que al actuar como agencia, se capta el cliente, se cierra la reserva, quedándose la compañía con una comisión (por así llamarle) y el propietario del apartamento es el responsable de recibir y apoyar al huésped durante los días que permanezca en la ciudad.

El proyecto que se plantea a continuación, entonces, tiene por finalidad centralizar las operaciones de los apartamentos de gestión completa, en miras de ofrecer una mayor variedad de servicios, atención personalizada, mayor velocidad de respuesta a los requerimientos del huésped, entre otros beneficios.

PROMOTORES (Origen de los recursos)

Los recursos para el desarrollo del proyecto, saldrán del capital personal del dueño de la compañía quien, por medio de su primera iniciativa relacionada con el arrendamiento de habitaciones de un apartamento (roommates), posee la liquidez financiera requerida para ello y tiene familiares y amigos allegados que conocen el negocio y están abiertos a invertir en él.

MISIÓN

Ofrecer soluciones de hospedaje bajo el concepto de apartamentos dados en alquiler (por estancias medias o cortas), que se caractericen por cumplir con altos estándares de calidad, que sean confortables y cuenten con una excelente ubicación.

VISIÓN

Ser la compañía más reconocida y recomendada por huéspedes a nivel mundial, por ofrecer la mayor y mejor variedad de opciones de alojamiento en apartamentos, con servicios de calidad a precios accesibles.

VALORES

Estos valores serán nuestros pilares para captar y fidelizar a los clientes – huéspedes y demás colaboradores y consolidar el posicionamiento de la empresa en el mercado:

Profesionalismo: entendiéndose por la responsabilidad, seriedad, constancia, honestidad, dedicación, respeto y esmero que debe caracterizar el trabajo de cada empleado de la compañía.

Calidad: en nuestros servicios y productos. Asegurando que el cliente reciba un servicio de calidad proporcionalmente igual al precio que canceló. Que nuestro trabajo se corresponda con lo que nos comprometimos a ofrecer a nuestros clientes.

Innovación en Servicio: buscar innovar constantemente en los servicios que se ofrecen, en miras de sorprender al cliente y lograr fidelizarlo. De igual manera, hacer que la velocidad de respuesta sea acorde a las necesidades del cliente y que sus requerimientos sean canalizados oportunamente.

Comunicación fluida: mantener una comunicación abierta y fluida con los clientes, asegurando que el huésped se sienta como en casa. La comunicación entre las partes ha de ser totalmente personalizada, para facilitar el proceso de enganche y empatía del huésped hacia nuestros servicios, y que basado en su experiencia sea propagador de nuestro trabajo.

Organización, gestión y tecnología: optimizar las operaciones de la compañía, haciendo posible y accesible la información sobre nuestros productos y servicios a todos los individuos alrededor del mundo a través de una página web, que se mantiene actualizada constantemente.

FIN ÚLTIMO DE LA EMPRESA Y SU ACTIVIDAD.

Generar rentabilidad a través de la gestión, administración y comercialización de apartamentos dados en alquiler para turistas, ejecutivos y demás individuos que visiten la ciudad de Barcelona – España, garantizando un servicio de calidad y una experiencia única, garantizando que el huésped se sienta como en casa.

Como fin máximo de la empresa, se considera expandir el servicio de comercialización de apartamentos a las ciudades más importantes del mundo en materia de movimiento de turistas y/o ejecutivos en viajes de negocio.

NECESIDADES DEL MERCADO QUE SATISFACE

Muy pocas compañías ofrecen **seguridad, calidad, precio y ubicación en un mismo paquete** y, aunado a eso, año tras año el huésped vuelve con mayores expectativas; es por ello que se genera la necesidad de que las compañías innoven y mejoren sus estándares para así hacer que el huésped tenga una experiencia única.

Esa es una de las necesidades que posee el mercado, la de innovar y ofrecer productos y servicios cada vez más atractivos y únicos al criterio del cliente; que lo conviertan en un huésped de primera, logrando su fidelidad, de manera que actúe como propagador de la experiencia que se le brinda.

Así, un cliente potencial solo será huésped recurrente de nuestros apartamentos si, más allá de las palabras, hacemos posible que realmente se “Sienta como en casa”.

Segmento o Segmentos de Mercado:

El segmento del mercado al cual se enfoca el proyecto es, principalmente, el turístico. Es uno de los segmentos del mercado con mayor potencial y que mantiene un crecimiento sostenido con el transcurrir de los años. En efecto, cifras publicadas por el INE (Instituto Nacional de Estadísticas de España) demuestran que del total de individuos que visitan la ciudad de Barcelona al año, el cincuenta y siete por ciento (57%) corresponde exclusivamente a turistas.

La compañía tiene como estrategia dedicar los esfuerzos y recursos en dar a conocer los productos y servicios en países, tales como: Reino Unido, Alemania, Francia, Italia y los Países Bajos, puesto que el sesenta y seis por ciento (66%) del total de turistas que visitan Barcelona, son procedentes de los mencionados países.

Enfocaremos inicialmente los esfuerzos en atraer y captar clientes que manejen presupuesto medio y adicionalmente a eso por el tipo de servicios que ofrecemos igualmente dedicaremos esfuerzos a darnos conocer dentro de ámbitos, por ejemplo gastronómicos, partiendo de que uno de nuestros servicios es que ofrecemos la oportunidad de que el huésped, si lo desea, pueda disfrutar de la experiencia de aprender a cocinar la tradicional paella.

E igualmente a pasar de que el foco será directamente a turistas, se tiene previsto contactar a ciertas compañías de importancia en la ciudad, trasnacionales y/o multinacionales que pudiesen estar interesados en alojar a sus ejecutivos que viajen por "negocios" en nuestros apartamentos, ofreciendo en estos casos la oportunidad de optar por apartamentos que estarán dotados de conexión a internet de alta velocidad y equipos electrónicos como escáner y fax.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

Productos

1.- Apartamentos de gestión completa:

Servicios de comercialización, proceso operativo y administrativo, en su totalidad.

- Información y soporte durante el proceso de selección de apartamento en función a sus necesidades y/o requerimientos.
- Recepción de los huéspedes.
- Resolución de problemas durante la estancia del huésped.
- Suministro de mapas e información de interés al momento del check in.

Uno de los objetivos vinculados al proyecto de negocio que se ofrece, es la posibilidad de mejorar y ampliar la gama de servicios que se ofrecen al huésped y que los mismos se puedan ofertar para los huéspedes de los apartamentos que son de comercialización.

2.- Apartamentos de comercialización:

Propiedades en concesión para gestionar reservas únicamente y donde el aliado comercial se responsabiliza por la recepción y atención del huésped durante su estadía.

Servicios

- Información y soporte durante el proceso de selección del apartamento, en función a sus necesidades y/o requerimientos.
- Suministrar información de la reserva y requerimientos del huésped al asociado comercial.

ÁMBITO GEOGRÁFICO

La variedad de apartamentos anunciados en la página web de la compañía, los cuales corresponden a apartamentos de gestión completa y/o de comercialización, abarcan zonas estratégicas de la ciudad como lo son: el Eixample (derecho e izquierdo), Gràcia, Ciudad Vella, El Borne, Barrì Gothic, Les Corts, Montjüic/Paralel, El Raval y la Barceloneta.

Estas zonas corresponden a las áreas turísticas más importantes de la ciudad y contemplan igualmente lugares de alto porcentaje de presencia de compañías, las cuales son del interés de los ejecutivos que viajan a la ciudad por negocios.

Algunos de los sitios de mayor interés turístico que se consiguen en los alrededores de las zonas o distritos de las ciudades antes nombradas, son: la Plaza Espanya, Plaza Catalunya, Las Ramblas, el Camp Nou, el Puerto Olímpico, Paseo de Gràcia, la Sagrada Familia, la Fira de Barcelona, el Parque de Montjüic, entre otros.

Cabe destacar que la ubicación de los distintos apartamentos que se ofrecen permite que el huésped, en función al motivo de su visita a la ciudad de Barcelona, pueda escoger el área geográfica que le haga más cómodo, placentero y accesible trasladarse a los lugares de su interés.

HITO 2

CAPÍTULO 2

ENTORNO GENERAL

Antes de evaluación y/o identificación de las oportunidades y amenazas de la compañía, así como sus debilidades y fortalezas, vamos a identificar o describir la situación del entorno del mercado actualmente.

Identificaremos los factores económicos, jurídicos, políticos, sociológico, cultura y tecnológico que caracterizan actualmente al entorno de nuestro mercado.

En el ámbito jurídico/legal: actualmente hay un alto grado de control en las actividades relativas al alquiler de apartamentos de uso turístico, y es una de las razones por las cuales se plantea este proyecto. Se busca centralizar las operaciones para hacer más fáciles y manejables las operaciones de legalización, permisología, remodelación, por tener los apartamentos ubicados en una única infraestructura.

Hay leyes que regulan la actividad de alquiler de apartamento y/o viviendas de uso turístico tales como:

- Ley de Medidas Fiscales, Financieras y Administrativas y de creación del Impuesto sobre estancias en establecimientos turísticos.
  La mencionada ley grava la estancia de una persona física en un establecimiento turístico de Cataluña, tanto si es por días o fracción, con o sin pernoctación.
  Se considera establecimiento turístico a “hoteles, apartamentos turísticos, campings y establecimientos de turismo rural, albergues de juventud, vivienda de uso turístico, áreas de pernocta destinada a albergues móviles, embarcaciones de crucero turístico.
- Impuesto del IVA: aumentando del 18% al 21%, en Septiembre 2012.
- Ley de Turismo de Catalunya: en donde se define la actividad comercial de alquiler de apartamentos turísticos, se establece requisitos mínimos de permisología para poder gestionar un apartamento de este tipo, se establecen penalizaciones por molestias ocasionadas a vecinos consecuencia de la actividad comercial que se genera, entre otras.

- Código de Consumo de Catalunya.

En el ámbito económico:

- **Tipo de cambio:** considerando que el euro es la moneda en la cual se fundamentan nuestras operaciones y/o transacciones financieras, siendo una de las monedas más fuertes del mundo representa para nosotros una amenaza de categoría media que el euro se revalorice versus el resto de las monedas del mundo ya que encarece los costos de viajar para los turistas, ocasionando un efecto inmediato a controlar los gastos y buscar la mejor y más económica opción.
- **El desempleo (Paro):** España tiene un nivel de desempleo tan alto, que desfavorece el crecimiento. Según un artículo del día 05/12/12 en el Diario El País "La quiebra del empleo", el paro se sitúa en un poco más de 4,9 millones de parados. En el artículo se considera que una de las estrategias que el gobierno debería implementar es motivar e impulsar a que las empresas privadas adelanten sus inversiones, en miras de acelerar la recuperación.

  Es por ello, que se identifica esta situación país como una oportunidad, al haber tantos desempleados/parados se tiene la oportunidad de desarrollar un proceso exhaustivo de búsqueda de candidatos con el mayor potencial, los cuales de acuerdo a su condición de "desempleados" y en un mercado donde no se está generando empleo, no serán muy exigentes o ambiciosos a la hora de escuchar y aceptar la oferta de empleo que se les proponga lo que representará igualmente una oportunidad para la compañía de conseguir mano de obra económica.

  Considerándose este factor como una oportunidad de alto beneficio y aprovechamiento para la compañía.
- **La globalización:** con la evolución de la globalización año tras año, se ve como proporcionalmente se incrementa las necesidades de los viajes de negocios.

  Este aspecto gana relevancia, puesto que ese ejecutivo que viene por negocios, de agradarle el servicio que se le ofrece puede que decida volver a la ciudad con su familia y/o amigos y nos escoja a nosotros como su opción de hospedaje, identificando a este cliente como una "alta" oportunidad para fidelizar un cliente y

asegurar su apreciación y recomendación de nuestros servicios a amigos, conocidos y familiares.

En el ámbito social y cultural:

- **Estacionalidad:** factores que afectan el flujo de turistas a la ciudad, como por ejemplo la época del verano.

  Este aspecto representa una amenaza de categoría media ya que delimita o condiciona las épocas de mayor afluencia de visitantes a Barcelona. Sin embargo, será una oportunidad y un reto para nosotros, lograr que el cliente se vaya agradado con nuestros productos y servicios y acepte recibir informes de descuentos y/o promociones en miras de impulsar y/o activar operaciones con intención de reversar o disminuir esa tendencia a la estacionalidad de la temporada baja.
- **Preferencias, eventos:** factor que influye en la toma de decisiones de los clientes. Que influyen y condicionan la fecha en específico que deben estar en la ciudad, así como puede condicionar la ubicación y condiciones de la vivienda a alquilar.

  Este factor representa igualmente una amenaza de categoría baja para la compañía considerando que la estrategia es establecer nuestras operaciones en una zona de la ciudad que cuente con la mejor ubicación posible y oferta de instalaciones y servicios de altos estándares de calidad que justifiquen cualquier esfuerzo o sacrificio que haga el huésped por hospedarse en nuestros apartamentos incluso si el lugar ferial y/o instalaciones de interés queden medianamente distanciados. Para lo cual nos aseguraremos de contar con una excelente conexión a todos los medios de transporte.

- **Exigencias del consumidor:** los clientes disponen de mayor y mejor cantidad de información, por lo que requerirán una mayor calidad de servicio y profesionalismo. Ambos factores incluidos dentro de nuestros valores organizacionales.

  Esta es una amenaza que se podría clasificar como de alta importancia, considerando que hay una gran variedad de ofertantes dispuestos a darlo todo para ganar un cliente, es por ello, que solo sí se logra tener un cliente satisfecho con nuestros servicios y con la relación precio – calidad que le hayamos ofrecido, ellos

estarán abiertos a recomendarnos y visitarnos nuevamente, garantizando así el crecimiento sostenido que deseamos de nuestro negocio.

- **Capital Humano:** esto se podría clasificar como una oportunidad alta ya que con el alto nivel de desempleo, para la compañía esto puede representar una oportunidad de conseguir a personal altamente capacitado.

  Igualmente surge la oportunidad de captar personal de países con distinto huso horario, que permita ampliar el margen de horas de atención al cliente, lo cual sería una oportunidad de alta importancia y relevancia para la mejora de los servicios de la compañía.

En el ámbito tecnológico:

- **Página web:** como una oportunidad de alta importancia se considera la creación de una página web que sea amigable, practica, accesible, disponible en distintos idiomas y que tiene una plataforma que permite a los clientes (huéspedes potenciales) revisar disponibilidad de alojamientos, selección entre distintas opciones de los mismos, proceso de pago de reserva y adicionalmente tiene módulos de FAQ, soporte 24 hrs, Eventos, etc.
- **Redes sociales y demás fuentes de propagación de información:** medios de comunicación o interacción de apreciaciones, entre turistas como es la página web www.tripadvisor.com, y redes como Facebook que tienen un gran potencial de propagación de información. Siendo este punto una oportunidad a la cual debe prestársele atención y darle la importancia correspondiente.

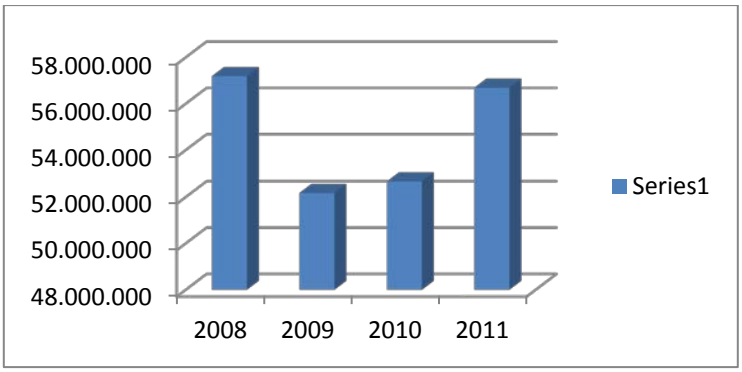
- **Dependencia tecnológica y mejora continua:** el incremento y evolución de los sistemas de información hace necesaria una continua inversión en su mejora.

  La implementación de Skype, facilidad de pago electrónico, aplicaciones descargables para Smartphones; esto y muchas estrategias más pueden ayudar a reducir los costes de venta y promoción de la empresa. Considerada una alta oportunidad de mejora, que contribuirá a tener un sistema de vanguardia.

Una vez analizado el ámbito tecnológico, social, cultural y económico desde distintos puntos y/o factores claves, comparto detalle sobre oportunidades y amenazas desde un punto de vista más macro.

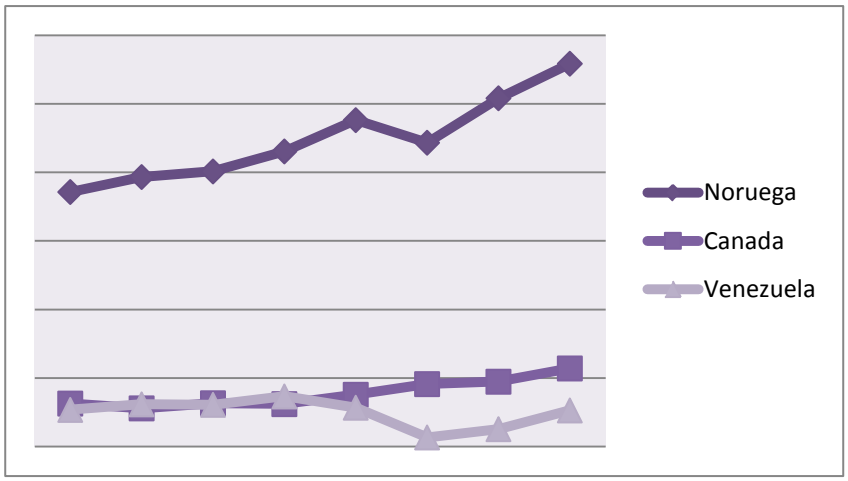
OPORTUNIDADES.

1. Índice de visitantes en recuperación constante desde el año 2008.



