

Declaro, bajo mi responsabilidad, que el Proyecto presentado con el título
Plan de negocio para la apertura de un hotel sostenible en la ciudad de Madrid en la ETS de Ingeniería - ICAI de la Universidad Pontificia Comillas en
el

curso académico 2022-2023 es de mi autoría, original e inédito y
no ha sido presentado con anterioridad a otros efectos. El Proyecto no es
plagio de otro, ni total ni parcialmente y la información que ha sido tomada
de otros documentos está debidamente referenciada.

Fdo.: Blanca Astarloa de Castro

Fecha: 11/ 07/ 2023



Autorizada la entrega del proyecto

EL DIRECTOR DEL PROYECTO

Fdo.:

Fecha://



GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES

TRABAJO DE FIN DE GRADO

PLAN DE NEGOCIO PARA LA APERTURA DE UN HOTEL SOSTENIBLE EN LA CIUDAD DE MADRID

Autora: Blanca Astarloa de Castro
Directora: Mercedes Fernández García

Madrid
Julio 2023

Índice

ÍNDICE	2
INTRODUCCIÓN.....	4
MOTIVACIÓN	4
OBJETIVOS DEL PROYECTO	5
VISIÓN DEL HOTEL.....	6
INVESTIGACIÓN DE MERCADO.....	7
ENTORNO ECONÓMICO	7
DEMANDA HOTELERA EN LA CIUDAD DE MADRID	8
COMPETENCIA	9
ESTUDIO JURÍDICO.....	10
<i>Requisitos Normativos para un hotel de 5 estrellas.....</i>	<i>11</i>
ENCUESTA INFORMATIVA	13
<i>Perfil de los encuestados</i>	<i>13</i>
<i>Preguntas acerca el precio de los hoteles.....</i>	<i>15</i>
<i>Pregunta acerca de las características de los hoteles</i>	<i>16</i>
<i>Preguntas acerca la sostenibilidad y los hoteles</i>	<i>16</i>
ESTRATEGIA EMPRESARIAL	18
ANÁLISIS DE LAS 5 FUERZAS DE PORTER.....	18
1. <i>Amenaza de entrada de nuevos competidores</i>	<i>18</i>
2. <i>Rivalidad entre competidores existentes</i>	<i>18</i>
3. <i>Amenaza de productos y servicios sustitutos.....</i>	<i>18</i>
4. <i>Poder de negociación del proveedor.....</i>	<i>19</i>
5. <i>Poder de negociación del comprador</i>	<i>19</i>
ANÁLISIS DAFO	19
<i>Debilidades</i>	<i>19</i>
<i>Amenazas</i>	<i>20</i>
<i>Fortalezas</i>	<i>20</i>
<i>Oportunidades</i>	<i>20</i>
HOTEL PATALENA.....	21
ELECCIÓN DE MARCA Y LOGO.....	21
COMEDOR Y BAR	23
ESTILO DEL HOTEL PATALENA	25
CRITERIOS DE SOSTENIBILIDAD.....	27
EDIFICIO	31
COMPRA DE UN EDIFICIO	31
ALQUILER DE UN EDIFICIO.....	31
BÚSQUEDA DE EDIFICIO.....	32
OPERACIONES Y EMPLEADOS.....	37
DEPARTAMENTOS DE LA EMPRESA	38
<i>Recepción y conserjería.....</i>	<i>38</i>
<i>Limpieza y lavandería.....</i>	<i>38</i>
<i>Bar</i>	<i>38</i>
<i>Mantenimiento</i>	<i>39</i>
<i>Seguridad.....</i>	<i>39</i>
<i>Administración y gestión.....</i>	<i>39</i>
<i>Producto y tecnología.....</i>	<i>39</i>
<i>Marketing y ventas.....</i>	<i>39</i>
<i>Recursos Humanos</i>	<i>40</i>

ORGANIGRAMA	40
<i>Consejo de Dirección</i>	40
ESTRATEGIA DE COMPENSACIÓN	40
<i>Retención del IRPF</i>	42
<i>Seguridad Social</i>	44
PLAN DE MARKETING	45
GOOGLE ADS.....	47
FACEBOOK ADS, INSTAGRAM PROMOTE Y OTRAS REDES SOCIALES	47
TRIPADVISOR Y BOOKING.COM.....	47
AGENCIAS DE VIAJE Y OTRAS EMPRESAS	48
INFLUENCERS	48
PLAN DE VENTAS	49
PLAN FINANCIERO	50
INVERSIÓN INICIAL.....	50
PLAN DE FINANCIACIÓN	50
COSTES FIJOS	50
<i>Salarios de los empleados</i>	51
<i>Suministros y servicios</i>	51
COSTES VARIABLES	52
INGRESOS ESPERADOS	52
AMORTIZACIONES	52
IMPUESTOS	52
CUENTA DE RESULTADOS	54
ANÁLISIS DE LA INVERSIÓN	54
<i>Valor Actual Neto</i>	54
<i>Tasa Interna de Retorno</i>	55
CONCLUSIÓN.....	55
BIBLIOGRAFÍA.....	57
ANEXOS	60
1. HOTELES DE MADRID POR CATEGORÍA Y DISTRITO	60
2. RESULTADOS DE LA ENCUESTA INFORMATIVA REALIZADA	61
<i>Residentes en Madrid</i>	62
<i>No residentes en Madrid</i>	64
3. CÁLCULO DEL PRECIO DEL AGUA, GAS, DE LOS PANELES SOLARES Y OTRAS MEDIDAS SOSTENIBLES.	68
<i>Precio del agua</i>	68
<i>Precio del gas</i>	69
<i>Precio de los paneles solares</i>	69
4. CONVENIO COLECTIVO DE HOSPEDAJE DE LA COMUNIDAD DE MADRID	70
<i>Clasificación de las Categorías de los Establecimientos</i>	70
<i>Clasificación de las Categorías Profesionales a efectos retributivos</i>	71
5. TABLA DEL CÁLCULO DE LOS SALARIOS BASE.....	73
6. TABLA DEL CÁLCULO DE LAS RETENCIONES POR IRPF	74
7. TABLA DEL CÁLCULO DE LAS RETENCIONES POR SEGURIDAD SOCIAL	75
8. CUENTA DE RESULTADOS COMPLETA.....	75
ÍNDICE DE TABLAS	76
ÍNDICE DE IMÁGENES E ILUSTRACIONES.....	77

Introducción

Como la sociedad que es la Humanidad, tenemos por naturaleza la capacidad de relacionarnos e interactuar; de viajar a nuevos lugares y conocer y apreciar las culturas de otros. La palabra “Hotel” deriva de la palabra *Hospes* del latín que significa “Anfitrión” (Wikipedia, 2023). El anfitrión es la persona que tiene invitados a su mesa o a su casa (Real Academia Española, 2022).

Ser capaz de acoger a una persona en tu propia casa y hacerlo sentir como si estuviera en la suya, aportando todo tipo de comodidades y cuidando de este para que tenga la mejor experiencia posible en su visita, considero que es, en mi opinión, una de las mayores y mejores habilidades que se pueden tener en esta vida.

Al viajar, la elección de hotel es tan fundamental como que es capaz de perfeccionar o arruinar la estancia en un lugar que no es el propio. Madrid es una ciudad maravillosa, llena de costumbres, sorpresas y gente espectacular, que merece ser recordada como tal.

Por otro lado, la economía de un país es más fuerte cuanto más emprenden sus ciudadanos. Ser capaz de tomar una visión o una idea y hacerla realidad, creando empleo y ayudando a la comunidad, tiene repercusiones inimaginables en las vidas y familias de muchos.

La Sostenibilidad es un tema muy discutido y abordado en los últimos años, y debe ser tratado con seriedad. Con la tecnología de hoy en día, existen numerosos recursos para poder hacer uso de energías renovables y reducir las emisiones tóxicas a la atmósfera, así como reducir los residuos que son lanzados a los océanos y vertederos. Cada negocio tiene la responsabilidad de aportar su granito de arena, sea del tamaño que sea.

El objetivo de este proyecto es hacer realidad una visión de un hotel que pueda aportar a Madrid riqueza, cultura, buena reputación y respeto como se merece; que cree puestos de trabajo para los ciudadanos de la ciudad en un ambiente de justicia y prosperidad laboral; que trabaje por cuidar el medioambiente y la naturaleza, y que deje su huella en la sociedad española por su singularidad y sus valores y que pueda perdurar en el tiempo de manera estable y próspera.

Motivación

Considero que poder viajar es uno de los mayores placeres que la vida tiene que ofrecer. Ver lugares desconocidos, conocer culturas y costumbres diferentes, probar platos nuevos, es un privilegio que hace posible abrir la mente al sinfín de posibilidades que hay en el mundo.

Uno de los factores más importantes a la hora de viajar es la correcta elección del lugar de hospedaje. Un hotel poco eficiente, estéticamente desagradable o con mala gestión, puede conseguir arruinar unas perfectas vacaciones o complicar un viaje de trabajo. Es lógico pensar que un hotel de 5 estrellas debería proporcionar todas las facilidades para que esto no suceda y que por el precio que cobran por una noche en sus habitaciones, deberían proporcionar una estancia inolvidable, que dé sensación de hogar y con atención al cliente de primera calidad

Sin embargo, esto no siempre es el caso. En mi opinión, las grandes cadenas de hoteles aún contando con las mejores instalaciones y localización, muchas veces proporcionan estancias poco personalizadas a sus clientes y aunque ofrezcan todas las comodidades que puedan existir, no ofrecen una estancia inolvidable, sino más bien indiferente. La decoración moderna y fría de los hoteles de lujo, la ostentación, nunca me han hecho sentirme como en casa.

Mi idea es crear un hotel que mantenga la mayoría de los servicios y comodidades de los hoteles 5 estrellas, pero con un enfoque ecológico y más simple. Quiero que desprenda calidez, sencillez y elegancia, y que se centre en la atención personalizada al cliente.

En un primer momento quise crear un plan de negocio para un hotel asequible para jóvenes estudiantes que viajen a Madrid con amigos. Sin embargo, una vez comencé a trabajar en el proyecto y a hacer investigaciones acerca del mercado, precios y la competitividad, me di cuenta de que se trata de un cliente objetivo reducido y que podría atraer ingresos insuficientes. Además, estéticamente, no iba a ser posible hacer realidad mi visión debido a que no sería posible una aportación de capital suficiente con ese cliente objetivo.

Por lo tanto, en este proyecto se analizarán las diferentes estrategias y los pasos necesarios que hay que seguir para la apertura de un hotel sostenible de 5 estrellas en la ciudad de Madrid.

Objetivos del proyecto

Este proyecto pretende cumplir los siguientes objetivos:

- Llevar a cabo una investigación de mercado que analice la competencia existente y las diferentes zonas de Madrid en la que es más rentable llevar a cabo el proyecto.
- Conocer los requisitos mínimos que debe tener un establecimiento para ser considerado un hotel de 5 estrellas.
- Elegir un nombre y crear un logo para el hotel.

- Diseñar un espacio acogedor en el que los huéspedes se sientan como en casa. Este debe incluir el diseño de las habitaciones, así como de los espacios comunes.
- Alinear el plan de negocio a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) para ser posible la obtención de alguna certificación de Sostenibilidad.
- Elaborar un plan de operaciones que consiga cubrir todos los requisitos necesarios para el correcto funcionamiento del hotel.
- Elaborar un plan de marketing que permita llegar al máximo número de potenciales clientes posibles, dentro del público objetivo.
- Elaborar un plan financiero que incluya inversiones iniciales, el levantamiento de capital y todos los ingresos y gastos previstos, así como los impuestos a los que estaría sometido el proyecto antes y durante su funcionamiento.
- Analizar si el modelo de negocio es rentable.

Visión del hotel

El hotel será del tipo conocido como hotel “boutique”. Este tipo de hoteles se caracterizan por tener, normalmente, menos de 100 habitaciones y por tanto son capaces de priorizar la atención personalizada al cliente. Además, cuentan con un estilo independiente al resto de hoteles, es decir que, aunque varios hoteles boutique pertenezcan a un mismo grupo o propietario, cada uno tendrá su esencia y estilo propio. Esto proporciona a cada hotel una sensación de exclusividad y libertad, ya que no sería necesario seguir la imagen del grupo. (Balekjian & Sarheim, 2011)

En cuanto al estilo del hotel de este proyecto, se apostará por un estilo moderno, simple y con un toque rústico para hacer referencia a la importancia de la sostenibilidad y la protección de la naturaleza y el medio ambiente como uno de los principales valores de la empresa. Por este motivo se ha escogido el nombre ‘Patalena’ que hace referencia a la diosa romana de las flores.