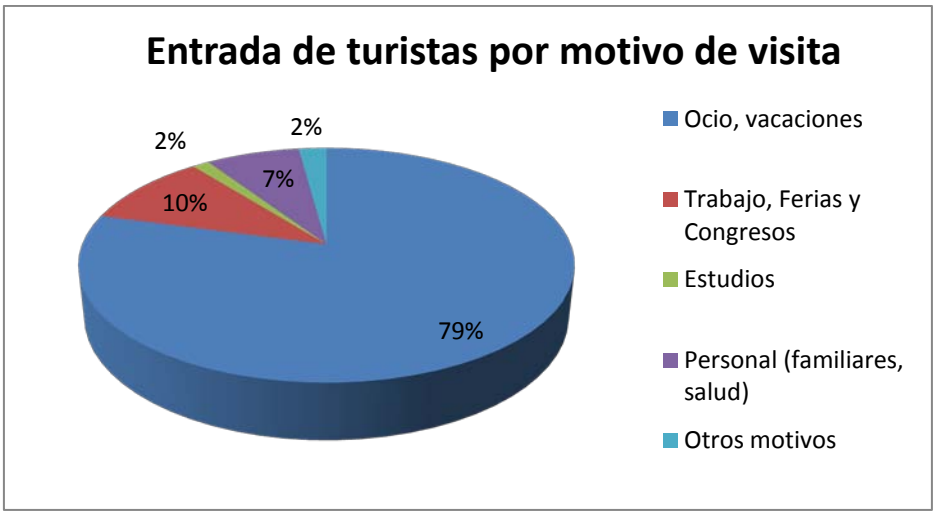
Fuente: INE

2. Clientes más frecuentes familiares, por lo que opciones de apartamentos, suelen ser más económicas que un hotel, por el número de personas.
3. Mercado de visitantes procedentes de: Noruega, Canadá y Venezuela presentan un crecimiento significativo en los últimos años.



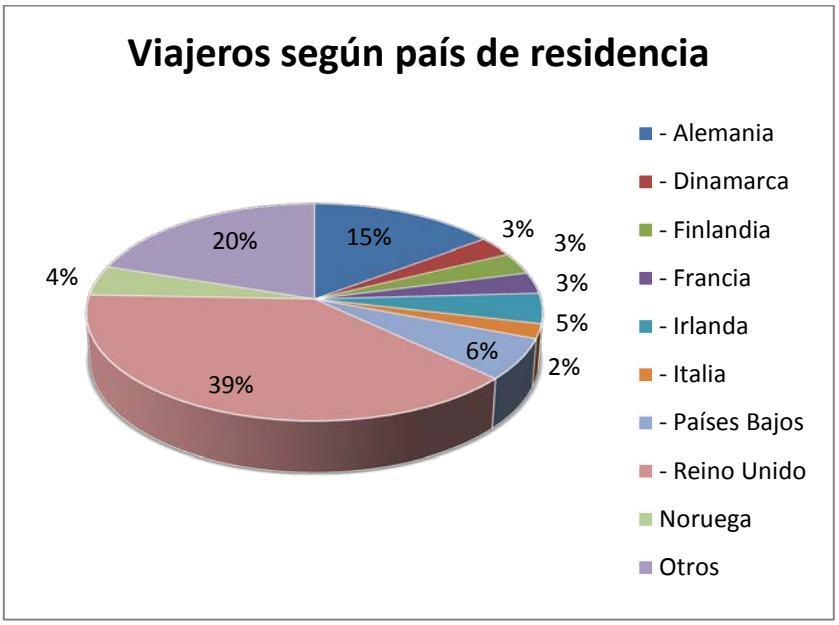
Fuente: INE

- Barcelona es la 5ta ciudad que recibe mayor cantidad de turistas de España (40.916 visitantes hasta Octubre 2012 y con una media de estancia de 7 días).



Fuente: INE

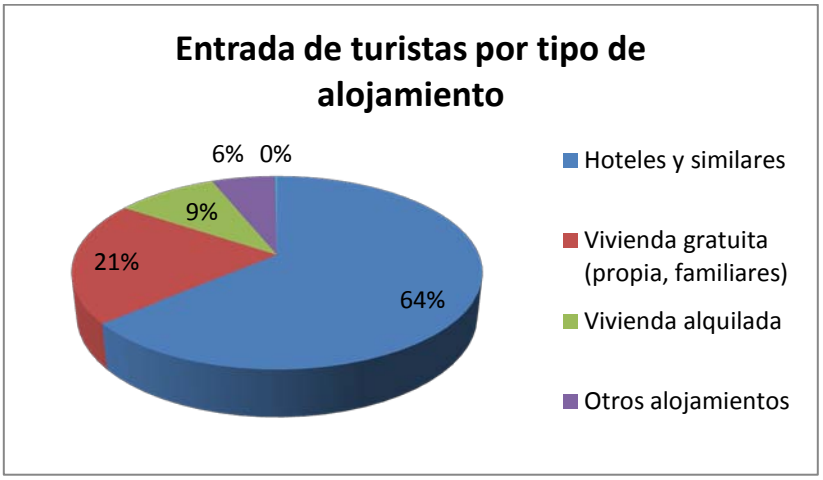
- El 62% de los turistas procedentes de España, que visitan Catalunya, son procedentes de la misma provincia. Convirtiendo a los residentes de la provincia de Catalunya uno de los segmentos del mercado potencialmente explotable.
- Los visitantes procedentes del Reino Unido son los más potenciales, representando un 39% de los turistas que visitan España, seguido de Alemania, Países Bajos, Suecia, Irlanda, Noriega, Francia e Italia.



Fuente: INE

AMENAZAS

- Hoteles captan el 64% del total de turistas que visitan la ciudad.



Fuente: INE

- Aumentó en el número de apartamentos ofertados (Octubre 2012 = 9.825).
- Reducción en un 1,5% el precio de los hoteles y hostales reducen precio en un 0.7% (Octubre 2012).

HITO 2

CAPÍTULO 3

ANALISIS INTERNO

FACTORES HUMANOS, COMERCIALES, FINANCIEROS Y DE GESTIÓN.

FORTALEZAS

- Se cuenta con un capital humano capacitado y proactivo. Que manejan altos estándares de capacidad de servicio, que tiene como misión asegurar dar respuesta oportuna y efectiva a los requerimientos del cliente potencial y/o huésped. A pesar de que la competencia puede contar con excelente capital humano, nuestro modelo incorpora un fuerte proyecto y/o propósito de capacitación y actualización constante de los conocimientos de nuestros capital humano. Siendo así una fortaleza de nosotros versus la competencia.
- Utilizamos redes sociales y portales relacionados al turismo para publicitar la imagen de la página web, buscando aumentar el tráfico de visitantes a la misma.
- Variedad de Servicios. Por ejemplo, clases de cocina (Paella), que invitan a que el huésped no solo coma, sino que pueda interactuar y participar en el proceso de elaboración de la comida.
- Servicio personalizado. Garantizamos la más oportuna y efectiva respuesta a los requerimientos de los clientes, en miras de hacerle cómodo y fácil el proceso de selección del inmueble a alquilar, ya sea por ubicación, características, etc.
- Agente de ventas residenciado en Venezuela, haciendo posible ampliar el horario de atención al cliente.
- Competidores conocidos, poca iniciativa para innovar y ofrecer mejores servicios.
- Contamos con una estructura de gestión que permite la incorporación de mayor variedad de apartamentos, tras la opción de ofrecer servicios de comercialización vs. otras compañías que se enfocan exclusivamente en ofrecer apartamentos de gestión completa. Esto permitiéndonos tener mayor variedad de apartamentos, con distintas características, ubicación, rangos de precios y que se ajusten a las necesidades del clientes/huésped.

- Variedad de productos y servicios, como por ejemplo que ofrecemos combos con productos alegóricos de la ciudad a bajo coste.
- Tenemos un sistema de gestión de apreciaciones que es gestionado rigurosamente para asegurar que las sugerencias y/o quejas que manifiesten los huéspedes sean canalizadas a la brevedad posible, lo cual nos permite mejorar los procesos más rápido que la competencia y garantizar la solución de los problemas con mayor rapidez. Se le da gran importancia a las sugerencias y que las mismas sean implementadas en miras de mejorar nuestros productos y servicios.
- Contamos con un protocolo pre-establecido para llevar a cabo una vez que el huésped se retira del inmueble, para asegurar su apreciación o testimonio, lo cual ayuda a crear fidelidad y reputación a nuestros productos y servicios.

DEBILIDADES

- Carencia de apartamentos con mejores estándares de calidad.
- Limitada capacidad de inversión en la promoción o impulso de la página web en buscadores. Se requieren altos niveles de inversión y tienen un ROI muy a largo plazo.
- Proceso de gestión de cada apartamento, por separado (no centralizado), lo cual dificulta que los requerimientos de los huéspedes sean canalizados inmediatamente.

HITO 3

CAPÍTULO 4

A continuación se enumerarán alguno de los objetivos que tiene esta propuesta de negocio. Según su [1]*"naturaleza, se hace referencia a objetivos económicos, técnicos y sociales. Los objetivos económicos son los que hacen referencia a magnitudes como costes, ventas, beneficios. Los técnicos se refieren a los procesos de mejora en la prestación de los servicios, como calidad o innovación. Los sociales tienen en consideración aspecto que van más allá de la propia empresa y que afectan a su entorno como son todos los relacionados con el medio ambiente, mejora de las condiciones laborales,…"*

- Se busca mejorar los servicios que ofrecemos a través de la centralización de nuestras operaciones, lo cual nos permitirá aplicar economías de escala, teniendo en una misma infraestructura más apartamentos a ofertar, con lo cual expandiríamos nuestro negocio logrando mejorar los procesos, tiempos, eficiencia y de igual forma permitiéndonos controlar los costes operativos y obtener como resultado una mayor y mejor rentabilidad.
- Fin último de toda propuesta de negocio es lograr unos altos niveles de ventas al menor costo posible, sin descuidar uno de los factores críticos como es la calidad.
- Ofrecer en una misma edificación mayor variedad de servicios, como lo será el salón de clases de cocina, una cafetería (entregada en concesión a una cadena de cafeterías), servicio de limpieza adicional del apartamento bajo solicitud del huésped, entre otros.
- Innovar y mejoras procesos en miras de generar ventajas competitivas significativamente atractivas para los clientes potenciales.
- Ofrecer mejores y mayor variedad de servicios.
- Apoyo y solución inmediata a los incidentes o requerimientos que tenga un huésped.
- Ampliación de la franja horaria de atención al cliente.

---

1 Fuente: Casanueva Rocha Cristóbal; García del Junco Julio ; Caro Gonzaléz F. Javier, "Organización y gestión de empresas turísticas", Edición Pirámide, 2004

- Ofrecer un elemento diferenciador, para los amantes de la naturaleza y activistas de la conservación del medio ambiente… a través de una campaña ecológica, que invite a los huéspedes a reciclar sus desechos así como ahorrar agua, luz y gas durante su estadía en nuestros apartamentos.
- Ofrecer estructura de pago de comisiones atractivas para los Ejecutivos de Ventas, que garanticen su esfuerzo para lograr un buen desempeño y verse compensados por él.
- Mejorar nuestra oferta de apartamentos, filtrando nuevamente los apartamentos incorporados al portafolio y establecer como política que una vez al año debe hacerse un chequeo de dichos apartamentos, para descartarlos de ser necesario, si la calidad y condiciones de sus apartamentos se ven desmejoradas.

El fin último de este proyecto es continuar con nuestro esfuerzo de asegurar diferenciarnos de la competencia, mejorar nuestras operaciones, simplificándolas y haciendo cada vez más rentable nuestro trabajo.

Es por ello que se evaluó la implementación del conocido concepto "Economía de Escala" a esta actividad comercial. Economías de Escala que [2]"supone al que las posea, debido a que sus altos volúmenes le permiten reducir sus costos, dificultando a un nuevo competidor entrar con precios bajos".

Dentro de los objetivos de la presente propuesta está igualmente plantear una estructura de bonificación por comisiones o por desempeño, que sea más atractiva para los trabajadores, asegurando su motivación y compromiso con la compañía.

---

2 El modelo de las cinco fuerzas de Porter. http://www.deguate.com/infocentros/gerencia/mercadeo/mk16.htm

E igualmente se tiene previsto implementar una campaña de conservación del ambiente en miras de asegurar igualmente una reducción en los costes operativos de la compañía a consecuencia de la concientización de los huéspedes que se alojen en nuestros apartamentos sobre importancia de proteger el medio ambiente.

Después de conocer los diferentes factores externos e internos, podemos hacer el análisis DAFO; que comprende las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades, relativas a nuestra compañía y como esta se ve afectada por la competencia y/o el entorno en el que se desarrolla e incorporar las estrategias asociadas a cada factor o elemento característico.

Este análisis es el que nos ofrecerá los factores clave para el éxito de este y son los que se deberán tener en cuenta para establecer posteriores estrategias.

	DEBILIDADES	**ESTRATEGÍAS A IMPLEMENTAR**
1.-	Huso horario entre distintos países dificulta que durante la noche en "Europa", los clientes potenciales que visiten Webs buscando opciones de hospedaje, no reciban atención personalizada y oportuna.	Contratar a 2 personas que estén residenciadas en lugares geográficos con distintos husos horarios, que garantice la ampliación de la franja horaria de atención al cliente y convirtiendo esto en una ventaja competitiva versus la competencia, que junto a la página web que ofrece no solo la posibilidad de contactarnos por correo electrónico sino también a través de Skype, garantizarán un servicio 24 horas x 7 días a la semana, los 365 días del año.
2.-	Se destinan pocos esfuerzos a hacer del conocimiento de nuestros servicios a los residentes de España.	Destinar esfuerzos y recursos en dar a conocer nuestros servicios en páginas web de interés nacional, que nos permita dar a conocer nuestros servicios a los residentes de España y en especial a los residentes de la provincia de Catalunya quienes conforman el 62% de los turistas procedentes de España que visitan Barcelona.
3.-	Carencia de mayor cantidad de apartamentos de calidad.	Desarrollar un protocolo exhaustivo a cumplir a la hora de evaluar y/o seleccionar los apartamentos a incorporar en nuestro portafolio y anualmente hacer revisión de los apartamentos del portafolio para asegurar que sus condiciones/servicio no hayan desmejorado.

	DEBILIDADES	ESTRATEGÍAS A IMPLEMENTAR
4.-	Limitada capacidad de inversión para promover la página web en buscadores.	Continuar trabajando en la incorporación de anuncios gratuitos y/o de bajo coste en páginas web de alta afluencia de cibernautas, en páginas de interés general como en páginas de turismo, viajes, etc.
5.-	Al contar con un proceso descentralizado de operaciones, tenemos como debilidad que la capacidad de respuesta de nosotros hacia los issues que pudiesen presentársele a los huéspedes suele ser de una franja horaria mayor a lo que ellos esperan.	Llevar a cabo el proceso de centralización de operaciones que entre uno de sus beneficios será el poder ofrecer una mejor, más eficiente y oportuna atención al cliente.
6.-	Al centralizar operaciones con los apartamentos de gestión completa, tendríamos como debilidad la disminución de la oferta de distribución geográfica de este tipo de apartamentos.	Aumentar el número de apartamentos anunciados en la Web solo por proceso de comercialización para compensar la disminución de los apartamentos que de estar dispersos por la ciudad, pasarán a estar incorporados en una única unidad comercial.

	AMENAZAS	ESTRATEGÍAS A IMPLEMENTAR
1.-	La estacionalidad forma parte de una amenaza que tienen todas las compañías con fines de lucro enfocados al turismo, incluso la nuestra.	Asegurar que nuestras operaciones no se vean fuertemente impactadas / afectadas por la estacionalidad típica de las ciudades, es el mantener constantemente ofertas y promociones durante las épocas con menos afluencia de turistas y promover el conocimiento de nuestros servicios a los turistas nacionales, quienes por la cercanía a la ciudad pueden ser clientes potencialmente interesados en aprovechar fines de semana a precio atractivos en una ciudad como Barcelona.
2.-	Los clientes cuentan con mayor cantidad de información y en ocasiones de tiempo para evaluar exhaustivamente que apartamento escoger.	Establecer campañas de comunicación de nuestros servicios, así como asegurar atención inmediata a las solicitudes y/o preguntas que tengan los clientes que visiten nuestra página Web o que nos contacten, para asegurar darle la mejor atención personalizada posible, ofreciéndole toda la información que solicite y/o pudiese interesarle en miras de crear un enganche entre el cliente y nuestro servicio y que tome la decisión de no solo dejarse asesorar por nuestro equipo de trabajo, sino que decida alquilar nuestros apartamentos.
3.-	Los hoteles captan el 64% del total de turistas que visitan la ciudad y durante el 2012 se registró una disminución en sus precios de 1,5%.	Desarrollar estructuras de costo que nos permitan controlar los mismos, y hacer lo más rentable posible las operaciones en miras de asegurar tener precios competitivos versus la competencia y hoteles, sin descuidar la calidad de nuestros productos y servicios.
4.-	Para Octubre del 2012 ya se habían registrado 9.825 apartamentos.	