Otra de las características de los hoteles boutique es su localización urbana. Más adelante en este proyecto se verá la importancia de la localización a la hora de abrir un hotel y su impacto en el medio ambiente. De acuerdo con los criterios de sostenibilidad, que, entre otros, busca fomentar el crecimiento económico y las comunidades sostenibles, en el Hotel Patalena se fomentará el negocio local mediante las relaciones con proveedores locales y el fomento de la cultura española por medio de la gastronomía, la decoración y el arte.

Investigación de mercado

Entorno económico

La economía española se puede dividir en tres pilares fundamentales: agricultura, industria y servicios. Este último contribuye al 67,4% del PIB español y al 75,5% del empleo del país. Dentro del sector de servicios, el turismo cobra un papel de máxima importancia. España es el segundo destino turístico más popular del mundo. El turismo aportó en 2021 97.100 millones de EUR, y los sectores tradicionales del turismo generaron 2,27 millones de puestos de trabajo, 11,4% del empleo total. (Santander Trade Markets, 2023).

La ciudad de Madrid, albergando apenas el 0,1 por ciento de la superficie del país, aporta más del once por ciento de la riqueza que cada año se genera en España (Madrid, 2013). Como se puede observar en el gráfico a continuación, la Comunidad de Madrid cuenta con el PIB anual más alto de España.

Comparativa: PIB anual				
CCAA	Fecha	PIB anual		Var. PIB (%)
Andalucía [+]	2021	160.747 M€		5,5%
Aragón [+]	2021	37.964 M€		4,4%
Asturias [+]	2021	23.441 M€		5,5%
Cantabria [+]	2021	13.846 M€		5,6%
Ceuta [+]	2021	1.760 M€		4,0%
Castilla y León [+]	2021	58.119 M€		4,3%
Castilla-La Mancha [+]	2021	42.286 M€		4,8%
Canarias [+]	2021	42.656 M€		7,0%
Cataluña [+]	2021	229.418 M€		5,8%
Extremadura [+]	2021	20.117 M€		4,6%
Galicia [+]	2021	63.230 M€		5,1%
Islas Baleares [+]	2021	30.321 M€		10,7%
Región de Murcia [+]	2021	32.205 M€		5,0%
Comunidad de Madrid [+]	2021	234.639 M€		5,4%
Melilla [+]	2021	1.609 M€		4,1%
Navarra [+]	2021	20.379 M€		5,9%
País Vasco [+]	2021	71.706 M€		5,5%
La Rioja [+]	2021	8.614 M€		4,5%
Comunidad Valenciana [+]	2021	112.603 M€		5,6%

Ilustración 1: PIB de las Comunidades Autónomas en 2021. Fuente: (Expansión, 2021)

Es decir, dentro de España, es una comunidad con mucha oportunidad de negocio y prosperidad.

Demanda hotelera en la ciudad de Madrid

Debe estudiarse la demanda de hoteles en la ciudad de Madrid a la hora de realizar este tipo de proyecto para poder analizar su viabilidad y establecer presupuestos y planes estratégicos. En el portal de la web del Ayuntamiento de Madrid se pueden obtener datos para ver la demanda hotelera. El Ayuntamiento de Madrid obtiene estos datos del Instituto Nacional de Estadística (INE). De estos datos se puede averiguar el grado de ocupación de las plazas en hoteles en Madrid, el número de viajeros entrados y la estancia media. (Ayuntamiento de Madrid, 2023)

P. TURISMO Y EVENTOS. TURISMO. ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA

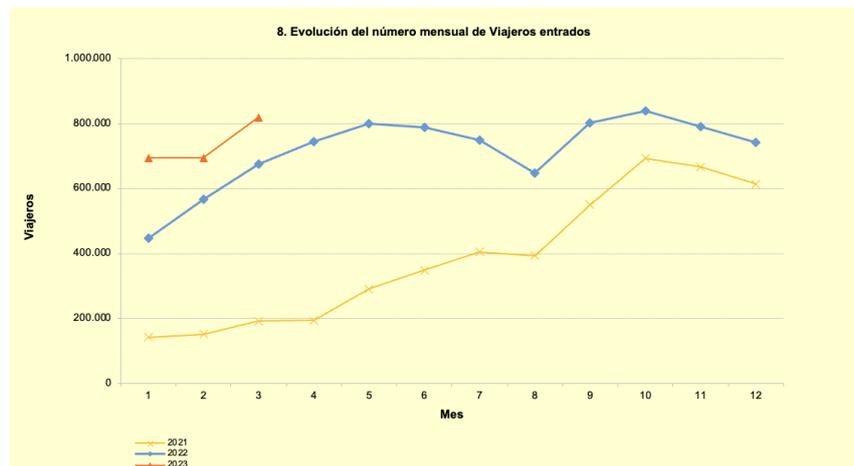


Ilustración 2: Evolución del número mensual de viajeros entrados en Madrid. Fuente: (Ayuntamiento de Madrid, 2023)

Al año viajan a Madrid una media de 600.000 viajeros.

P. TURISMO Y EVENTOS. TURISMO. ENCUESTA DE OCUPACIÓN HOTELERA

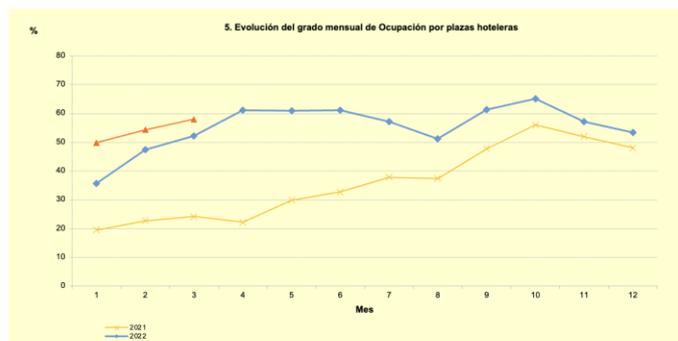


Ilustración 3: Evolución del grado mensual de ocupación por plazas hoteleras. Fuente: (Ayuntamiento de Madrid, 2023)

Mirando los datos de 2022 y 2023, ya que en 2021 seguía habiendo restricciones por la pandemia y no representan una normalidad sino más bien una excepcionalidad, se concluye que el grado de ocupación media de las plazas hoteleras es de alrededor del 50%. Por lo tanto, a la hora de preparar los presupuestos y la previsión de ingresos habrá que tener esto en cuenta. También ha de considerarse las épocas de mayor ocupación para asegurar que hay suficiente personal y recursos para atender a una ocupación más alta.