	FORTALEZAS	ESTRATEGÍAS A IMPLEMENTAR
1.-	Protocolo bien establecido para solicitud de apreciaciones/testimonios de nuestros huéspedes.	A pesar de tener un sólido proceso de solicitud de apreciaciones, considerándose una fortaleza de nuestra compañía versus la competencia, en miras de seguir mejorando nuestros servicios y asegurar un mayor impacto ante los clientes potenciales con la incorporaciòn de apreciaciones de nuestros huéspedes, se tiene trazada como estrategia aacer más representativo el testimonio que dá cada huésped, implementando proceso de solicitud de llenado de encuesta, que permita que el huésped pueda hacer una valoración cuantitativa y cualitativa de nuestros productos y servicios.
2.-	Los testimonios de los huéspedes son canalizados inmediatamente así como la implementación de mejoras en nuestros servicios, según sugerencias aportadas por los huéspedes.	
3.-	Contamos con una gran variedad de apartamentos ubicados en distintas áreas de la ciudad. A pesar de que esto es una condición que cumplen algunos competidores, nosotros al actuar como agencia contamos con una variedad más amplia e incluso varias opciones en los mismos barrios, permitiendo una variedad mayor de opciones “elegibles” para los clientes.	
4.-	Incluimos en nuestra página Web información sobre los eventos próximos a las fechas de visita de los clientes y ofreciendo como ventaja competitiva versus la competencia la posibilidad de gestionar las entradas y obtener mayor información sobre dichos eventos a través de nosotros, facilitándole al cliente la gestión de entradas, recepción de las mismas, etc.	
5.-	Ofrecemos clases de cocina de paella y/o cualquier otra comida española que el cliente desee probar y aprender a cocinar. Se ofrece la oportunidad de que un chef visite el apartamento de los huéspedes y les cocine una suculenta paella, en la cual se permite que los mismos huéspedes participen en el proceso de elaboración de la comida.	Con la centralización de las operaciones está prevista la incorporación de un área de cocina amplio en la misma edificación que permita ofrecer clases de cocina a una mayor cantidad de huéspedes, sin causarle a ellos incomodidades en su apartamento para llevar a cabo esta actiividad e incluso poder ofrecer clases a turistas que aunque no esén hospedados en nuestros apartamentos, sientan inquietud en aprender sobre el proceso de elaboración de comidas típicas españolas; acompañado de un show de flamenco y degustación de vinos típicos españoles.
6.-	Competencia conocida, con poca iniciativa de innovación ni disposición de ofrecer nuevos servicios.	Continuar con nuestro proceso de actualización tecnológica, mejoras operativas y gerenciales, que garanticen el alcance de nuestro fin ultimo, tener las mejores ventajas competitivas del mercado.
7.-	Contamos con las licencias y permisología legal aprobada por los entes gubernamentales respectivos, para realizar la actividad comercial en cuestión. Permisología que muy pocas compañías competidoras, lo tienen.	

	OPORTUNIDADES	ESTRATEGÍAS A IMPLEMENTAR
1.-	Altos niveles de desempleo, mayor cantidad de candidatos elegibles.	Trazar buenas estructuras de comisiones y/o bonificación por resultados de la compañía de modo de poder ofrecer sueldos no muy elevados, que por la carencia de opciones de empleo, motive a los empleados a trabajar por los resultados en miras de garantizarse un mejor ingreso.
2.-	Barcelona, una ciudad empresarial. Con gran cantidad de empresas productivas, por lo que hay una gran afluencia de visitantes por motivo de Negocios.	Ofrecer paquetes convenientes directamente a las empresas más importantes de la ciudad.
3.-	Innovar los procesos y/o medios de telecomunicación utilizados hasta el momento para hacernos más competitivos en el mercado frente a otros competidores.	Desarrollar una aplicación descargable "gratis" diseñada para Smartphones, que te permita hacer búsqueda de alojamiento, visualización de fotos, testimonios de otros huéspedes, mapa con la ubicación del apartamento y los lugares de interés de la zona, verificar ofertas y promociones, visualizar mapa con la ubicación de los apartamentos y los principales lugares de interés de los alrededores y que ofrezca la oportunidad de que el cliente pueda realizar su
4.-	Un mercado en crecimiento constante desde el 2008, el cual ofrece muchos retos y oportunidades. Muchos ofertantes no tienen ningún tipo de certificación legal para dicha actividad comerciales, no tienen infraestructura adecuada y/o de calidad.	Mantener altos estandares de calidad y servicio al cliente que garanticen la recurrencia de huespedes que ya nos hayan visitado y la propagación de sus "buenas" experiencia con nosotros a amigos, familiares, compañeros, etc. Y hacer del conocimiento de ellos nuestra legalización en nuestras operaciones, lo cual activará en ellos una seguridad y confianza distinta hacia nuestros productos y servicios.
5.-	Hacer del conocimiento de los habitantes de la Provincia de Catalunya de nuestros productos y servicios. 62% del turista "nacional" que visita Barcelona es procedente de la misma Provincia de Catalunya.	Implementando campañas publicitarias en páginas de interes nacional.

En el área de Recursos Humanos se tiene estipulado conseguir jóvenes con educación media/superior, que tengan amplio conocimiento y dominio "indispensable" del idioma inglés y como segunda lengua francés y/o italiano y el castellano como idioma "deseable". Todo esto en miras de asegurar que el cliente potencial cuente con una comunicación más fluida, transparente y clara con nuestro equipo de trabajo, que le genere una mayor confianza en su proceso de toma de decisión sobre dónde hospedarse durante sus vacaciones o viaje de trabajo.

Contar con un equipo multidisciplinario correctamente capacitado y entrenado para atender los requerimientos de los clientes, desde el momento en el que realiza el primer contacto hasta el momento en el que se retira de nuestros apartamentos.

Para ello tenemos programado dictar cursos internos en la compañía de capacitación y adiestramiento de todos los procesos que se llevan a cabo en el negocio, así como involucrar al personal en cursos relacionados con ventas, atención al cliente, turismo, etc. de modo de poder contar con un personal altamente capacitado y actualizado en materias relativas a su trabajo y el entorno cambiante.

En lo concerniente a las ventas, con la implementación de este proyecto que traerá mejoras considerables en las operaciones de la compañía, ya que contará con un total de 8 apartamentos en una misma infraestructura se tiene previsto implementar una atractiva estructura de comisiones que motive a los Ejecutivos de Ventas a trabajar en pro de los resultados de la compañía y garanticen alcanzar y/o superar nuestro estimado. Estimados que estarán calculados trimestralmente y en función al cumplimiento de dichos objetivos, cada Ejecutivo podrá optar al cobro de comisiones o compensación por desempeño del trimestre.

Entendiéndose que una de las claves del éxito gerencialmente hablando es hacerle seguimiento a los resultados y/o desempeño que se va obteniendo, de manera de asegurar la implementación y cumplimiento de los procesos previamente establecidos y/o recomendados.

Es de aquí donde surge la necesidad de los indicadores de gestión.

Gestión comprende el proceso de técnicas, conocimientos y recursos, para llevar a cabo la solución de tareas eficientemente o lo que es lo mismo tener un desempeño destacado en la realización de sus tareas y/o responsabilidades.

Entiende entonces que desempeño [3]*"…como aquellas acciones que son relevantes para lograr los objetivos de la organización, y que pueden ser medidas en términos de contribución a las metas de la empresa. El desempeño es un concepto relativamente nuevo y, en principio, nos conduce a un concepto plural, que busca englobar diversos factores en un elemento mesurable y cuantificable. Se puede interpretar el desempeño como una noción estratégica, en la que se asocian las metas logradas y los recursos organizativos utilizados para este fin…"*

Lo deseado es conseguir un equipo capacitado y dispuesto a alcanzar el mejor desempeño que se relaciona [4]*"…con la rentabilidad, eficiencia y productividad, productos, insumos, resultados, recursos, efectividad, medios, gastos, ingresos, oportunidad, congruencia y factibilidad en la toma de decisiones". Mientras que 5"los objetivos tienen como finalidad guiar el desempeño hacia el logro de la estrategia organizacional"* y es el deber ser que el equipo de trabajo de toda compañía, en sincronía, velen por el cumplimiento de los objetivos, teniendo el mejor desempeño y asegurando que los indicadores de gestión igualmente lo confirmen.

Cumpliendo con los criterios y/o atributos (medible, entendible y controlable) que debe caracterizar a los Indicadores de Gestión, se definieron los siguientes para hacer seguimiento a los procesos que se llevan a cabo en miras de asegurar el mejor desempeño y resultado de los esfuerzos y recursos que se emplean.

---

3 Fuente: Indicadores de Gestión por Cruz Lezama Osaín.

4 Fuente: Indicadores de Gestión por Cruz Lezama Osaín.

Alguno de los indicadores a implementar:

Eficiencia en la gestión de peticiones	=	Número de peticiones que ingresan al sistema / Número de reservas que se formalizan	x 100
Eficiencia en las ventas	=	Facturación alcanzada / Facturación deseada	x 100
Eficiencia en la solicitud de testimonios de huespedes	=	Nº de reservaciones realizadas / Nº de testimonios obtenidos	x 100
Calidad	=	Volumen de testimonios negativos / Nº de reservaciones realizadas	x 100
Eficiencia en el uso de recursos de trabajo	=	Nº de reservaciones realizadas / Nº de llamadas telefonicas realizadas	x 100
Relación Deuda / Capital	=	Deuda Total / Patrimonio	x 100
Margen en operaciones	=	Utilidad en Operaciones / Ventas Netas	x 100
Rentabilidad Total	=	Utilidad Neta / Activo Total Promedio	x 100

HITO 4

CAPÍTULO 5

POSICIONAMIENTO

Como empresa queremos consolidar un liderazgo en el alquiler de viviendas destinadas al sector turismo/hospedaje en Barcelona España, con miras de impulsar a largo plazo nuestra imagen y concepto hacia otras ciudades de importancia turística alrededor del mundo.

Como servicio, buscamos posicionarnos como la compañía líder en ofrecer una relación confiable entre la calidad – valor de nuestros productos y servicios.

En la mente del cliente, ofreciendo un servicio y seguridad durante el intercambio comercial, que garantice fidelizar dicho cliente/huésped y que no solo nos tome en consideración para futuras visitas, sino que sea replicador de su experiencia con nosotros.

PRODUCTOS Y SERVICIOS

La relación de intercambio comercial que se realiza en nuestra compañía y nuestro clientes (propietarios y clientes que disfrutan de dichos apartamentos) al igual que cualquier intercambio comercial/empresarial, consiste en ofrecer un servicio de hospedaje en apartamentos turísticos a cambio de un beneficio monetario.

Entendiendo esto podemos definir los dos (2) productos que ofrecemos como compañía a los clientes que desean hospedarse en apartamentos vacacionales o de turismo en la ciudad de Barcelona-España:

1.- Apartamentos de gestión completa.

2.- Apartamentos de comercialización.

Serán enumerados a continuación los servicios que la compañía ofrece a los clientes interesados en alquilar un apartamento; servicios y/o responsabilidades de las cuales quedan relegados los propietarios de apartamentos que nos ceden la responsabilidad de realizar todas las actividades de gestión de sus apartamentos, por lo cual nosotros recibiremos un beneficio monetario.

- Información y soporte durante el proceso de selección de apartamento en función a sus necesidades y/o requerimientos.
- Limpieza de los apartamentos.
- Recepción de los huéspedes.
- Resolución de problemas durante la estancia del huésped.
- Variedad de formas de pago: electrónico a través de la página web, PayPal, con efectivo, con tarjeta de crédito al momento de hacer el check in y/o transferencias bancarias.
- Suministro de mapas e información de interés al momento del check in.
- Limpiezas adicionales al apartamento, previa solicitud del cliente.
- Traslado del aeropuerto al apartamento (de ser solicitado).
- Gestión de tickets a eventos que permitan dar un servicio personalizado al cliente.
- Clases de cocina (Paella), que invitan a que el huésped no solo coma, sino que pueda interactuar y participar en el proceso de elaboración de la comida.

Uno de los objetivos vinculados al proyecto de negocio que se ofrece es la posibilidad de mejorar y ampliar la gama de servicios que se ofrecen al huésped.

Con una centralización de las operaciones, se podría ofrecer en una misma infraestructura una mayor variedad de opciones y/o servicios al disfrute de nuestros huéspedes.

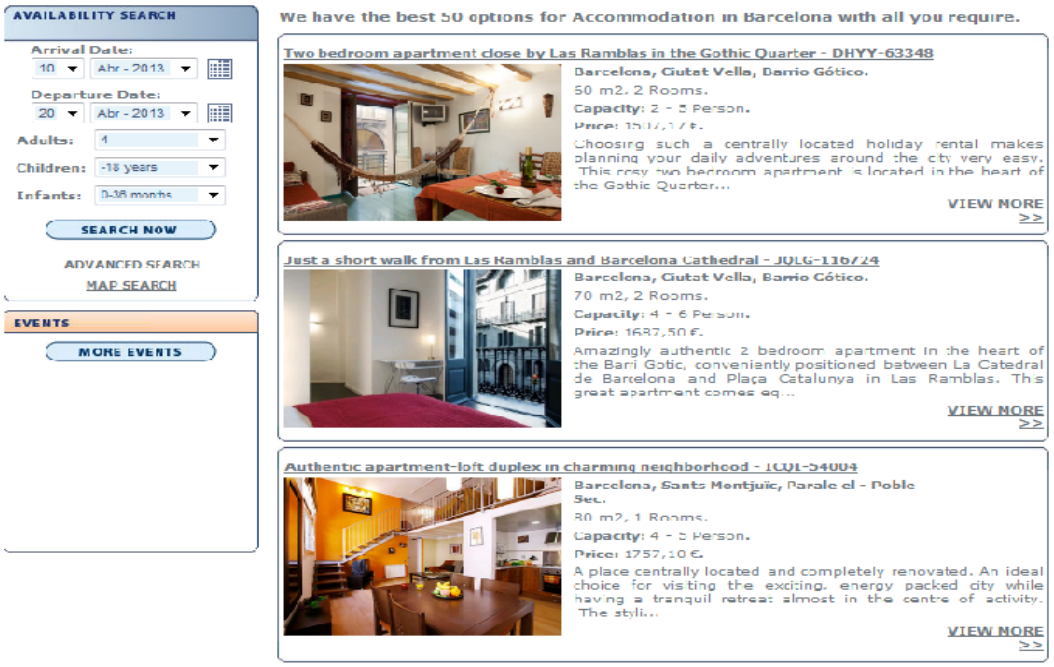
Ahora bien, como producto adicional tenemos los apartamentos que son comercializados en nuestra página Web. Apartamentos que corresponden a terceros, ya sean particulares o pequeñas agencias que aceptan y/o solicitan que sus apartamentos (luego de un proceso exhaustivo de verificación del estado y condiciones de dichos apartamentos) sean publicados y ofertados en nuestra página web.

Esta estrategia permite la ampliación en la variedad de apartamentos/productos a ofrecer al cliente potencial que visita nuestra página web con intención de alquilar un apartamento donde hospedarse durante su visita a la ciudad.

Los servicios que brindamos en este tipo de apartamentos/productos anteriormente expuestos son básicamente:

- Información y soporte durante el proceso de selección de apartamento en función a sus necesidades y/o requerimientos.
- Variedad de formas de pago: electrónico a través de la página web, PayPal o a través de transferencia bancaria.
- Soporte o ayuda para cualquier requerimiento que tenga previo a su llegada.
- Suministrar información de la reserva y requerimientos del huésped al asociado comercial oportunamente.

A continuación se adjunta detalles de alguno de nuestros productos y se adjunta la información que sale en cada uno de los apartamentos a consultar, la cual tiene toda la información requerida para que el cliente pueda decidir en función a dicha descripción cuál de los productos ofertados satisfagan sus necesidades.



Cálido y confortable apartamento cerca del Port Vell - HYUT-45111

Barcelona, Ciutat Vella, Barrio Gótico

55 m2, 2 habitaciones

En este alojamiento, el tiempo mínimo de alquiler es: 3 noches.

Posibilidad de Parking (a menos de 200 m -0.16 millas-).

Capacidad
4 - 4
personas

VER MAPA >> **VER DISPONIBILIDAD >>**

ALOJAMIENTO

Superficie Útil: 55 m2
Última Renovación: 2005
Capacidad Regular: 4 personas
Capacidad Máxima: 4 personas
Número de Dormitorios: 2 habitaciones
Número de Baños: 1 (1 bañera)
Número de Balcones: 1

- √ Cocina Independiente
- √ Salón
- √ Comedor

EDIFICIO / ENTORNO

Fecha de Construcción: 1800
Última Renovación: 2002

- √ Facilidades de aparcamiento

EQUIPO

Camas: 2 individual, 1 doble, 1 cuna o parque bebé.

- √ Hervidor de Agua (Kettle)
- √ Calefacción
- √ Aire Acondicionado
- √ Internet ADSL
- √ WiFi
- √ Ventiladores
- √ TV
- √ DVD
- √ Equipo de Música
- √ Nevera
- √ Trona p/bebé
- √ Horno
- √ Microondas
- √ Tostadora
- √ Plancha
- √ Cafetera Eléctrica

UBICACIÓN Y ACCESIBILIDAD

DIRECCIÓN

Barcelona, Ciutat Vella, Barrio Gótico, Calle Nou de Sant Francesc, Piso 2.

SITIOS DE INTERÉS CERCANOS

Centro Ciudad, Comercios, Museos, Mar, Playa, Bar, Discoteca, Montaña, Sitio de Interés Cultural, Puerto, Palau Güell, Las Ramblas, Museu Marítim, Catedral de Barcelona, Plaça Reial, Maremagnum, Mercat de la Boqueria, Museu d'Art Contemporani MACBA, CCCB, Universitat Pompeu Fabra.

Estaciones de metro más próximas: Drassanes, Jaume I (L3, L4, Train RENFE (rodalies))

Mapa Detallado

Mapa Ciudad

Descripción

Apartamento encantador situado en un barrio típico y céntrico cerca de Las Ramblas en pleno corazón del Barrio Gótico de Barcelona.