Competencia

No es sorprendente saber que en la ciudad de Madrid existen un gran número de hoteles. El Ayuntamiento de Madrid muestra en su portal web (Ayuntamiento de Madrid, 2022). datos sobre la infraestructura hotelera en la ciudad de Madrid por distritos y categorías. Los datos se presentarán resumidos en una tabla que se puede encontrar en la sección 1 de los Anexos. Para la presentación de estos datos, únicamente se han tenido en cuenta los hoteles, excluyendo los hostales y pensiones.

En cuanto al nivel del hotel, la idea es tener 5 estrellas. Tampoco hay un número tan alto de hoteles con 5 estrellas en Madrid, y menos aún de Lujo y Gran Lujo, por lo que esto puede ser beneficioso para el negocio al haber menos competencia en el sector. En concreto en el distrito de Arganzuela no hay ningún hotel de 5 estrellas.

Como se puede ver en la siguiente imagen, y como se ha podido comprobar con los datos del Ayuntamiento de Madrid, la mayoría de los hoteles de 5 estrellas se concentran en la zona Madrid centro. Los resultados de imagen muestran únicamente hoteles de 5 estrellas.

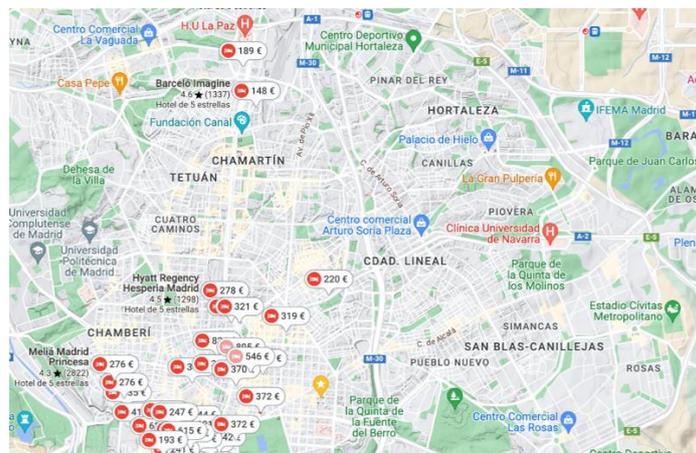


Ilustración 4: Resultado de búsqueda de hoteles en la ciudad de Madrid. (Fuente: Google Maps)

Para elegir la ubicación del Hotel Patalena, se debe elegir una localización céntrica, cercana a puntos turísticos y fácilmente accesibles. A su vez, se debe intentar evitar

barrios con un número excesivo de establecimientos hoteleros ya que la elevada competencia puede dificultar el negocio. Por esta razón pueden ser interesantes los distritos de Retiro, Arganzuela y Chamberí. Por otro lado, aunque el barrio de Salamanca tiene más hoteles de 5 estrellas, en concreto nueve, es uno de los barrios más bonitos y valorados de la ciudad por lo que no conviene descartarlo inmediatamente.

Otro distrito de posible interés podría ser el de Chamartín, ya que está cerca de la estación de tren de Chamartín, de las cuatro torres y de Plaza de Castilla. No se encuentra cerca de los principales puntos turísticos de la ciudad de Madrid, pero sí a uno de los mayores intercambiadores de autobuses, haciendo simple el traslado en transporte público. El mayor inconveniente es que se compite directamente con el Eurostars Madrid Tower, uno de los hoteles más conocidos de Madrid, al estar situado en una de las cuatro torres.



Ilustración 5: Hotel Eurostars Madrid Tower. Fuente: (Zankyout)

En los otros distritos elegidos, los hoteles de 5 estrellas más relevantes son:

- Retiro: Wellington Hotel & Spa, Hospes Puerta de Alcalá, AC Palacio Retiro y el Mandarin Oriental Ritz
- Chamberí: Relais & Châteaux Hotel Orfila, InterContinental Madrid y el Hotel Santo Mauro.
- Chamartín: Eurostars Madrid Tower y el Hotel Barceló Imagine
- Salamanca: Rosewood Villa Magna, Hotel Fénix Gran Meliá, Hotel Único Madrid y BLESS Hotel.

Estudio jurídico

La comunidad de Madrid tiene una serie de leyes y normativas que los hoteles deben seguir relacionadas con aspectos turísticos, medioambientales, sociales, culturales y operacionales, como administración y seguridad.

Las principales leyes y normativas a tener en cuenta para la apertura de un hotel en la Comunidad de Madrid son (Comunidad de Madrid, 2023):

- Ley 1/1999 de 12 de marzo, de Ordenación del Turismo de la Comunidad de Madrid.
- Decreto 19/2023, de 15 de marzo, del Consejo de Gobierno, por el que se regula la ordenación de establecimientos hoteleros en la Comunidad de Madrid.

Requisitos Normativos para un hotel de 5 estrellas

La comunidad de Madrid tiene un reglamento recogido en el Decreto 19/2023, que indica las normas generales para todos los hoteles, así como los requisitos mínimos que debe cumplir un establecimiento para considerarse un hotel de 5 estrellas. En él, se define lo que es un hotel, diferenciándolo de pensiones, hostales y hoteles-apartamento. También indica las normas sobre notificaciones, registro de solicitudes e informes que son necesarios para la apertura de un hotel, así como la frecuencia de inspecciones.