Este encantador apartamento (2º piso) está situado en el corazón de Barcelona, cerca del ***Port Vell****, el antiguo puerto de la ciudad, da a una calle peatonal muy tranquila. Cálido y confortable, el comedor dispone de un balcón y de una cocina abierta, totalmente equipada. La habitación principal es amplia y sus ventanas, al igual que el balcón, también da a la calle. Dispone en total de una cama doble, un armario y un tocador. La otra habitación da a un pequeño patio de luces para la ventilación, y tiene dos camas individuales con sus armarios. El baño incluye una pequeña bañera.*

En la noche, y sin ir muy lejos, podrán disfrutar de algunos de los mejores ***restaurantes*** *de* ***tapas*** *de la ciudad además de* ***jazz-clubs****,* ***bares de reggae****,* ***pubs****, bares de moda,* ***discotecas*** *y lugares inimaginables que se encuentran en el* ***Barrio Gótico*** *también. Otros lugares de interés a pocos pasos del apartamento son el* ***Puerto Olímpico*** *y* ***las playas****,* ***Las Ramblas****, el* ***mercado de La Boquería*** *, el* ***Teatro del Liceo****,* ***La Catedral Basílica de Barcelona****, el* ***Ayuntamiento en la Plaza San Jaime****: todos ellos a solo un minuto a pie desde el apartamento. Tampoco podemos olvidarnos de los restos de la* ***muralla romana*** *de "Barcino", nombre de Barcelona durante su pasado romano.*

Parking

Hay varias opciones de parking cerca. Además, les proponemos estas dos opciones más económicas:

1. Hay un aparcamiento no muy lejos del apartamento (+/- 900 m) el cual tiene un precio de +/- 57 euros por 3 noches, +/- 85 euros por 5 noches, +/- 102 euros por 7 noches, +/- 114 euros por 10 noches, +/- 137 euros por 15 noches, etc. (deberá de preguntar por el pase diario). En el caso que vaya a usar el coche durante su estancia, se hará el posible el hecho de que no tenga que pagar otra vez. Pensamos que es un buen precio puesto que no es fácil encontrar aparcamiento en las calles del centro de Barcelona y los precios son de +/- 25-40 euros por día de media.

2. Hay otro parking no muy lejos del apartamento (+/- 2.1 Km) donde podrá aparcar el coche solamente por 75 euros por un máximo de 8 días. En el caso que vaya a usar el coche durante su estancia, se hará el posible el hecho de que no tenga que pagar otra vez. Es una buena alternativa si no va a utilizar el coche durante su estancia. Le aconsejamos asimismo de utilizar el transporte público.

CALENDARIO DE DISPONIBILIDAD | SERVICIOS Y CONDICIONES | PRECIOS

Fecha de Llegada: 10 May - 2013

Fecha de Salida: 15 May - 2013

Adultos: 4

Niños: -18 años

Infantes: Hasta 36 meses

RESERVAR

<< MES >>

Abril 2013

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sá	Do
1	2	3	4	5	6	7
8	9	10	11	12	13	14
15	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29	30					

Mayo 2013

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sá	Do
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29	30	31		

Junio 2013

Lu	Ma	Mi	Ju	Vi	Sá	Do
					1	2
3	4	5	6	7	8	9
10	11	12	13	14	15	16
17	18	19	20	21	22	23
24	25	26	27	28	29	30

Disponible

No Disponible

CALENDARIO DE DISPONIBILIDAD | SERVICIOS Y CONDICIONES | PRECIOS

SERVICIOS INCLUIDOS

√ Limpieza Final

√ Sábanas y Toallas

SERVICIOS ADICIONALES

√ Limpieza Adicional: 39.99 €

√ Entrada y Salida en horario nocturno (21h00 a 9h00): 40.00 €

CONDICIONES GENERALES

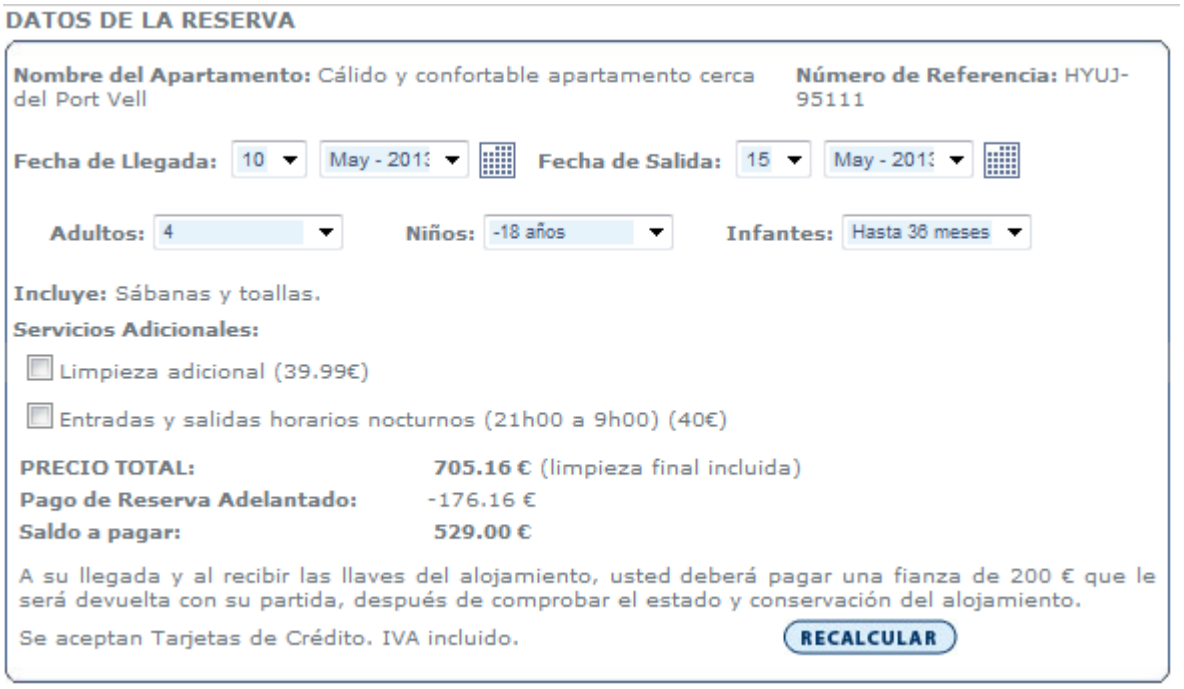
Período mínimo de alquiler (noches): 3

√ IVA Incluido

√ Depósito de Fianza 200 €

√ Estancias Cortas permitidas en Temporada alta

Dentro de los Servicios que brindamos es la oportunidad de hacer la reservación del apartamento a través de la página web, con un sistema bastante amigable y sencillo. A continuación se adjuntan imágenes del módulo de reserva.



DATOS PERSONALES

*Nombre:	Jessica	*Apellido:	Casanas
*E-mail:	anonimo@mail.com	*Comprobación de E-mail:	anonimo@mail.com
*Dirección:	Caracas	*Ciudad:	Caracas
Código Postal:		*País:	Venezuela
*Nacionalidad:	Venezuela	Saludo:	Señorita
*Fecha de Nacimiento:	1 / 1 / 1984	Número de Pasaporte:	
*Teléfono:	+58 212 5555555	Fax:	
SMS Móvil:		*Idioma:	ESPAÑOL

LLEGADA A BARCELONA

Procedencia:	Caracas - Venezuela	Transporte:	(•) Avión ( ) Coche ( ) Crucero ( ) Otro
Lugar de Llegada:	Aeropuerto de Barcelona	Otro:	
Hora de Llegada:	12 / 30	Llegada al Alojamiento:	15 / 30

Motivo del Viaje:

[x] Turismo [ ] Negocios [x] Feria [ ] Fiestas [ ] Futbol [ ] Deporte [ ] Crucero

[x] *Leí y Acepto los Términos y Condiciones de Sunny Accomodation, C.A. para esta reserva

Comentarios:

CANCELAR ACEPTAR

PLAN DE PRECIOS

La estrategia prevista para implementar iniciando el proceso de apertura y/o inauguración del presente proyecto irá inicialmente enfocada en asegurar competitivos vs. la competencia, que se correspondan con la calidad y servicios que se ofrecen, asegurando una total satisfacción del cliente/huésped.

Con la centralización de las operaciones buscamos no solo mejorar los procesos operacionales, administrativos y gerenciales, sino adicionalmente lograr alcanzar una mejor y menor estructura de costos, que nos permita aumentar nuestra rentabilidad y de igual forma poder ofrecer unos precios más competitivos vs. los precios de la competencia.

Dentro de las políticas que tendremos establecidas en cuanto a los precios tendremos:

- Precios promocionales, las compañías asignan temporalmente precios a sus productos por debajo de lo normal. Si bien esta estrategia adopta varias formas, se puede definir en términos generales como que es utilizada de forma temporal para incrementar las ventas a corto plazo, estrategia a implementar durante las épocas de temporada baja de visita de turistas.
- Fijación de precios por el número de pernoctaciones: basa su teoría, en recompensar a los clientes por reservaciones extensas (de más de 4 noches). En función a aumentos en el número de noches el precio irá ajustándose a beneficio del cliente.
- Estrategia de trabajar precios por la “capacidad regular” de cada apartamentos, en miras de que no sea tan costoso para 2 personas hospedarse en un apartamento que tenga capacidad para 4 personas.
- Descuento a huéspedes recurrentes e incluso para aquellos que nos hayan recomendado a otros clientes y que los mismos nos hayan visitado.

En la página web se encuentra un módulo con información sobre las promociones que hay y las fechas en cada caso.

¡Descubra nuestras sorprendentes 67 Ofertas y "Último Minuto" en Barcelona!

Apartamento modernizado en el distrito del Born - RYYX-75265

Barcelona, Ciutat Vella, Sant Pere

35 m2,1 habitaciones.

Capacidad: 2 - 3 Personas

Precio: 50.00 - 105.00 euros/noche.

Desde:	24/02/2013	-20%	Reserve
Hasta:	27/02/2013		

Un estudio de 35 m2 completamente modernizado en una zona encantadora de Barcelona. Está situado en El Born, una bonita e histórica zona, con multitud de opciones culturales y de entreteni...

VER MÁS >>

Comodidad y elegancia junto al Futbol Club Barcelona - LWVA-102106

Barcelona, Les Corts, Les Corts

48 m2,2 habitaciones, Terraza.

Capacidad: 4 - 4 Personas

Precio: 220.00 - 220.00 euros/noche.

Desde:	28/02/2013	-50%	Reserve
Hasta:	02/03/2013		
Desde:	02/03/2013	-35%	Reserve
Hasta:	03/03/2013		
Desde:	03/03/2013	-50%	Reserve
Hasta:	09/03/2013		
Desde:	09/03/2013	-35%	Reserve
Hasta:	10/03/2013		
Desde:	10/03/2013	-50%	Reserve
Hasta:	12/03/2013		

¡MUY BUENA RELACIÓN CALIDAD-PRECIO! - CON TERRAZA - Espacioso y atractivo apartamento de dos habitaciones en edificio moderno cerca del estadio de fútbol del FC Barcelona en el agradable barrio de ...

VER MÁS >>

PLAN DE COMUNICACIÓN Y PROMOCIONES:

- Sabiendo que a pesar que hay una gran variedad de segmentos a abarcar, el que nos representa mayor interés de penetración es el segmento de padres con hijos. Es por ellos que se buscará publicitar nuestra página web en páginas de interés general, páginas de turismo, educación a padres, de negocios, de información de interés de las mujeres, etc.
- Plan Fidelidad, que ofrece como beneficios la aplicación de descuentos en estadías para turistas que recurrentemente se alojen en nuestras instalaciones, para aquellos que han realizado apreciaciones de sus experiencias en nuestros apartamentos así como acumulación de puntos canjeables por descuentos para aquellos fans que recomienden nuestros servicios a conocidos.
- Combos alegóricos al país y la ciudad. Se ofertan la posibilidad de solicitar combos de bienvenida con productos alegóricos a la ciudad, ya sea desde artículos alegóricos a las costumbres, cultura, a los equipos de futbol así como productos de consumo tradicionales tanto de la provincia, como del país.
- Servicios de adorno y/o ambientación del apartamento de acuerdo a los requerimientos del huésped de tratarse de un viaje de parejas, romántico, por luna de miel o afines.
- Compartir con los clientes potenciales que visiten nuestra página web, comentarios y apreciaciones de huéspedes que hayan disfrutado de nuestros productos y servicios.

¡¡Lea los testimonios de nuestros huéspedes!!

"El apartamento es tal como se describe. El sitio centrico y con tiendas alrededor. el metro cerca. Ahora la escalera de acceso necesita pintura ....urgentemente."
Mr. Jose angel d. - España

"Location - perfect, walking distance to all main tourist attractions, or public transport. First impression of a building was very bad, as it is old, dark, and quite dirty, but luckily appartment itself is clean and comfortable. The only complain I can say is lack of small things, toilet paper (only 1), etc."
Mr. Daniel O. - Pologne

"alloggio comodo e molto carino.la zona è tranquilla e molto caratteristica ma soprattutto il proprietario è molto gentile e disponibile"
Miss Simona m. - Italia

"It's nice appartment in the city centre, when you can feel the spirit of Barcelona."
Mrs. Olga B - Russia

"It's nice appartment in the city centre, when you can feel the spirit of Barcelona."
Mrs. Olga B - Russia

- Clases de paella tras previa solicitud del cliente, las cuales se podrán realizar en el mismo apartamento que el cliente haya reservado o en un espacio común que se estará habilitando en las instalaciones del edificio para realizar este tipo de actividades. Se tiene previsto poner en marcha este proyecto entre el segundo y tercer año una vez que se arranque la centralización de las operaciones, mientras tanto se alquilarán los locales comerciales para garantizar un ingreso fijo.

PLAN DE VENTAS

A continuación se adjunta información sobre los pronósticos de ventas para los primeros tres (3) años. Los ingresos son calculados en función a la ocupación que históricamente se registra por temporada, número de personas promedio que se hospedan por vivienda y se relaciona cada tipo de apartamento por separado y se detalla igualmente los ingresos provenientes del alquiler de los locales comerciales.

INGRESOS 1er AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**
Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10	Apart. 3 Habitaciones	5	Locales comerciales	2
1 habitación especial	1	1 habitación especial	1		

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESO APARTAMENTOS DE TRES (3) HABITACIONES													
Apartamentos	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Temporada	baja	media	media	alta	alta	alta	super alta	super alta	alta	media	media	baja	
Ocupación promedio	40.00%	45.00%	50.00%	65.00%	75.00%	65.00%	75.00%	75.00%	65.00%	50.00%	45.00%	40.00%	57.50%
Promedio de ocupación	3.00	4.50	4.00	6.00	5.00	5.00	5.00	8.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.63
Capacidad Regular	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00	
Average Persona Extra	1.00	1.50	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
Precio por noche	110.00	130.00	130.00	170.00	150.00	150.00	150.00	170.00	130.00	130.00	110.00	110.00	
Precio persona adicional	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
Ingreso													
Sobre capacidad regular	1,320.00	1,755.00	1,950.00	3,315.00	3,375.00	2,925.00	3,375.00	3,825.00	2,535.00	1,950.00	1,485.00	1,320.00	29,130.00
Sobre persona adicional	186.00	283.50	232.50	877.50	697.50	585.00	697.50	1,743.75	292.50	232.50	202.50	186.00	6,216.75
Ingreso por apartamento	1,506.00	2,038.50	2,182.50	4,192.50	4,072.50	3,510.00	4,072.50	5,568.75	2,827.50	2,182.50	1,687.50	1,506.00	35,346.75
Ingreso por Apartamentos de tres (3) habitaciones	7,530.00	10,192.50	10,912.50	20,962.50	20,362.50	17,550.00	20,362.50	27,843.75	14,137.50	10,912.50	8,437.50	7,530.00	176,733.75

INGRESOS 1er AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10
1 habitación especial	1

Apart. 3 Habitaciones	5
1 habitación especial	1

Locales comerciales	2

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESO APARTAMENTOS DE UNA (1) HABITACION													
Apartamentos	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Temporada	baja	media	media	alta	alta	alta	super alta	super alta	altat	media	media	baja	
Ocupación promedio	40.00%	45.00%	50.00%	65.00%	75.00%	65.00%	75.00%	75.00%	65.00%	50.00%	45.00%	40.00%	57.50%
Promedio de ocupación	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.17
Capacidad Regular	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	
Average Persona Extra	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Precio por noche (2 pp)	70.00	80.00	80.00	115.00	110.00	110.00	110.00	120.00	80.00	80.00	80.00	70.00	
Precio persona adicional	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	840.00	1,080.00	1,200.00	2,242.50	2,475.00	2,145.00	2,475.00	2,700.00	1,560.00	1,200.00	1,080.00	840.00	19,837.50
Sobre persona adicional	0.00	0.00	0.00	292.50	0.00	0.00	0.00	337.50	0.00	0.00	0.00	0.00	630.00
Ingreso por apartamento	840.00	1,080.00	1,200.00	2,535.00	2,475.00	2,145.00	2,475.00	3,037.50	1,560.00	1,200.00	1,080.00	840.00	20,467.50
Ingresos Apartamentos de una habitación	8,400.00	10,800.00	12,000.00	25,350.00	24,750.00	21,450.00	24,750.00	30,375.00	15,600.00	12,000.00	10,800.00	8,400.00	204,675.00

INGRESOS 1er AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10		Apart. 3 Habitaciones	5	Locales comerciales	2
1 habitación especial	1		1 habitación especial	1		