Según el artículo 22 del Decreto 19/2023, los requisitos mínimos obligatorios que debe cumplir un establecimiento para considerarse un hotel de 5 estrellas son los siguientes:

- a. Instalaciones:
 1. Climatización o aire acondicionado con mando graduable en todas sus dependencias.
 2. Calefacción en todas sus dependencias.
 3. Agua caliente.
 4. Teléfono en dormitorio y cuarto de baño.
 5. Garaje cubierto en la proporción del treinta por ciento del número de habitaciones o plazas de aparcamiento concertadas en edificios cercanos en el mismo porcentaje señalado.
- b. Comunicaciones:
 1. Escaleras: escalera principal para uso exclusivo de clientes, con una anchura mínima de 1,5 metros y escalera de servicio.
 2. Accesos y salidas: independientes para clientes y servicio.
 3. Ascensores: ascensor, que deberá cumplir la normativa en materia de accesibilidad vigente y montacargas.
 4. Pasillos: los pasillos deberán tener una anchura mínima de 1,65 metros que se podrán reducir a 1,5 metros cuando solo existan habitaciones a un lado. En todo caso deberá cumplirse la normativa en materia de accesibilidad y seguridad de incendios vigente.

- c. Zona de clientes:
1. Vestíbulo: deberá ser adecuado a su categoría, con servicios de recepción y conserjería atendidos permanentemente por personal capacitado.
 2. Salones: el hotel dispondrá de salones y, en su caso, comedores, con una capacidad adecuada al número de plazas de hotel.
 3. Bar: en zona diferenciada y con instalaciones propias.
 4. Servicios higiénicos separados para cada sexo. No obstante, un estudio justificado de la ocupación máxima prevista del establecimiento y otros parámetros relacionados con el aforo y la simultaneidad de su utilización podrá justificar la excepción de que estos servicios higiénicos puedan ser comunes.
 5. Habitaciones: las habitaciones tendrán una altura de 2,70 metros, salvo en el baño y otras zonas con descuelgues de instalaciones, cuya altura libre mínima será de 2,20 metros. Además, estarán debidamente insonorizadas. Todas ellas dotadas de caja fuerte y minibar. Las habitaciones, según su superficie, se clasifican en individuales, dobles, dobles con salón o “junior suites” y “suites”. Las habitaciones individuales tendrán una superficie de 10 metros cuadrados. Las habitaciones dobles deben contar con una superficie de 17 metros cuadrados. Se consideran habitaciones dobles con salón o “junior suites” el conjunto de una habitación doble de 15 metros cuadrados de superficie y un salón de 12 metros cuadrados, pudiendo estar este último integrado o no en el dormitorio. Se consideran “suites” los conjuntos de dos o más habitaciones de 10 o 17 metros cuadrados, según sean individuales o dobles, con sus cuartos de baño respectivos y un salón de 12 metros cuadrados.
 6. Cuartos de baño: los cuartos de baño estarán dotados de ducha, lavabo e inodoro y opcionalmente se podrá instalar bañera. La superficie mínima de los cuartos de baño será de 5 metros cuadrados. El inodoro estará independizado del resto de los elementos higiénicos.
- d. Zona de servicios: la zona de servicios constará de:
1. Oficio de planta en al menos el cincuenta por ciento de las plantas destinadas a habitaciones, dotado de vertedero con grifo y uno o varios armarios.
 2. Almacén de equipaje.
 3. Almacén de lencería.
 4. Cocina, en su caso, dotada de sistema de extracción de humos, frigoríficos, así como despensas y bodegas, con la capacidad adecuada para preparar simultáneamente el cuarenta por ciento de las plazas del comedor
- e. Otros servicios al cliente:
1. Lavandería y planchado.
 2. Servicio permanente veinticuatro horas para atender a los clientes y facilitar bebidas y alimentos de sencilla elaboración.

El Hotel Patalena se compromete a cumplir con todos los requisitos mínimos, de modo que deberán ser incluidos en la elaboración de los presupuestos de la inversión inicial.

Encuesta informativa

La investigación de mercado es esencial para cualquier plan de negocios ya que proporciona información detallada acerca de la demanda existente y potencial del producto o servicio que se ofrecerá, características del consumidor, perfil demográfico, preferencias, costumbres y comportamientos, así como también información de los competidores en el mercado, tales como fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas.

Esto significa que la investigación de mercado es necesaria para tomar decisiones informadas en cuanto al lanzamiento de un producto o servicio, la estrategia de precios, segmentación de mercado, canales de distribución, publicidad y promoción, y cualquier otra inversión necesaria para realizar el plan de negocios.

Además, la investigación de mercado es importante para identificar las necesidades no satisfechas del mercado, las oportunidades de crecimiento y nuevos mercados. Esto puede ayudar a los emprendedores a diversificar sus productos y servicios y expandir sus operaciones a nivel nacional o internacional.

En resumen, la investigación de mercado es fundamental para cualquier plan de negocios, ya que proporciona información clave para una toma de decisiones más informada y efectiva, y ayuda a maximizar las oportunidades de crecimiento y éxito en el mercado.

Se ha realizado una encuesta en forma de formulario de *Google Forms*. Este formulario se ha compartido por medio de redes sociales personales para intentar obtener la mayor muestra de respuestas posibles. En total se han obtenido 115 respuestas y se mostrarán las conclusiones más relevantes a continuación. La encuesta en su totalidad se incluye al final de este documento en la sección de Anexos, apartado 2.

Perfil de los encuestados

De los 115 encuestados, un 65,2% eran mujeres, un 33,9% hombres y el 0,9% restante prefería no decirlo.

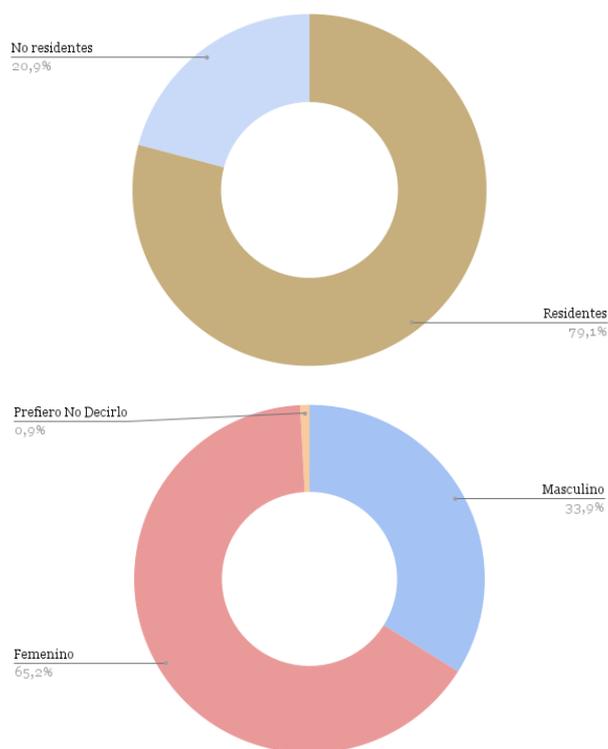


Ilustración 6: Gráficos circulares resultados de la encuesta informativa

Se les preguntó a los encuestados si eran residentes en Madrid o no para identificar cuáles eran las respuestas más relevantes al proyecto. Esto se debe a que los encuestados que no son residentes en Madrid, pueden aportar opiniones y sugerencias sobre cuáles son sus expectativas a la hora de reservar una habitación de hotel en Madrid. De los residentes en Madrid, se pueden obtener conclusiones también de cuáles son sus requisitos a la hora de viajar a otros lugares. Entre los encuestados, un 79,1% era residente en Madrid mientras que el 20,9% no lo era. A ambos grupos se les ha hecho las mismas preguntas, por lo que en muchos de los resultados que se presentan a continuación, se han juntado las respuestas obtenidas.

El cliente objetivo para este modelo de negocio es gente entre 25 y 65 años ya que son los que son capaces de permitirse el coste de alojarse en el Hotel Patalena. Se trata de un rango de edades extenso, lo cual es beneficioso para el proyecto ya que no limita la atracción de clientes a unas edades en concreto. Por otro lado, esto significa que el hotel debe adecuarse a todas las edades. Es decir, ni demasiado juvenil y moderno, ni demasiado anticuado. El análisis del precio de una noche en el Hotel Patalena se verá más adelante en este proyecto. Los encuestados eran de varias edades diferentes que están representadas en el siguiente gráfico.

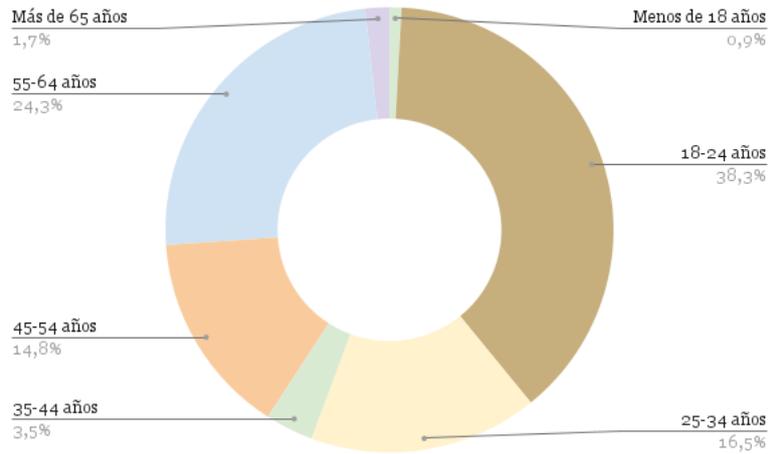


Ilustración 7: Gráfico circular resultado de la encuesta informativa

Como se puede ver el gráfico circular, de los encuestados, más de la mitad está entre las edades de 25 y 65 por lo que podemos concluir que las respuestas obtenidas representan bien los intereses del cliente objetivo que busca el Hotel Patalena.

Preguntas acerca el precio de los hoteles

Con el objetivo de hacer una estimación del precio que está dispuesto el público a pagar por una noche en un hotel, se le hizo a los encuestados la pregunta: “¿Cuánto sueles pagar por una noche de hotel?” Se les dio a elegir entre varios intervalos entre 50 y más de 500 euros por noche. Los resultados obtenidos fueron los siguientes:

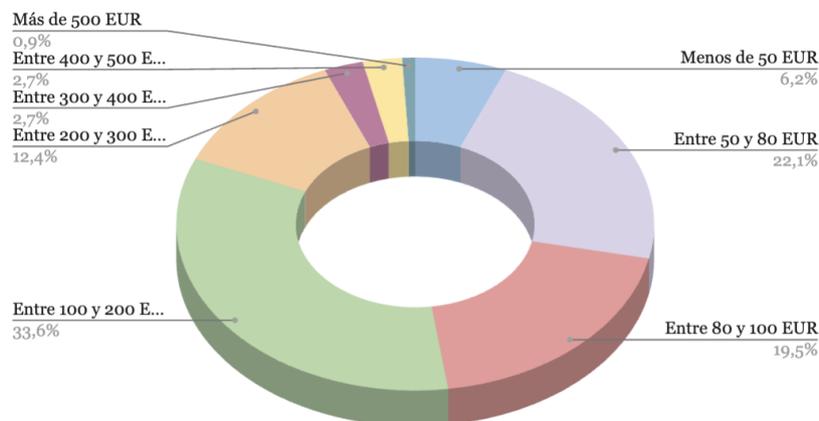


Ilustración 8: Gráfico circular en relieve resultado de la encuesta informativa

Ya que, como se ha mencionado anteriormente, la mayoría de los encuestados cumplen el perfil del cliente objetivo, se puede concluir que los precios obtenidos muestran un verdadero posible rango de precios a cobrar en el Hotel Patalena. Del gráfico podemos concluir que un precio adecuado podría rondar entre los 80 y 300 euros.