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESOS APARTAMENTOS CON HABITACIONES ESPECIALES													
INGRESO APARTAMENTOS DE 3 + 1 HABITACIÓN ESPECIAL													
Apartamentos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Temporada	baja	media	media	alta	alta	alta	super alta	super alta	altat	media	media	baja	
Ocupación promedio	40.00%	45.00%	50.00%	65.00%	75.00%	65.00%	75.00%	75.00%	65.00%	50.00%	45.00%	40.00%	57.50%
Promedio de ocupación	3.00	4.50	4.00	4.40	4.00	4.17	4.67	5.00	4.34	4.00	4.00	4.66	4.23
Capacidad Regular	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00	
Average Persona Extra	1.00	1.50	1.00	1.40	1.00	1.17	1.67	2.00	1.34	1.00	2.00	1.66	
Precio por noche (2 pp)	140.00	150.00	150.00	180.00	170.00	170.00	170.00	180.00	150.00	150.00	140.00	150.00	
Precio persona adicional	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	1,680.00	2,025.00	2,250.00	3,510.00	3,825.00	3,315.00	3,825.00	4,050.00	2,925.00	2,250.00	1,890.00	1,800.00	33,345.00
Sobre persona adicional	248.00	378.00	310.00	546.00	465.00	456.30	776.55	930.00	522.60	310.00	540.00	411.68	5,894.13
Ingreso por apartamento	1,928.00	2,403.00	2,560.00	4,056.00	4,290.00	3,771.30	4,601.55	4,980.00	3,447.60	2,560.00	2,430.00	2,211.68	39,239.13
Ingreso Apartamento 3+1 habit. especial	1,928.00	2,403.00	2,560.00	4,056.00	4,290.00	3,771.30	4,601.55	4,980.00	3,447.60	2,560.00	2,430.00	2,211.68	39,239.13

INGRESOS 1er AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**
Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10	Apart. 3 Habitaciones	5	Locales comerciales	2
1 habitación especial	1	1 habitación especial	1		

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESOS APARTAMENTOS CON HABITACIONES ESPECIALES													
INGRESO APARTAMENTO 1 + 1 HABITACIÓN ESPECIAL													
Apartamentos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Temporada	baja	media	media	alta	alta	alta	super alta	super alta	altat	media	media	baja	
Ocupación promedio	40.00%	45.00%	50.00%	65.00%	75.00%	65.00%	75.00%	75.00%	65.00%	50.00%	45.00%	40.00%	57.50%
Promedio de ocupación	2.00	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	3.92
Capacidad Regular	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	
Average Persona Extra	1.70	1.50	1.50	1.35	1.30	1.35	1.25	1.25	1.35	1.50	1.55	1.70	
Precio por noche (2 pp)	100.00	120.00	120.00	160.00	150.00	150.00	160.00	160.00	140.00	120.00	100.00	120.00	
Precio persona adicional	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	1,200.00	1,620.00	1,800.00	3,120.00	3,375.00	2,925.00	3,600.00	3,600.00	2,730.00	1,800.00	1,350.00	1,440.00	28,560.00
Sobre persona adicional	360.00	810.00	900.00	1,170.00	1,012.50	1,170.00	1,687.50	1,687.50	1,170.00	900.00	810.00	720.00	12,397.50
Ingreso por apartamento	1,560.00	2,430.00	2,700.00	4,290.00	4,387.50	4,095.00	5,287.50	5,287.50	3,900.00	2,700.00	2,160.00	2,160.00	40,957.50
Ingreso Apartamento 1+1 habit. especial	1,560.00	2,430.00	2,700.00	4,290.00	4,387.50	4,095.00	5,287.50	5,287.50	3,900.00	2,700.00	2,160.00	2,160.00	40,957.50
Ingreso por Locales Comerciales													
Ingreso por Locales Comerciales							1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	9,000.00
INGRESO TOTAL	19,418.00	25,825.50	28,172.50	54,658.50	53,790.00	46,866.30	56,501.55	69,986.25	38,585.10	29,672.50	25,327.50	21,801.68	461,605.38

INGRESOS 2do AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10
1 habitación especial	1

Apart. 3 Habitaciones	5
1 habitación especial	1

Locales comerciales	2

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESO APARTAMENTOS DE TRES (3) HABITACIONES													
Apartamentos	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Temporada	baja	media	media	alta	alta	alta	super alta	super alta	altat	media	media	baja	
Ocupación promedio	42.00%	55.00%	60.00%	75.00%	80.00%	75.00%	85.00%	85.00%	75.00%	60.00%	55.00%	42.00%	65.75%
Promedio de ocupación	3.00	4.50	4.00	6.00	5.00	5.00	5.00	8.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.63
Capacidad Regular	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00	
Average Persona Extra	1.00	1.50	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
Precio por noche (2 pp)	130.00	140.00	140.00	180.00	160.00	160.00	160.00	180.00	140.00	140.00	120.00	130.00	
Precio persona adicional	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	1,638.00	2,310.00	2,520.00	4,050.00	3,840.00	3,600.00	4,080.00	4,590.00	3,150.00	2,520.00	1,980.00	1,638.00	35,916.00
Sobre persona adicional	195.30	346.50	279.00	1,012.50	744.00	675.00	790.50	1,976.25	337.50	279.00	247.50	195.30	7,078.35
Ingreso por apartamento	1,833.30	2,656.50	2,799.00	5,062.50	4,584.00	4,275.00	4,870.50	6,566.25	3,487.50	2,799.00	2,227.50	1,833.30	42,994.35
Ingreso Apart tres habitac	9,166.50	13,282.50	13,995.00	25,312.50	22,920.00	21,375.00	24,352.50	32,831.25	17,437.50	13,995.00	11,137.50	9,166.50	214,971.75

INGRESOS 2do AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10
1 habitación especial	1

Apart. 3 Habitaciones	5
1 habitación especial	1

Locales comerciales	2

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESO APARTAMENTOS DE UNA (1) HABITACION													
Apartamentos	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Temporada	baja	media	media	alta	alta	alta	super alta	super alta	altat	media	media	baja	
Ocupación promedio	42.00%	55.00%	60.00%	75.00%	80.00%	75.00%	85.00%	85.00%	75.00%	60.00%	55.00%	42.00%	65.75%
Promedio de ocupación	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.17
Capacidad Regular	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	
Average Persona Extra	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Precio por noche (2 pp)	80.00	90.00	90.00	120.00	120.00	120.00	130.00	130.00	120.00	90.00	90.00	80.00	
Precio persona adicional	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	1,008.00	1,485.00	1,620.00	2,700.00	2,880.00	2,700.00	3,315.00	3,315.00	2,700.00	1,620.00	1,485.00	1,008.00	25,836.00
Sobre persona adicional	0.00	0.00	0.00	337.50	0.00	0.00	0.00	382.50	0.00	0.00	0.00	0.00	720.00
Ingreso por apartamento	1,008.00	1,485.00	1,620.00	3,037.50	2,880.00	2,700.00	3,315.00	3,697.50	2,700.00	1,620.00	1,485.00	1,008.00	26,556.00
Ingresos Apartamentos de una habitación	10,080.00	14,850.00	16,200.00	30,375.00	28,800.00	27,000.00	33,150.00	36,975.00	27,000.00	16,200.00	14,850.00	10,080.00	265,560.00

INGRESOS 2do AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10	Apart. 3 Habitaciones	5	Locales comerciales	2
1 habitación especial	1	1 habitación especial	1		

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESOS APARTAMENTOS CON HABITACIONES ESPECIALES													
INGRESO APARTAMENTOS DE 3 + 1 HABITACIÓN ESPECIAL													
Apartamentos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Temporada	baja	media	media	alta	alta	alta	super alta	super alta	altat	media	media	baja	
Ocupación promedio	42.00%	55.00%	60.00%	75.00%	80.00%	75.00%	85.00%	85.00%	75.00%	60.00%	55.00%	42.00%	65.75%
Promedio de ocupación	3.00	4.50	4.00	4.40	4.00	4.17	4.67	5.00	4.34	4.00	4.00	4.66	4.23
Capacidad Regular	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00	
Average Persona Extra	1.00	1.50	1.00	1.40	1.00	1.17	1.67	2.00	1.34	1.00	2.00	1.66	
Precio por noche (2 pp)	150.00	160.00	160.00	190.00	180.00	180.00	180.00	190.00	160.00	160.00	150.00	160.00	
Precio persona adicional	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	1,890.00	2,640.00	2,880.00	4,275.00	4,320.00	4,050.00	4,590.00	4,845.00	3,600.00	2,880.00	2,475.00	2,016.00	40,461.00
Sobre persona adicional	260.40	462.00	372.00	630.00	496.00	526.50	880.09	1,054.00	603.00	372.00	660.00	432.26	6,748.25
Ingreso por apartamento	2,150.40	3,102.00	3,252.00	4,905.00	4,816.00	4,576.50	5,470.09	5,899.00	4,203.00	3,252.00	3,135.00	2,448.26	47,209.25
Ingreso Apartamento 3+1 habit. especial	2,150.40	3,102.00	3,252.00	4,905.00	4,816.00	4,576.50	5,470.09	5,899.00	4,203.00	3,252.00	3,135.00	2,448.26	47,209.25

INGRESOS 2do AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10		Apart. 3 Habitaciones	5	Locales comerciales	2
1 habitación especial	1		1 habitación especial	1		

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESOS APARTAMENTOS CON HABITACIONES ESPECIALES													
INGRESO APARTAMENTO 1 + 1 HABITACIÓN ESPECIAL													
Apartamentos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Temporada	baja	media	media	alta	alta	alta	super alta	super alta	altat	media	media	baja	
Ocupación promedio	42.00%	55.00%	60.00%	75.00%	80.00%	75.00%	85.00%	85.00%	75.00%	60.00%	55.00%	42.00%	65.75%
Promedio de ocupación	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.42
Capacidad Regular	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	
Average Persona Extra	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Precio por noche (2 pp)	110.00	130.00	130.00	170.00	160.00	160.00	170.00	170.00	130.00	130.00	110.00	130.00	
Precio persona adicional	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	1,386.00	2,145.00	2,340.00	3,825.00	3,840.00	3,600.00	4,335.00	4,335.00	2,925.00	2,340.00	1,815.00	1,638.00	34,524.00
Sobre persona adicional	0.00	0.00	0.00	337.50	360.00	337.50	382.50	382.50	0.00	0.00	0.00	0.00	1,800.00
Ingreso por apartamento	1,386.00	2,145.00	2,340.00	4,162.50	4,200.00	3,937.50	4,717.50	4,717.50	2,925.00	2,340.00	1,815.00	1,638.00	36,324.00
Ingreso Apartamento 1+1 habit. especial	1,386.00	2,145.00	2,340.00	4,162.50	4,200.00	3,937.50	4,717.50	4,717.50	2,925.00	2,340.00	1,815.00	1,638.00	36,324.00
Ingreso por Locales Comerciales													
Ingreso por Locales Comerc	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	1,500.00	18,000.00
INGRESO TOTAL	24,282.90	34,879.50	37,287.00	66,255.00	62,236.00	58,389.00	69,190.09	81,922.75	53,065.50	37,287.00	32,437.50	24,832.76	582,065.00

INGRESOS 3er AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10		Apart. 3 Habitaciones	5	Locales comerciales	2
1 habitación especial	1		1 habitación especial	1		

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESO APARTAMENTOS DE TRES (3) HABITACIONES													
Apartamentos	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Temporada	baja	media	media	alta	alta	alta	super alta	super alta	media	media	baja	media	
Ocupación promedio	50.00%	60.00%	65.00%	80.00%	85.00%	80.00%	85.00%	85.00%	65.00%	60.00%	50.00%	60.00%	68.75%
Promedio de ocupación	3.00	4.50	4.00	6.00	5.00	5.00	5.00	8.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.63
Capacidad Regular	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00	
Average Persona Extra	1.00	1.50	1.00	3.00	2.00	2.00	2.00	5.00	1.00	1.00	1.00	1.00	
Precio por noche (2 pp)	140.00	150.00	150.00	190.00	170.00	170.00	190.00	190.00	150.00	150.00	140.00	150.00	
Precio persona adicional	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	2,100.00	2,700.00	2,925.00	4,560.00	4,335.00	4,080.00	4,845.00	4,845.00	2,925.00	2,700.00	2,100.00	2,700.00	40,815.00
Sobre persona adicional	232.50	378.00	302.25	1,080.00	790.50	720.00	790.50	1,976.25	292.50	279.00	225.00	279.00	7,345.50
Ingreso por apartamento	2,332.50	3,078.00	3,227.25	5,640.00	5,125.50	4,800.00	5,635.50	6,821.25	3,217.50	2,979.00	2,325.00	2,979.00	48,160.50
Ingreso Apart tres habitac	11,662.50	15,390.00	16,136.25	28,200.00	25,627.50	24,000.00	28,177.50	34,106.25	16,087.50	14,895.00	11,625.00	14,895.00	240,802.50

INGRESOS 3er AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10	Apart. 3 Habitaciones	5	Locales comerciales	2
1 habitación especial	1	1 habitación especial	1		

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESO APARTAMENTOS DE UNA (1) HABITACION													
Apartamentos	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	
Temporada	baja	media	media	alta	alta	alta	super alta	super alta	media	media	baja	media	
Ocupación promedio	50.00%	60.00%	65.00%	80.00%	85.00%	80.00%	85.00%	85.00%	65.00%	60.00%	50.00%	60.00%	68.75%
Promedio de ocupación	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.17
Capacidad Regular	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	
Average Persona Extra	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Precio por noche (2 pp)	90.00	100.00	100.00	120.00	120.00	120.00	140.00	140.00	100.00	100.00	90.00	100.00	
Precio persona adicional	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	1,350.00	1,800.00	1,950.00	2,880.00	3,060.00	2,880.00	3,570.00	3,570.00	1,950.00	1,800.00	1,350.00	1,800.00	27,960.00
Sobre persona adicional	0.00	0.00	0.00	360.00	0.00	0.00	0.00	382.50	0.00	0.00	0.00	0.00	742.50
Ingreso por apartamento	1,350.00	1,800.00	1,950.00	3,240.00	3,060.00	2,880.00	3,570.00	3,952.50	1,950.00	1,800.00	1,350.00	1,800.00	28,702.50
Ingresos Apartamentos de una habitación	13,500.00	18,000.00	19,500.00	32,400.00	30,600.00	28,800.00	35,700.00	39,525.00	19,500.00	18,000.00	13,500.00	18,000.00	287,025.00

INGRESOS 3er AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10	Apart. 3 Habitaciones	5	Locales comerciales	2
1 habitación especial	1	1 habitación especial	1		

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESOS APARTAMENTOS CON HABITACIONES ESPECIALES													
INGRESO APARTAMENTOS DE 3 + 1 HABITACIÓN ESPECIAL													
Apartamentos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Temporada	baja	media	media	super-alta	alta	alta	alta	super alta	media	media	baja	media	
Ocupación promedio	50.00%	60.00%	65.00%	80.00%	85.00%	80.00%	85.00%	85.00%	65.00%	60.00%	50.00%	60.00%	68.75%
Promedio de ocupación	3.00	4.50	4.00	4.40	4.00	4.17	4.67	5.00	4.34	4.00	4.00	4.66	4.23
Capacidad Regular	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	3.00	
Average Persona Extra	1.00	1.50	1.00	1.40	1.00	1.17	1.67	2.00	1.34	1.00	2.00	1.66	
Precio por noche (2 pp)	160.00	170.00	170.00	200.00	190.00	190.00	190.00	200.00	170.00	170.00	160.00	170.00	
Precio persona adicional	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	20.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	2,400.00	3,060.00	3,315.00	4,800.00	4,845.00	4,560.00	4,845.00	5,100.00	3,315.00	3,060.00	2,400.00	3,060.00	44,760.00
Sobre persona adicional	310.00	504.00	403.00	672.00	527.00	561.60	880.09	1,054.00	522.60	372.00	600.00	617.52	7,023.81
Ingreso por apartamento	2,710.00	3,564.00	3,718.00	5,472.00	5,372.00	5,121.60	5,725.09	6,154.00	3,837.60	3,432.00	3,000.00	3,677.52	51,783.81
Ingreso Apartamento 3+1 habit. especial	2,710.00	3,564.00	3,718.00	5,472.00	5,372.00	5,121.60	5,725.09	6,154.00	3,837.60	3,432.00	3,000.00	3,677.52	51,783.81

INGRESOS 3er AÑO

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

Apart. una habitación	10
1 habitación especial	1

Apart. 3 Habitaciones	5
1 habitación especial	1

Locales comerciales	2

	Enero	Febrero	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre	Total
INGRESOS APARTAMENTOS CON HABITACIONES ESPECIALES													
INGRESO APARTAMENTO 1 + 1 HABITACIÓN ESPECIAL													
Apartamentos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	
Temporada	baja	media	media	super-alta	alta	alta	alta	super alta	media	media	baja	media	
Ocupación promedio	50.00%	60.00%	65.00%	80.00%	85.00%	80.00%	85.00%	85.00%	65.00%	60.00%	50.00%	60.00%	68.75%
Promedio de ocupación	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.42
Capacidad Regular	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	
Average Persona Extra	0.00	0.00	0.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	0.00	0.00	0.00	0.00	
Precio por noche (2 pp)	120.00	140.00	140.00	180.00	170.00	170.00	180.00	180.00	140.00	140.00	120.00	140.00	
Precio persona adicional	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	15.00	
Ingreso por apartamento													
Sobre capacidad regular	1,800.00	2,520.00	2,730.00	4,320.00	4,335.00	4,080.00	4,590.00	4,590.00	2,730.00	2,520.00	1,800.00	2,520.00	38,535.00
Sobre persona adicional	0.00	0.00	0.00	360.00	382.50	360.00	382.50	382.50	0.00	0.00	0.00	0.00	1,867.50
Ingreso por apartamento	1,800.00	2,520.00	2,730.00	4,680.00	4,717.50	4,440.00	4,972.50	4,972.50	2,730.00	2,520.00	1,800.00	2,520.00	40,402.50
Ingreso Apartamento 1+1 habit. especial	1,800.00	2,520.00	2,730.00	4,680.00	4,717.50	4,440.00	4,972.50	4,972.50	2,730.00	2,520.00	1,800.00	2,520.00	40,402.50
Ingreso por Locales Comerciales													
Ingreso por Locales Com	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	2,000.00	24,000.00
INGRESO TOTAL	31,672.50	41,474.00	44,084.25	72,752.00	68,317.00	64,361.60	76,575.09	86,757.75	44,155.10	40,847.00	31,925.00	41,092.52	644,013.81

HITO 5

CAPÍTULO 6

PLAN DE OPERACIONES

El presente Capítulo tiene como propósito presentar el Plan Operativo que tendrá lugar al proyecto que se está ofreciendo.