Pregunta acerca de las características de los hoteles

Para saber cuáles son los servicios y características más valoradas en los hoteles, se le hizo a los encuestados la pregunta: “Evalúa del 1 al 5 la importancia que le das a estas características o servicios cuando te hospedas en un hotel.” A continuación, se les dio una lista con diferentes factores a evaluar y los resultados obtenidos fueron los siguientes:

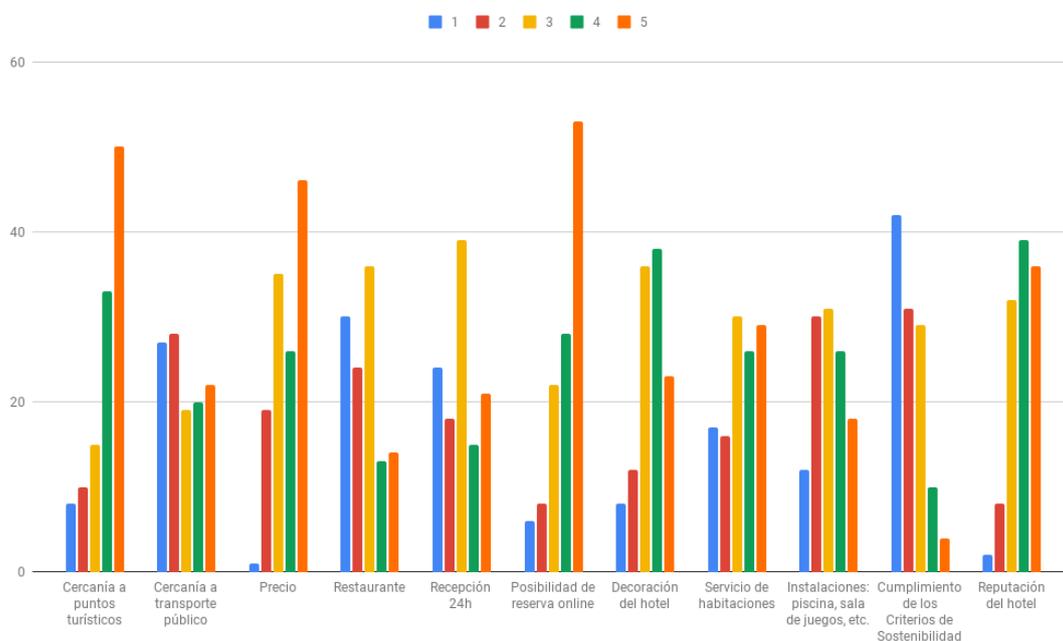


Ilustración 9: Gráfico de barras de varias series resultado de la encuesta informativa

Por lo tanto, podemos tener en cuenta que las características más buscadas son la cercanía a puntos turísticos, buen precio, posibilidad de reserva online, decoración del hotel y recepción 24 horas.

Preguntas acerca la sostenibilidad y los hoteles

A los encuestados se les preguntó acerca de la importancia que les dan a los criterios de sostenibilidad en relación con sus estancias en hoteles y el precio que están dispuestos a pagar. La conclusión es que no existe una gran preocupación por el cumplimiento de estos objetivos, pero existe cierta disposición a pagar un precio más alto por que un hotel cumpla con los criterios de sostenibilidad.

Estos resultados se han recogido en los siguientes gráficos. El gráfico circular de la izquierda son las respuestas a la pregunta: “¿Le das importancia a que un hotel cumpla con los criterios de Sostenibilidad?”. El de la derecha representa las respuestas a la pregunta: “¿Estarías dispuesto a pagar un precio mayor por que un hotel cumpla con los criterios de Sostenibilidad?”

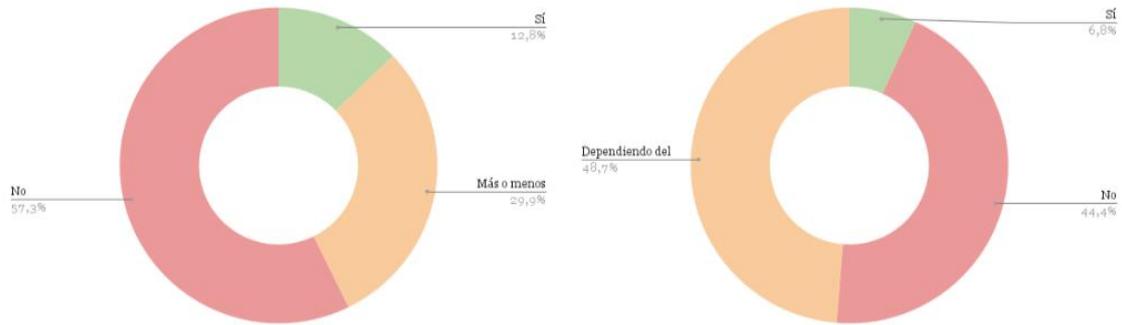


Ilustración 10: Gráfico circular resultado de la encuesta informativa

De estas respuestas se concluye que, aunque no hay mucha conciencia general por la sostenibilidad en el sector hotelero, una mayoría estaría dispuesta a pagar una cantidad extra por que un hotel haya adoptado medidas para garantizar la sostenibilidad, siempre que esta cantidad no sea excesiva.

En cuanto a las medidas sostenibles que puede adoptar un hotel, los encuestados les otorgaron una importancia en una escala del 1 al 5, siendo el 1 la máxima importancia. Estas respuestas sirven de referencia a la hora de elegir qué medidas adoptar en el Hotel Patalena. Los resultados fueron los siguientes:

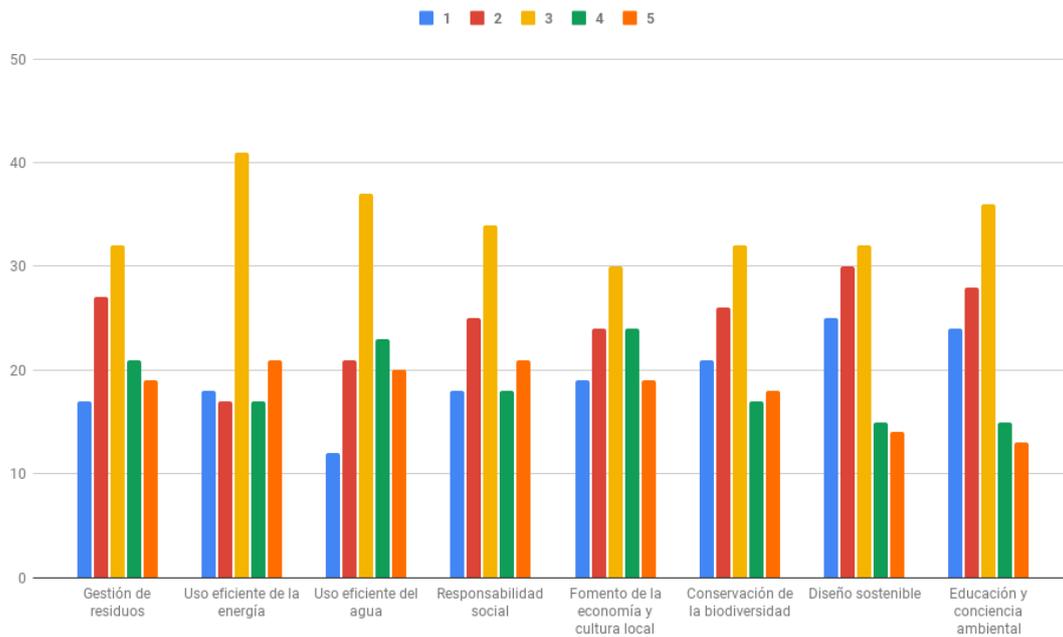


Ilustración 11: Gráfico de barras de varias series resultado de la encuesta informativa

Con esto se concluye que todas las posibles medidas, tienen una importancia media en el público.