Como ya se ha dicho anteriormente, el proyecto busca centralizar y/o consolidar las operaciones de la compañía bajo una única estructura de forma de poder implementar economías de escala que garanticen una mayor rentabilidad en las operaciones.

La propuesta es comprar un edificio el cual ya ha sido previamente visitado y evaluada su viabilidad en cuanto a la ubicación, precio, costes de equipamientos, así como los costes legales de adquisición del mismo y los costes en trámites de permisología para la puesta en marcha de las operaciones comerciales propuestas.

INSTALACIONES

El edificio que se propone adquirir cuenta con un área total de 1.343 metros cuadrados.

Área Total	m²	1.361,23
Balcones, terrazas y jardín	m²	173,35

Dentro de la distribución del metraje total del edificio se contará con un total de 17 apartamentos, de los cuales 11 serán de un (1) dormitorio y 6 apartamentos con tres (3)

dormitorios, adicionalmente tiene dos (2) locales comerciales que serán alquilados en 2.000 euros/mes para generar una renta fija.

Pisos (Floors)	6 reales
N° de Apartamentos	17
N° de locales comerciales	2

De varios edificios que fueron tomados en consideración se encontró más atractiva la distribución de la presente propuesta, en vista de que las características y/o capacidad de cada pieza están muy alineado con los requerimientos más comunes que hacen los inquilinos, una (1) habitación para los padres y área común de dormitorio para los hijos o instalaciones con tres (3) habitaciones usualmente solicitadas por grupos de amigos y/o familias numerosas.

Las unidades del edificio tienen las siguientes características en cuanto a distribución de los dormitorios, balcones, terraza y jardín.

Apartamento	Balcón	Terraza	Jardín	Dormitorios
Local 1				N/A
Local 2				N/A
Bajos 1,A		X	X	1
Bajos 1,B			X	3
1ro, 1ra	X			3
1ro, 2da	X			1
1ro, 3ra	X			1
2do, 1ra	X			3
2do, 2da				1
2do, 3ra	X			1
3ro, 1ra	X			3
3ro, 2da				1
3ro, 3ra	X			1
4to, 1ra				3
4to, 2da				1
4to, 3ra	X			1
5to, 1ra				3
5to, 2da				1
5to, 3ra	X			1

DESCRIPCIÓN GENERAL DE LAS INSTALACIONES

Pisos, techos, carpintería, electrodomésticos, grifería, climatización e instalación de circuito de electricidad, teléfono y comunicación.

REVESTIMIENTOS INTERIORES

Cocinas con barra y encimera de *Silestone* mod. *Gris Expo*. En la zona de cocción, el zócalo llega hasta la campana extractora.

PAVIMENTOS

Parquet flotante de haya acabado “cocoa”, excepto en los baños y cocinas y zócalo de madera igual que el parquet.

Baños con gres: *Porcelanosa*

Patios y cubierta: baldosa roja tradicional.

Terrazas: baldosa roja tradicional.

TECHOS

En comedor y dormitorios, techos originales artesanales de 3,20m de altura.

Toda la vivienda dispone de falso techo, excepto en dormitorios principal y salón, para mejora térmica y acústica, paso de instalaciones y armonización de volúmenes en cada espacio.

CARPINTERIA INTERIOR

Puerta de las distribuciones interiores semi-macizas y chapadas con madera lacadas.

Muebles de cocina: Las cocinas se equipan con muebles laminados de color blanco.

Equipamiento de electrodomésticos

Cocina vitrocerámica de inducción, marca *Siemens.*

Horno eléctrico de acero inoxidable, marca *Siemens.*

Campana extractora de acero inoxidable, marca *Siemens.*

INSTALACIONES

Electricidad

Centralización de contadores en planta baja. La iluminación comunitaria es de bajo consumo.

Uso de cableado y tubos sin halógenos o de bajo consumo en halógenos para reducir la toxicidad y la agresión al medio ambiente.

Sistema de iluminación de emergencia en el vestíbulo de cada vivienda.

Comunicaciones

Teléfonos: Instalación para doble línea de entrada preparada para instalación de centralita. Puntos de teléfono en todas las estancias de la vivienda, excepto en baños y cocinas.

Control de accesos: Video portero automático con un terminal por vivienda.

Antena: Instalación de acuerdo con la normativa de comunicaciones, equipada con antena terrestre, parabólica y tomas de antenas en todas las dependencias, excepto en baños y cocinas.

Climatización

Aire acondicionado: La instalación es del tipo bomba de calor individual, sistema partido inverter marca *LG*. Cada vivienda tiene una condensadora instalada en la terraza comunitaria, y una climatizadora instalada en el falso techo; las dos unidades estarán conectadas mediante circuito frigorífico.

La unidad interior distribuirá el aire por toda la vivienda a través de red de conductos.

Permite disponer de aire fresco para la función de deshumidificación.

Sistema de ventilación: Ventila toda la vivienda sin necesidad de abrir ventanas. La extracción se realiza mediante las ventilaciones del patio interior.

Sistema de ventilación controlada: Ventila toda la vivienda sin necesidad de abrir ventanas. La extracción se realiza mediante las ventilaciones del patio interior.

Distribución: El aire climatizado se distribuye por toda la vivienda mediante una red de conductos “climaver neto”. Cada dependencia dispone de una reja de impulsión y una de retorno (excepto en cocina y baños, dónde sólo existen rejas de impulsión).

Utilización del sistema: Mediante un termostato central y tres individuales (comedor, dormitorio principal y dormitorio secundario), los cuales permiten programar la temperatura de consigna.

GRIFERÍA Y SANITARIOS

Griferías

Griferías de los baños marca Roca de la seria TARGA y cocinas mono mando *Roca*.

Ahorradores de agua en todos los puntos de suministro, excepto de bañeras, y doble pulsador en los inodoros.

Sanitarios

Bañeras Roca, de la serie PRINCESS, de color blanco.

Plato de ducha Roca, de la seria MALTA, de color blanco.

Inodoros y lavabos marca *Duravit*.

En cuanto al equipamiento de los apartamentos, se tiene previsto hacer inversión general en:

- Equipos Electrodomésticos que no están incorporados en el apartamento, tales como la nevera, lavadora y secadora, microondas, batidora y televisor.
- Muebles y enseres para las áreas de los dormitorios, baño, comedor y de la sala.
- Lencería, vajilla, cubertería y demás utensilios de cocina.

	Costo x unidad	N° de Apartam.	Costo Total
Closet, baños y otros			50.000 €
Equipamiento 1 habitación	12.000 €	11	132.000 €
Equipamiento 3 habitaciones	15.000 €	6	90.000 €
		TOTAL	**272.000 €**

RECURSOS O CAPITAL HUMANO

En cuanto al capital humano, se tiene previsto desarrollar un equipo multidisciplinario donde cada uno esté en capacidad de canalizar requerimientos y/o incidentes básicos que llegasen a presentar los huéspedes durante su estancia.

Personal a contratar:

Personal de Atención al Cliente	Período de contratación
1	Enero - Diciembre
1	Abril - Septiembre

Personal de Limpieza	Período de contratación
1	Enero - Diciembre
1	Abril - Septiembre

Como ya se había tratado en capítulos previos, el proceso de búsqueda y selección de personal específicamente para las personas que estarán en constante contacto con el cliente/huésped, será exhaustivo y exigente ya que debemos asegurar contratar personal altamente capacitado con las habilidades y destrezas de comunicación interpersonal adecuadas, para asegurar una satisfactoria experiencia del cliente con el trato recibido por nuestro personal, conocedores de las lenguas más comunes dentro de nuestros clientes potenciales como lo serán en Inglés, Francés e Italiano.

JURÍDICO, FISCAL, PERMISOLOGÍA Y REGISTRO DE MARCA.

En materia de legislación se tiene por ejemplo que tomar en consideración el pago del IAJD que es el Impuesto Sobre Actos Jurídicos Documentados que en Portal Web Eurosresidentes lo definen como el "gravamen que se aplica a los actos formalizados de documentos públicos y con cuantía economía como es el caso de las compraventas de viviendas y las hipotecas.

IAJD - Hipotecas: su base de cálculo es la responsabilidad hipotecaria en el caso de las hipotecas la suma de todos los conceptos que son garantizados mediante la hipoteca (capital prestado, los intereses ordinarios,, los intereses de demora, costas judiciales, gastos, etc.).

En el caso de las hipotecas, por tanto hay que tener en cuenta que su base para el cálculo es la del total de responsabilidad hipotecaria y no exclusivamente por el principal del préstamo (del orden de 1,5 veces del capital del préstamo).

IAJD - Compraventa de Vivienda. Para la base de cálculo del Impuesto sobre actos jurídicos documentados en el caso de la compraventa de vivienda nueva se toma el importe escriturado de compraventa".

A continuación se aprecia el cálculo del IVA y el IAJD; que en el caso del proceso de compra venta calculado por el 1.2% del monto a financiar 3.250.000 euros, mientras que

en el caso del cálculo del IAJD correspondiente a la emisión de la hipoteca se calcula en función al monto de la "responsabilidad hipotecaria" (5.525.000euros) igual al 170% del monto total solicitado a financiar.

OPERACIÓN: COMPRA VENTA (40% del valor del inmueble)

Calculo de Impuesto al Valor Agregado, Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados, así como el IVA que generan los Gastos de Notaría, Registro y Gestoría.

Tasa Iva compra Vivienda obra nueva	7.00%
Tasa Iva general	18.00%
Tasa IAJD s/ compra-venta Catalunya	1.20%

Apts.	Price	Hipoteca 60%	GASTOS COMPRA-VENTA				
			IVA	IAJD	Notaria, Registro y Gestoría	IVA (s/ Notaría y Registro)	Sub-Total
Local 1	632,968.47	0.00	113,934.32	7,595.62	1,226.00	220.68	122,976.63
Local 2	89,634.34	0.00	16,134.18	1,075.61	766.00	137.88	18,113.67
Bajos 1,A	470,580.27	0.00	0.00	5,646.96	1,382.00	248.76	7,277.72
Bajos 1,B	695,554.56	0.00	0.00	8,346.65	1,708.00	307.44	10,362.09
1ro, 1ra	318,162.41	0.00	0.00	3,817.95	1,298.00	233.64	5,349.59
1ro, 2da	195,260.70	0.00	0.00	2,343.13	1,130.00	203.40	3,676.53
1ro, 3ra	190,522.32	0.00	0.00	2,286.27	1,130.00	203.40	3,619.67
2do, 1ra	315,497.07	0.00	0.00	3,785.96	1,340.00	241.20	5,367.16
2do, 2da	191,904.35	0.00	0.00	2,302.85	1,130.00	203.40	3,636.25
2do, 3ra	190,522.32	0.00	0.00	2,286.27	1,130.00	203.40	3,619.67
3ro, 1ra	314,806.06	0.00	0.00	3,777.67	1,340.00	241.20	5,358.87
3ro, 2da	191,904.35	0.00	0.00	2,302.85	1,157.00	208.26	3,668.11
3ro, 3ra	190,522.32	0.00	0.00	2,286.27	1,130.00	203.40	3,619.67
4to, 1ra	311,153.56	0.00	0.00	3,733.84	1,382.00	248.76	5,364.60
4to, 2da	191,904.35	0.00	0.00	2,302.85	1,157.00	208.26	3,668.11
4to, 3ra	190,522.32	0.00	0.00	2,286.27	1,157.00	208.26	3,651.53
5to, 1ra	311,153.56	0.00	0.00	3,733.84	1,497.00	269.46	5,500.30
5to, 2da	191,904.35	0.00	0.00	2,302.85	1,184.00	213.12	3,699.97
5to, 3ra	190,522.32	0.00	0.00	2,286.27	1,298.00	233.64	3,817.91
TOTALES	5,375,000.00	0.00	130,068.50	64,500.00	23,542.00	4,237.56	222,348.06

OPERACIÓN: APERTURA DE HIPOTECA (60% del valor del inmueble)

Calculo de Impuesto al Valor Agregado, Impuesto sobre Actos Jurídicos Documentados, Tasación así como el IVA que generan los Gastos de Notaría, Registro y Gestoría y Gastos de Seguro.

Financiamiento:	3,250,000.00
Responsabilidad Hipotecaria	5.525.000,00

2*

Comisiòn Apertura o Subrrogación	0.00%
Tasa IAJD s/ hipoteca Catalunya (*1)	1.20%
Responsabilidad Hipotecaria (*2)	170.00%
Tasaciòn estimada por unidad (euros)	150.00
Seguro Vivienda	0.12%
Seguro Resp. Civil 600.000 euros	43.00

Apartam.	Precio	Hipoteca						
		60%	IAJD	Tasación	Notaria, Registro y Gestoría	IVA (s/ Notaría y Registro)	Seguros	Sub-Total
Local 1	632.968,47	382.725,12	7.807,59	150,00	1.923,20	346,18	770,91	10.997,88
Local 2	89.634,34	54.197,51	1.105,63	150,00	1.163,30	209,39	146,08	2.774,40
Bajos 1,A	470.580,27	284.536,91	5.804,55	150,00	2.025,20	364,54	584,17	8.928,46
Bajos 1,B	695.554,56	420.567,87	8.579,58	150,00	2.370,20	426,64	842,89	12.369,31
1ro, 1ra	318.162,41	192.377,27	3.924,50	150,00	1.970,80	354,74	408,89	6.808,93
1ro, 2da	195.260,70	118.064,61	2.408,52	150,00	1.641,00	295,38	267,55	4.762,45
1ro, 3ra	190.522,32	115.199,54	2.350,07	150,00	1.559,60	280,73	262,10	4.602,50
2do, 1ra	315.497,07	190.765,67	3.891,62	150,00	1.974,20	355,36	405,82	6.777,00
2do, 2da	191.904,35	116.035,19	2.367,12	150,00	1.666,50	299,97	263,69	4.747,28
2do, 3ra	190.522,32	115.199,54	2.350,07	150,00	1.641,00	295,38	262,10	4.698,55
3ro, 1ra	314.806,06	190.347,85	3.883,10	150,00	1.974,20	355,36	405,03	6.767,68
3ro, 2da	191.904,35	116.035,19	2.367,12	150,00	1.717,50	309,15	263,69	4.807,46
3ro, 3ra	190.522,32	115.199,54	2.350,07	150,00	1.692,00	304,56	262,10	4.758,73
4to, 1ra	311.153,56	188.139,36	3.838,04	150,00	2.025,20	364,54	400,83	6.778,61
4to, 2da	191.904,35	116.035,19	2.367,12	150,00	1.768,50	318,33	263,69	4.867,64
4to, 3ra	190.522,32	115.199,54	2.350,07	150,00	1.743,00	313,74	262,10	4.818,91
5to, 1ra	311.153,56	188.139,36	3.838,04	150,00	2.076,20	373,72	400,83	6.838,79
5to, 2da	191.904,35	116.035,19	2.367,12	150,00	1.821,20	327,82	263,69	4.929,82
5to, 3ra	190.522,32	115.199,54	2.350,07	150,00	1.923,20	346,18	262,10	5.031,55
TOTALES	5.375.000,00	3.250.000,00	66.300,00	2.850,00	34.676,00	6.241,68	6.998,25	117.065,93

HITO 6

CAPÍTULO 7

PLAN ECONOMICO FINANCIERO

Se incluirá información sobre la política de precios, relación de costos mensuales, pronóstico de ventas según temporada y capacidad regular para los siguientes 3 años, así como el detalle de los 240 giros que se deberán hacer durante los 20 años por concepto de hipoteca.

POLÍTICA DE PRECIOS

	TEMPORADA				
Descrip. Apartamento	**Baja**	**Media**	**Alta**	**Super alta**	**Capacidad Regular**
3 Habitaciones	€ 110.00	€ 130.00	€ 150.00	€ 170.00	3
1 Habitación	€ 70.00	€ 80.00	€ 110.00	€ 115.00	2
3 Habit. + 1 especial	€ 140.00	€ 150.00	€ 170.00	€ 180.00	3
1 Habit. + 1 Especial	€ 100.00	€ 120.00	€ 160.00	€ 160.00	2

**Estos precios están calculados en función a la capacidad regular de cada propiedad.*

La tarifa de “super alta” es considerada en “épocas puntuales” como por ejemplo durante los días de la Feria Internacional GSM y SONAR eventos que año tras año se desarrollan en la ciudad.

Adicionalmente se contempla:

Persona adicional	€ 15.00	por noche
Limpieza	€ 60.00	
Late Check In	€ 50.00	
Dscto. por fidelizados	5%	

A continuación anexo detalle del **Calendario de Temporadas** que se maneja durante el año para definir las tarifas mes a mes. Como hemos de entender, Barcelona es uno de los destinos favoritos de los turistas para visitar durante el verano, siendo así los meses de Abril a Agosto los meses de mayor afluencia considerándose temporada alta.

Enero
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1 2 3 4 5 6
7 8 9 10 11 12 13
14 15 16 17 18 19 20
21 22 23 24 25 26 27
28 29 30 31
Febrero
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1 2 3
4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17
18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28
Marzo
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1 2 3
4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17
18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30 31
Abril
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1 2 3 4 5 6 7
8 9 10 11 12 13 14
15 16 17 18 19 20 21
22 23 24 25 26 27 28
29 30
Mayo
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1 2 3 4 5
6 7 8 9 10 11 12
13 14 15 16 17 18 19
20 21 22 23 24 25 26
27 28 29 30 31
Junio
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1 2
3 4 5 6 7 8 9
10 11 12 13 14 15 16
17 18 19 20 21 22 23
24 25 26 27 28 29 30
Julio
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1 2 3 4 5 6 7
8 9 10 11 12 13 14
15 16 17 18 19 20 21
22 23 24 25 26 27 28
29 30 31
Agosto
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1 2 3 4
5 6 7 8 9 10 11
12 13 14 15 16 17 18
19 20 21 22 23 24 25
26 27 28 29 30 31
Septiembre
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1
2 3 4 5 6 7 8
9 10 11 12 13 14 15
16 17 18 19 20 21 22
23 24 25 26 27 28 29
30
Octubre
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1 2 3 4 5 6
7 8 9 10 11 12 13
14 15 16 17 18 19 20
21 22 23 24 25 26 27
28 29 30 31
Noviembre
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1 2 3
4 5 6 7 8 9 10
11 12 13 14 15 16 17
18 19 20 21 22 23 24
25 26 27 28 29 30
Diciembre
Lu Ma Mi Ju Vi Sá Do
1
2 3 4 5 6 7 8
9 10 11 12 13 14 15
16 17 18 19 20 21 22
23 24 25 26 27 28 29
30 31
Temporada Alta
Temporada Media
Temporada Baja

FLUJO DE CAJA

Flujo Año 1

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

INGRESOS	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	AÑO 1
Balance Inicial	263,777												
Ingresos	16,505.30	21,951.68	23,946.63	46,459.73	45,721.50	39,836.36	48,026.32	59,488.31	32,797.34	25,221.63	21,528.38	18,531.43	400,014.57
GASTOS													
Marketing	3,301.06	4,390.34	4,789.33	9,291.95	9,144.30	7,967.27	9,605.26	11,897.66	6,559.47	5,044.33	4,305.68	3,706.29	80,002.91
Capital Humano/Personal	2,475.80	3,292.75	3,591.99	6,968.96	6,858.23	5,975.45	7,203.95	8,923.25	4,919.60	3,783.24	3,229.26	2,779.71	60,002.19
Contador	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Legal							1,500.00					1,500.00	3,000.00
IBI - Real State Tax	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	3,400.00
Electricidad	500.00	500.00	500.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	15,045.00
Agua	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	7,260.00
Servicio de Internet	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00
Limpieza areas comunes	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Reparaciones								300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	1,500.00
Mantenimiento ascensor	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Seguro													0.00
Gastos bancarios	59.01	78.48	85.61	166.09	163.45	142.41	171.69	212.67	117.25	90.17	76.96	66.25	1,430.05
Intereses Bancarios	8,666.67	8,666.67	8,666.67	8,666.67	8,666.67	8,666.67	8,666.67	8,666.67	8,666.67	8,666.67	8,666.67	8,666.67	104,000.00
Pago cuota hipotecaria	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos Totales	16,740.86	18,666.56	19,371.93	28,337.00	28,075.98	25,995.14	30,390.91	33,243.58	23,806.32	21,127.74	19,821.90	20,262.25	285,840.15

Flujo Año 2

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

CASH FLOW	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	AÑO 2
Balance Inicial	377,951.01												
Ingresos	24,282.90	34,879.50	37,287.00	66,255.00	62,236.00	58,389.00	69,190.09	81,922.75	53,065.50	37,287.00	32,437.50	24,832.76	582,065.00
EXPENSES:													
Marketing	4,856.58	6,975.90	7,457.40	13,251.00	12,447.20	11,677.80	13,838.02	16,384.55	10,613.10	7,457.40	6,487.50	4,966.55	116,413.00
Gastos Administrativos	3,642.44	5,231.93	5,593.05	9,938.25	9,335.40	8,758.35	10,378.51	12,288.41	7,959.83	5,593.05	4,865.63	3,724.91	87,309.75
Contador	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Legal						1,500.00						1,500.00	3,000.00
IBI - Real State Tax	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	3,400.00
Electricidad	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	18,060.00
Agua	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	7,260.00
Servicio de Internet	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00
Limpieza areas comunes	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Reparaciones	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	400.00	4,800.00
Mantenimiento ascensor	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Seguro	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	6,998.25
Gastos bancarios	86.81	124.69	133.30	236.86	222.49	208.74	247.35	292.87	189.71	133.30	115.96	88.78	2,080.88
Intereses Bancarios	8,666.67	8,640.84	8,614.95	8,588.98	8,562.95	8,536.84	8,510.67	8,484.43	8,458.12	8,431.73	8,405.28	8,378.76	102,280.22
Pago cuota hipotecaria	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Gastos Totales	21,479.01	25,199.88	26,025.22	36,241.61	34,794.56	34,908.26	37,201.08	41,676.79	31,447.27	25,842.01	24,100.89	22,885.52	361,802.10

Flujo Año 3

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

CASH FLOW	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	AÑO 3
Balance Inicial	598,214												
Ingresos	38,467.00	50,023.00	49,291.50	79,732.00	77,308.00	68,941.60	88,128.63	99,224.25	52,715.50	52,633.75	38,770.00	51,677.94	746,913.17
EXPENSES:													
Marketing	7,693.40	10,004.60	9,858.30	15,946.40	15,461.60	13,788.32	17,625.73	19,844.85	10,543.10	10,526.75	7,754.00	10,335.59	149,382.63
Gastos Administrativos	5,770.05	7,503.45	7,393.73	11,959.80	11,596.20	10,341.24	13,219.29	14,883.64	7,907.33	7,895.06	5,815.50	7,751.69	112,036.98
Contador	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Legal						1,500.00							1,500.00
IBI - Real State Tax	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	3,400.00
Electricidad	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	18,060.00
Agua	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	7,260.00
Servicio de Internet	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00
Limpieza areas comunes	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Reparaciones	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	15,856.71
Elevator maint	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Seguro	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	6,998.25
Gastos bancarios	137.52	178.83	176.22	285.04	276.38	246.47	315.06	354.73	188.46	188.17	138.60	184.75	2,670.21
Intereses Bancarios	8,352.16	8,325.50	8,298.76	8,271.96	8,245.08	8,218.13	8,191.10	8,164.01	8,136.84	8,109.60	8,082.29	8,054.91	98,450.35
Pago cuota hipotecaria	10,375.91	10,403.57	10,431.32	10,459.13	10,487.03	10,514.99	10,543.03	10,571.15	10,599.34	10,627.60	10,655.94	10,684.36	126,353.36
Gastos Totales	37,476.95	41,563.87	41,306.24	52,070.25	51,214.19	49,757.06	55,042.13	58,966.28	42,522.97	42,495.10	37,594.25	42,159.20	552,168.49

Flujo Año 4

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

CASH FLOW	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	AÑO 4
Balance Inicial	1,391,172												
Ingresos	38,467.00	50,023.00	49,291.50	79,732.00	77,308.00	68,941.60	88,128.63	99,224.25	52,715.50	52,633.75	38,770.00	51,677.94	746,913.17
EXPENSES:													
Marketing	7,693.40	10,004.60	9,858.30	15,946.40	15,461.60	13,788.32	17,625.73	19,844.85	10,543.10	10,526.75	7,754.00	10,335.59	149,382.63
Gastos Administrativos	5,770.05	7,503.45	7,393.73	11,959.80	11,596.20	10,341.24	13,219.29	14,883.64	7,907.33	7,895.06	5,815.50	7,751.69	112,036.98
Contador	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Legal							1,500.00					0.00	1,500.00
IBI - Real State Tax	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	3,400.00
Electricidad	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	18,060.00
Agua	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	7,260.00
Servicio de Internet	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00
Limpieza areas comunes	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Reparaciones	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	15,856.71
Mantenimiento ascensor	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Seguro	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	6,998.25
Gastos bancarios	137.52	178.83	176.22	285.04	276.38	246.47	315.06	354.73	188.46	188.17	138.60	184.75	2,670.21
Intereses Bancarios	8,027.45	7,999.92	7,972.31	7,944.64	7,916.88	7,889.06	7,861.16	7,833.18	7,805.14	7,777.01	7,748.81	7,720.54	94,496.10
Pago cuota hipotecaria	10,712.85	10,741.42	10,770.06	10,798.78	10,827.58	10,856.45	10,885.40	10,914.43	10,943.53	10,972.72	11,001.98	11,031.31	130,456.50
Gastos Totales	37,489.18	41,576.13	41,318.53	52,082.57	51,226.55	48,269.45	56,554.55	58,978.74	42,535.47	42,507.62	37,606.81	42,171.80	552,317.39

Flujo Años siguientes

Dirección: **Carrer Parmana**

Ubicación: L´Eixample Dreta

CASH FLOW	Ene	Feb	Marzo	Abril	Mayo	Junio	Julio	Agosto	Sept	Oct	Nov	Dic	AÑO 5
Balance Inicial	1,585,768												
Ingresos	38,467.00	50,023.00	49,291.50	79,732.00	77,308.00	68,941.60	88,128.63	99,224.25	52,715.50	52,633.75	38,770.00	51,677.94	746,913.17
EXPENSES:													
Marketing	7,693.40	10,004.60	9,858.30	15,946.40	15,461.60	13,788.32	17,625.73	19,844.85	10,543.10	10,526.75	7,754.00	10,335.59	149,382.63
Gastos Administrativos	5,770.05	7,503.45	7,393.73	11,959.80	11,596.20	10,341.24	13,219.29	14,883.64	7,907.33	7,895.06	5,815.50	7,751.69	112,036.98
Contador	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	300.00	3,600.00
Legal							1,500.00					0.00	1,500.00
IBI - Real State Tax	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	283.33	3,400.00
Electricidad	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	1,505.00	18,060.00
Agua	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	605.00	7,260.00
Servicio de Internet	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	150.00	1,800.00
Limpieza areas comunes	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Reparaciones	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	1,321.39	15,856.71
Mantenimiento ascensor	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	200.00	2,400.00
Seguro	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	583.19	6,998.25
Gastos bancarios	137.52	178.83	176.22	285.04	276.38	246.47	315.06	354.73	188.46	188.17	138.60	184.75	2,670.21
Intereses Bancarios	7,692.19	7,663.76	7,635.26	7,606.69	7,578.03	7,549.31	7,520.50	7,491.62	7,462.66	7,433.62	7,404.51	7,375.31	90,413.45
Pago cuota hipotecaria	11,419.91	11,450.37	11,480.90	11,511.52	11,542.21								57,404.91
Gastos Totales	37,860.99	41,948.93	41,692.32	52,457.36	51,602.34	37,073.24	45,328.49	47,722.74	31,249.45	31,191.51	26,260.52	30,795.25	475,183.15

Una vez aportado la relación del flujo de caja que se estará manejando aclararé y/o haré observaciones pertinentes sobre los números allí aportados.

CAPITAL HUMANO

Número de personas a contratar de acuerdo a las temporadas del año donde hay mayor afluencia de turistas.

	ENE	FEB	MAR	ABR	MAY	JUN	JUL	AGO	SEPT	OCT	NOV	DIC
Personal Atención al Huesped	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1
Personal de Limpieza	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	1

Sueldo por personal: 980 euros/mes.

Calculándose 35% más considerando gastos por Seguridad Social y IRPF (Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas).

GANANCIAS Y PÉRDIDAS

RETORNO DE LA INVERSIÓN

AÑO 1

GANANCIAS Y PERDIDAS		ANUAL
Ingresos		400,014.57
Gastos Totales	285,840.15	
Partners Loan Interest	0.00	
Depreciación	160,775.00	
- bank Ppal Payment	0.00	446,615.15
Fiscal Profit		-46,600.58
IRPF tax 25%		0.00
Ganancias después de TAX		-46,600.58
Ganancias reales luego TAX		114,174.42

Retorno de la inversión	
Ganancias luego TAX	114,174.42
Promoter Investment	3,300,000
Retorno de la inversión	3.46%

GANANCIAS Y PÉRDIDAS

RETORNO DE LA INVERSIÓN

AÑO 2

GANANCIAS Y PERDIDAS		ANUAL
Ingresos		582,065.00
Gastos Totales	361,802.10	
Partners Loan Interest	0.00	
Depreciation	160,775.00	
- bank Ppal Payment	0.00	522,577.10
Fiscal Profit		59,487.90
IRPF tax 25%		14,871.98
Ganancias después de TAX		44,615.93
Ganancias reales luego TAX		205,390.93

Retorno de la inversión	
Ganancias luego TAX	205,390.93
Promoter Investment	3,300,000
Retorno de la inversión	6.22%

AÑO 3

GANANCIAS Y PERDIDAS		ANUAL
Ingresos		746,913.17
Gastos Totales	552,168.49	
Partners Loan Interest	0.00	
Depreciation	160,775.00	
- bank Ppal Payment	-126,353.36	586,590.14
Fiscal Profit		160,323.03
IRPF tax 25%		40,080.76
Ganancias después de TAX		120,242.28
Ganancias reales luego TAX		281,017.28

Retorno de la inversión	
Ganancias luego TAX	281,017.28
Promoter Investment	3,300,000
Retorno de la inversión	8.52%

AÑO 4

GANANCIAS Y PERDIDAS		ANUAL
Ingresos		746,913.17
Gastos Totales	552,317.39	
Partners Loan Interest	0.00	
Depreciation	160,775.00	
- bank Ppal Payment	-130,456.50	582,635.89
Fiscal Profit		164,277.28
IRPF tax 25%		41,069.32
Ganancias después de TAX		123,207.96
Ganancias reales luego TAX		283,982.96

Retorno de la inversión	
Ganancias luego TAX	283,982.96
Promoter Investment	3,300,000
Retorno de la inversión	8.61%

GANANCIAS Y PÉRDIDAS

RETORNO DE LA INVERSIÓN

AÑO 5

GANANCIAS Y PERDIDAS		ANUAL
Ingresos		746,913.17
Gastos Totales	475,183.15	
Partners Loan Interest	0.00	
Depreciation	160,775.00	
- bank Ppal Payment	-57,404.91	578,553.24
Fiscal Profit		168,359.93
IRPF tax 25%		42,089.98
Ganancias después de TAX		126,269.95
Ganancias reales luego TAX		287,044.95

Retorno de la inversión	
Ganancias luego TAX	287,044.95
Promoter Investment	3,300,000
Retorno de la inversión	8.70%

PAGO DE HIPOTECA Y AMORTIZACIÓN DEL CAPITAL

A continuación adjunto detalle de cómo será pagada la deuda, mes a mes durante los veinte (20) años junto al pago de los intereses y la amortización mensual del capital solicitado.

Hipoteca	3,250,000.00	
Interes	3.20%	Euribor 1,70 + 1,50%
Duración	20	años

Cabe aclarar que durante el primer año se hace abono a intereses, y no se empieza a hacer abono al capital sino a partir del segundo año.

No. Cuota	Monto Cuota	Pago Intereses	Abono al Capital	Saldo
1	18,351.54	8,666.67	0.00	3,250,000.00
2	18,351.54	8,640.84	0.00	3,250,000.00
3	18,351.54	8,614.95	0.00	3,250,000.00
4	18,351.54	8,588.98	0.00	3,250,000.00
5	18,351.54	8,562.95	0.00	3,250,000.00
6	18,351.54	8,536.84	0.00	3,250,000.00
7	18,351.54	8,510.67	0.00	3,250,000.00
8	18,351.54	8,484.43	0.00	3,250,000.00
9	18,351.54	8,458.12	0.00	3,250,000.00
10	18,351.54	8,431.73	0.00	3,250,000.00
11	18,351.54	8,405.28	0.00	3,250,000.00
12	18,351.54	8,378.76	0.00	3,250,000.00
13	18,351.54	8,352.16	10,375.91	3,239,624.09
14	18,351.54	8,325.50	10,403.57	3,229,220.52
15	18,351.54	8,298.76	10,431.32	3,218,789.20
16	18,351.54	8,271.96	10,459.13	3,208,330.07
17	18,351.54	8,245.08	10,487.03	3,197,843.04
18	18,351.54	8,218.13	10,514.99	3,187,328.05
19	18,351.54	8,191.10	10,543.03	3,176,785.02
20	18,351.54	8,164.01	10,571.15	3,166,213.88
21	18,351.54	8,136.84	10,599.34	3,155,614.54
22	18,351.54	8,109.60	10,627.60	3,144,986.94
23	18,351.54	8,082.29	10,655.94	3,134,331.00
24	18,351.54	8,054.91	10,684.36	3,123,646.64
25	18,351.54	8,027.45	10,712.85	3,112,933.80
26	18,351.54	7,999.92	10,741.42	3,102,192.38
27	18,351.54	7,972.31	10,770.06	3,091,422.32
28	18,351.54	7,944.64	10,798.78	3,080,623.54
29	18,351.54	7,916.88	10,827.58	3,069,795.97
30	18,351.54	7,889.06	10,856.45	3,058,939.52
31	18,351.54	7,861.16	10,885.40	3,048,054.12
32	18,351.54	7,833.18	10,914.43	3,037,139.69
33	18,351.54	7,805.14	10,943.53	3,026,196.16
34	18,351.54	7,777.01	10,972.72	3,015,223.44
35	18,351.54	7,748.81	11,001.98	3,004,221.46
36	18,351.54	7,720.54	11,031.31	2,993,190.15
37	18,351.54	7,692.19	11,060.73	2,982,129.42
38	18,351.54	7,663.76	11,090.23	2,971,039.19
39	18,351.54	7,635.26	11,119.80	2,959,919.39
40	18,351.54	7,606.69	11,149.45	2,948,769.93
41	18,351.54	7,578.03	11,179.19	2,937,590.75
42	18,351.54	7,549.31	11,209.00	2,926,381.75
43	18,351.54	7,520.50	11,238.89	2,915,142.86
44	18,351.54	7,491.62	11,268.86	2,903,874.01
45	18,351.54	7,462.66	11,298.91	2,892,575.10
46	18,351.54	7,433.62	11,329.04	2,881,246.06
47	18,351.54	7,404.51	11,359.25	2,869,886.81
48	18,351.54	7,375.31	11,389.54	2,858,497.27
49	18,351.54	7,346.04	11,419.91	2,847,077.36
50	18,351.54	7,316.69	11,450.37	2,835,626.99

No. Cuota	Monto Cuota	Pago Intereses	Abono al Capital	Saldo
51	18,351.54	7,287.27	11,480.90	2,824,146.09
52	18,351.54	7,257.76	11,511.52	2,812,634.57
53	18,351.54	7,228.18	11,542.21	2,801,092.36
54	18,351.54	7,198.52	11,572.99	2,789,519.37
55	18,351.54	7,168.78	11,603.85	2,777,915.51
56	18,351.54	7,138.96	11,634.80	2,766,280.72
57	18,351.54	7,109.06	11,665.82	2,754,614.89
58	18,351.54	7,079.08	11,696.93	2,742,917.96
59	18,351.54	7,049.02	11,728.12	2,731,189.84
60	18,351.54	7,018.88	11,759.40	2,719,430.44
61	18,351.54	6,988.66	11,790.76	2,707,639.68
62	18,351.54	6,958.35	11,822.20	2,695,817.48
63	18,351.54	6,927.97	11,853.73	2,683,963.75
64	18,351.54	6,897.51	11,885.34	2,672,078.42
65	18,351.54	6,866.97	11,917.03	2,660,161.39
66	18,351.54	6,836.34	11,948.81	2,648,212.58
67	18,351.54	6,805.63	11,980.67	2,636,231.91
68	18,351.54	6,774.84	12,012.62	2,624,219.29
69	18,351.54	6,743.97	12,044.65	2,612,174.63
70	18,351.54	6,713.02	12,076.77	2,600,097.86
71	18,351.54	6,681.98	12,108.98	2,587,988.88
72	18,351.54	6,650.86	12,141.27	2,575,847.61
73	18,351.54	6,619.66	12,173.65	2,563,673.97
74	18,351.54	6,588.38	12,206.11	2,551,467.86
75	18,351.54	6,557.01	12,238.66	2,539,229.20
76	18,351.54	6,525.56	12,271.29	2,526,957.91
77	18,351.54	6,494.02	12,304.02	2,514,653.89
78	18,351.54	6,462.40	12,336.83	2,502,317.06
79	18,351.54	6,430.70	12,369.73	2,489,947.34
80	18,351.54	6,398.91	12,402.71	2,477,544.62
81	18,351.54	6,367.03	12,435.79	2,465,108.84
82	18,351.54	6,335.08	12,468.95	2,452,639.89
83	18,351.54	6,303.03	12,502.20	2,440,137.69
84	18,351.54	6,270.90	12,535.54	2,427,602.15
85	18,351.54	6,238.69	12,568.97	2,415,033.18
86	18,351.54	6,206.39	12,602.48	2,402,430.70
87	18,351.54	6,174.00	12,636.09	2,389,794.61
88	18,351.54	6,141.53	12,669.79	2,377,124.82
89	18,351.54	6,108.97	12,703.57	2,364,421.25
90	18,351.54	6,076.32	12,737.45	2,351,683.80
91	18,351.54	6,043.58	12,771.42	2,338,912.39
92	18,351.54	6,010.76	12,805.47	2,326,106.91
93	18,351.54	5,977.85	12,839.62	2,313,267.29
94	18,351.54	5,944.86	12,873.86	2,300,393.43
95	18,351.54	5,911.77	12,908.19	2,287,485.24
96	18,351.54	5,878.60	12,942.61	2,274,542.63
97	18,351.54	5,845.34	12,977.13	2,261,565.51
98	18,351.54	5,811.99	13,011.73	2,248,553.78
99	18,351.54	5,778.55	13,046.43	2,235,507.35
100	18,351.54	5,745.02	13,081.22	2,222,426.13

No. Cuota	Monto Cuota	Pago Intereses	Abono al Capital	Saldo
101	18,351.54	5,711.41	13,116.10	2,209,310.03
102	18,351.54	5,677.70	13,151.08	2,196,158.95
103	18,351.54	5,643.90	13,186.15	2,182,972.80
104	18,351.54	5,610.01	13,221.31	2,169,751.49
105	18,351.54	5,576.04	13,256.57	2,156,494.92
106	18,351.54	5,541.97	13,291.92	2,143,203.00
107	18,351.54	5,507.81	13,327.36	2,129,875.64
108	18,351.54	5,473.56	13,362.90	2,116,512.73
109	18,351.54	5,439.22	13,398.54	2,103,114.19
110	18,351.54	5,404.79	13,434.27	2,089,679.93
111	18,351.54	5,370.26	13,470.09	2,076,209.83
112	18,351.54	5,335.64	13,506.01	2,062,703.82
113	18,351.54	5,300.94	13,542.03	2,049,161.79
114	18,351.54	5,266.13	13,578.14	2,035,583.65
115	18,351.54	5,231.24	13,614.35	2,021,969.30
116	18,351.54	5,196.25	13,650.65	2,008,318.65
117	18,351.54	5,161.17	13,687.06	1,994,631.59
118	18,351.54	5,126.00	13,723.55	1,980,908.04
119	18,351.54	5,090.73	13,760.15	1,967,147.89
120	18,351.54	5,055.37	13,796.84	1,953,351.04
121	18,351.54	5,019.91	13,833.64	1,939,517.41
122	18,351.54	4,984.36	13,870.53	1,925,646.88
123	18,351.54	4,948.71	13,907.51	1,911,739.37
124	18,351.54	4,912.97	13,944.60	1,897,794.77
125	18,351.54	4,877.14	13,981.79	1,883,812.98
126	18,351.54	4,841.20	14,019.07	1,869,793.91
127	18,351.54	4,805.18	14,056.46	1,855,737.45
128	18,351.54	4,769.05	14,093.94	1,841,643.51
129	18,351.54	4,732.83	14,131.52	1,827,511.99
130	18,351.54	4,696.52	14,169.21	1,813,342.78
131	18,351.54	4,660.10	14,206.99	1,799,135.79
132	18,351.54	4,623.59	14,244.88	1,784,890.92
133	18,351.54	4,586.99	14,282.86	1,770,608.05
134	18,351.54	4,550.28	14,320.95	1,756,287.10
135	18,351.54	4,513.48	14,359.14	1,741,927.96
136	18,351.54	4,476.58	14,397.43	1,727,530.53
137	18,351.54	4,439.58	14,435.82	1,713,094.71
138	18,351.54	4,402.48	14,474.32	1,698,620.39
139	18,351.54	4,365.28	14,512.92	1,684,107.47
140	18,351.54	4,327.98	14,551.62	1,669,555.85
141	18,351.54	4,290.59	14,590.42	1,654,965.43
142	18,351.54	4,253.09	14,629.33	1,640,336.10
143	18,351.54	4,215.49	14,668.34	1,625,667.75
144	18,351.54	4,177.80	14,707.46	1,610,960.30
145	18,351.54	4,140.00	14,746.68	1,596,213.62
146	18,351.54	4,102.10	14,786.00	1,581,427.62
147	18,351.54	4,064.11	14,825.43	1,566,602.18
148	18,351.54	4,026.01	14,864.97	1,551,737.22
149	18,351.54	3,987.80	14,904.61	1,536,832.61
150	18,351.54	3,949.50	14,944.35	1,521,888.26

No. Cuota	Monto Cuota	Pago Intereses	Abono al Capital	Saldo
151	18,351.54	3,911.10	14,984.20	1,506,904.06
152	18,351.54	3,872.59	15,024.16	1,491,879.89
153	18,351.54	3,833.98	15,064.23	1,476,815.67
154	18,351.54	3,795.26	15,104.40	1,461,711.27
155	18,351.54	3,756.45	15,144.68	1,446,566.60
156	18,351.54	3,717.53	15,185.06	1,431,381.53
157	18,351.54	3,678.50	15,225.55	1,416,155.98
158	18,351.54	3,639.37	15,266.16	1,400,889.82
159	18,351.54	3,600.14	15,306.87	1,385,582.96
160	18,351.54	3,560.81	15,347.68	1,370,235.27
161	18,351.54	3,521.36	15,388.61	1,354,846.66
162	18,351.54	3,481.82	15,429.65	1,339,417.01
163	18,351.54	3,442.16	15,470.79	1,323,946.22
164	18,351.54	3,402.41	15,512.05	1,308,434.17
165	18,351.54	3,362.54	15,553.41	1,292,880.76
166	18,351.54	3,322.57	15,594.89	1,277,285.87
167	18,351.54	3,282.49	15,636.48	1,261,649.39
168	18,351.54	3,242.31	15,678.17	1,245,971.22
169	18,351.54	3,202.02	15,719.98	1,230,251.23
170	18,351.54	3,161.62	15,761.90	1,214,489.33
171	18,351.54	3,121.11	15,803.93	1,198,685.40
172	18,351.54	3,080.50	15,846.08	1,182,839.32
173	18,351.54	3,039.77	15,888.33	1,166,950.99
174	18,351.54	2,998.94	15,930.70	1,151,020.28
175	18,351.54	2,958.00	15,973.18	1,135,047.10
176	18,351.54	2,916.95	16,015.78	1,119,031.32
177	18,351.54	2,875.79	16,058.49	1,102,972.83
178	18,351.54	2,834.53	16,101.31	1,086,871.52
179	18,351.54	2,793.15	16,144.25	1,070,727.27
180	18,351.54	2,751.66	16,187.30	1,054,539.97
181	18,351.54	2,710.06	16,230.47	1,038,309.50
182	18,351.54	2,668.35	16,273.75	1,022,035.76
183	18,351.54	2,626.53	16,317.14	1,005,718.61
184	18,351.54	2,584.59	16,360.66	989,357.96
185	18,351.54	2,542.55	16,404.28	972,953.67
186	18,351.54	2,500.39	16,448.03	956,505.64
187	18,351.54	2,458.12	16,491.89	940,013.75
188	18,351.54	2,415.74	16,535.87	923,477.89
189	18,351.54	2,373.24	16,579.96	906,897.92
190	18,351.54	2,330.63	16,624.18	890,273.74
191	18,351.54	2,287.91	16,668.51	873,605.23
192	18,351.54	2,245.08	16,712.96	856,892.28
193	18,351.54	2,202.12	16,757.53	840,134.75
194	18,351.54	2,159.06	16,802.21	823,332.54
195	18,351.54	2,115.88	16,847.02	806,485.52
196	18,351.54	2,072.58	16,891.94	789,593.57
197	18,351.54	2,029.17	16,936.99	772,656.58
198	18,351.54	1,985.65	16,982.15	755,674.43
199	18,351.54	1,942.01	17,027.44	738,646.99
200	18,351.54	1,898.25	17,072.85	721,574.14

No. Cuota	Monto Cuota	Pago Intereses	Abono al Capital	Saldo
201	18,351.54	1,854.37	17,118.37	704,455.77
202	18,351.54	1,810.38	17,164.02	687,291.74
203	18,351.54	1,766.27	17,209.79	670,081.95
204	18,351.54	1,722.04	17,255.69	652,826.26
205	18,351.54	1,677.70	17,301.70	635,524.56
206	18,351.54	1,633.23	17,347.84	618,176.72
207	18,351.54	1,588.65	17,394.10	600,782.62
208	18,351.54	1,543.95	17,440.49	583,342.14
209	18,351.54	1,499.13	17,486.99	565,855.14
210	18,351.54	1,454.19	17,533.63	548,321.52
211	18,351.54	1,409.13	17,580.38	530,741.14
212	18,351.54	1,363.95	17,627.26	513,113.87
213	18,351.54	1,318.65	17,674.27	495,439.60
214	18,351.54	1,273.23	17,721.40	477,718.20
215	18,351.54	1,227.69	17,768.66	459,949.55
216	18,351.54	1,182.02	17,816.04	442,133.51
217	18,351.54	1,136.24	17,863.55	424,269.96
218	18,351.54	1,090.33	17,911.19	406,358.77
219	18,351.54	1,044.30	17,958.95	388,399.82
220	18,351.54	998.15	18,006.84	370,392.98
221	18,351.54	951.87	18,054.86	352,338.13
222	18,351.54	905.47	18,103.00	334,235.12
223	18,351.54	858.95	18,151.28	316,083.84
224	18,351.54	812.30	18,199.68	297,884.16
225	18,351.54	765.53	18,248.21	279,635.95
226	18,351.54	718.64	18,296.88	261,339.07
227	18,351.54	671.61	18,345.67	242,993.40
228	18,351.54	624.47	18,394.59	224,598.81
229	18,351.54	577.20	18,443.64	206,155.17
230	18,351.54	529.80	18,492.83	187,662.35
231	18,351.54	482.27	18,542.14	169,120.21
232	18,351.54	434.62	18,591.58	150,528.62
233	18,351.54	386.84	18,641.16	131,887.46
234	18,351.54	338.94	18,690.87	113,196.59
235	18,351.54	290.90	18,740.71	94,455.87
236	18,351.54	242.74	18,790.69	75,665.18
237	18,351.54	194.45	18,840.80	56,824.38
238	18,351.54	146.03	18,891.04	37,933.34
239	18,351.54	97.48	18,941.42	18,991.93
240	18,351.54	48.81	18,991.93	0.00

HITO 6

CAPÍTULO 8

CALENDARIO DE IMPLEMENTACIÓN

Tercer Trimestre 2013	Cuarto Trimestre 2013
Trimestre durante el cual se tiene previsto la presentación oficial de la propuesta a los 3 inversionistas que estarán involucrados en la operación. Una vez aprobado se tramitará ante la entidad bancaria la documentación necesario para que se lleve a cabo el análisis y aprobación del crédito hipotecario.	Una vez que el crédito esté aprobado se irán canalizando la compra y/o adquisición de los insumos faltantes para equipar los apartamentos y una vez evaluados los lapsos se definirá a partir de que fecha se pueden empezar a ofrecer y realizar reservas en miras de aprovechar y facturar durante la época de Navidad, ya que los meses siguiente son un poco más lentos. Formalizar firma por la adquisición del inmueble y en máximo un mes

VIABILIDAD Y CONCLUSIONES

El proyecto que se ofrece busca centralizar las operaciones en miras de aumentar la rentabilidad. La propuesta de negocio está minuciosamente evaluada y cuenta con sólida información que facilitará el proceso de verificación, consideración y aceptación del mismo.

Más allá de que incluye mejoras en el concepto del negocio, por la experiencia adquirida hasta el momento en la industria del turismo y hospedaje tengamos una ventaja versus la competencia que esté iniciándose en el área, para reaccionar ante distintas situaciones o retos que se presenten e igualmente es importante destacar que tenemos un

camino andado en cuanto a reconocimiento de huéspedes que ya han disfrutado de nuestros productos y servicios.

Estos dos factores nos harán más fuertes versus la competencia y manteniendo nuestros valores y mejorando nuestros procesos lograremos potenciar el posicionamiento de nuestra marca “Sunny Accomodation” y nuestro concepto en la mente y en el corazón de los huéspedes.

RIESGOS Y PLANES DE CONTINGENCIA

Dada la crisis económica, principalmente el factor del paro nacional (más de 6 millones de parados, al cierre de Marzo 2013), ha ocasionado el aumento en la oferta de viviendas dadas en alquiler para turistas ya que muchos propietarios han decidido introducirse en el mercado con intención de asegurarse un ingreso. Igualmente están las agencias de bienes raíces que anteriormente se dedicaban a la venta y alquiler regular de propiedades y han empezado a migrar al concepto de alquiler de propiedades para turistas, con lo cual incrementa mucho más la oferta; es por ello que se hace necesaria una reconsideración de estrategia de mercadeo, de tarifas y coordinación de estrategias promocionales para ayudar y/o asegurar un mínimo de facturación en especial durante las temporadas bajas que asegure el pago de los gastos fijos que tiene la compañía, que no genere déficit al cierre del mes.

Es por ello que gana aún más importancia el concentrar esfuerzos en la implementación de estrategia de penetración de nuestro concepto en portales web, para darnos a conocer, según está establecido en nuestra visión, como la compañía “más reconocida y recomendada por huéspedes a nivel mundial, por ofrecer la mayor y mejor variedad de opciones de alojamiento en apartamentos, con servicios de calidad a precios accesibles”.

Durante la temporada baja, la facturación es menor y la cantidad de reservas que se formalizan son proporcionales, es por ello que para no desvirtuar los resultados por rentabilidad del negocio se tiene previsto la contratación de personal adicional exclusivamente durante los meses de Abril a Septiembre y el resto de los meses del año se trabaja con un mínimo de personal. Esto en miras de evitar el riesgo de caer en déficit contables durante los meses de temporada baja, por tener contratado personal adicional que posiblemente esté ocioso por el poco volumen de trabajo que se registra durante esa temporada del año.

Adicionalmente previendo el riesgo de que haya un alto porcentaje de desocupación en la temporada baja, se tiene previsto darle igual importancia al proceso de contactar, ofrecer y negociar con compañías de industrias comerciales domiciliadas en Barcelona, el alquiler por mes de nuestros apartamentos a Ejecutivos por precios claramente competitivos versus el mercado y asegurar una renta fija mensual durante las temporadas de mejor afluencia de huéspedes.

HITO 6

CAPÍTULO 9

BIBLIOGRAFIA

GATELL PAMIES, Jesús. *Competitividad en Hotelería. 1ra Edición. Mexíco: Limusa Noriega Editores. ISBN 968-18-5884-0.*

Sitios Web tales como:

www.ine.es Instituto Nacional de Estadísticas de España Legislación aplicada al negocio.

www.tasadeparo.com

www.iet.turismoencifras.es (Instituto de Estudios Turísticos)

www.gencat.cat (Generalitat de Catalunya)

www.apartur.com (Association of Barcelona Tourist Apartments “Apartur”)

www.idealista.com

www.ithotelero.com

http://noticias.juridicas.com

http://www.Ipyme.com