Estrategia Empresarial

Análisis de las 5 Fuerzas de Porter

Las “Cinco Fuerzas de Porter” es un modelo desarrollado por el profesor Michael Porter en 1979 para la *Harvard Business Review* que se utiliza para analizar la competencia y la estructura de una industria. El análisis de las Cinco Fuerzas de Porter ayuda a las empresas a comprender mejor el entorno competitivo en el que operan, identificar oportunidades y desafíos, y desarrollar estrategias para mantener o mejorar su posición competitiva. Las 5 fuerzas de Porter son:

1. Amenaza de entrada de nuevos competidores

Si las barreras de entrada son altas (por ejemplo, altos costes iniciales, regulaciones, economías de escala, etc.), es menos probable que nuevos competidores entren y afecten a la competitividad.

Para un hotel de 5 estrellas de al menos 100 habitaciones en el centro de la ciudad de Madrid existen ciertas barreras de entrada altas como son una alta inversión inicial y limitados espacios disponibles. Por otro lado, esto significa que la entrada de competidores de nivel semejante es difícil e improbable.

2. Rivalidad entre competidores existentes

Factores como el número de competidores, la diversidad de productos, la lealtad de los clientes, los costos de cambio y las estrategias de precios pueden influir en la rivalidad.

Como se ha mencionado anteriormente en este proyecto, no existen un gran número de hoteles 5 estrellas en la ciudad de Madrid. En concreto, existen 35. De todos estos, hay 12 en el centro, 8 en el barrio de Salamanca y 15 en Chamberí. En el resto de los distritos hay como mucho 2 y en la mayoría de los casos, ninguno. Esto quiere decir, que en la mayoría de los distritos no existen competidores que puedan causar rivalidad y dificultades en la venta de servicios.

3. Amenaza de productos y servicios sustitutos

Si existen sustitutos cercanos y atractivos pueden limitar el número de ventas y por lo tanto, el crecimiento y rentabilidad de la empresa.

Con la creciente popularidad de Airbnb o Booking.com, muchos viajeros prefieren sustituir las estancias en hoteles por alquiler de apartamentos. La principal causa de esto es que los encuestados quieren ahorrar dinero. Esto podría llegar a ser una preocupación en el caso de hoteles de 3 estrellas o menos, ya que normalmente, el cliente medio que quiere reservar estancia en un hotel de 5 estrellas, lo hace por comodidad, buenos servicios, y por la propia experiencia, sin importar demasiado el precio.

4. Poder de negociación del proveedor

Esta fuerza se relaciona con el grado de influencia que los proveedores tienen sobre las empresas de la industria. Si los proveedores son pocos y además dominantes, tienen la capacidad de dictar términos y condiciones más favorables para ellos y afectar a la rentabilidad de la empresa.

De acuerdo con el compromiso con los ODS, el Hotel Patalena se compromete a intentar fomentar el negocio local mediante las relaciones con proveedores locales. Para poder conseguir términos y condiciones favorables para la empresa, es necesario que el proveedor sienta cierto aprecio y compromiso por nuestra parte. Esto se puede lograr mediante contratos de larga duración, exclusividad, o promoción del negocio.

5. Poder de negociación del comprador

Esta fuerza se refiere al grado de influencia que los compradores tienen sobre las empresas de la industria. Si los compradores son pocos y tienen opciones de compra abundantes, entonces tienen el poder para exigir precios más bajos o mejores condiciones, lo que puede afectar a la rentabilidad de la empresa.

En el caso del hotel, el poder del comprador podría ser favorable para la empresa ya que, al venderse un servicio, basta con que el huésped quede extremadamente satisfecho con la experiencia y que esto le lleve a querer repetirla en la siguiente oportunidad que tenga, o que la recomiende a nuevos potenciales clientes.

Para ello habrá que fomentar al máximo la atención personalizada al cliente, cuidar la limpieza y el mantenimiento de las instalaciones del hotel y contratar a personal agradable y eficiente, además de utilizar productos de calidad propios de un hotel de 5 estrellas.

Análisis DAFO

El análisis FODA (Fortalezas, Oportunidades, Debilidades y Amenazas) también conocido como análisis DAFO, es una herramienta de estudio de la situación de una empresa, institución, proyecto o persona, analizando sus características internas y su situación externa (Wikipedia, 2023). Permite identificar los factores internos y externos que pueden influir en el éxito o fracaso de una iniciativa. Las componentes del análisis DAFO son:

Debilidades

Las debilidades son las limitaciones internas que pueden afectar negativamente el desempeño de la empresa. Estas pueden incluir carencias de recursos, falta de experiencia, procesos ineficientes, mala gestión, problemas de calidad o falta de diferenciación en el mercado.

Amenazas

Las amenazas son factores externos que representan desafíos o riesgos para la empresa o proyecto. Estos pueden incluir competidores fuertes, cambios en la demanda del mercado, volatilidad económica, cambios en la legislación o regulaciones, o avances tecnológicos disruptivos. Identificar y gestionar adecuadamente estas amenazas es crucial para mantener la viabilidad y la competitividad.

Fortalezas

Las fortalezas son los atributos internos positivos que la empresa posee y que le dan una ventaja competitiva. Estas pueden incluir recursos, capacidades, conocimientos, activos tangibles o intangibles, habilidades, reputación o relaciones con los clientes.

Oportunidades

Las oportunidades son factores externos favorables que pueden beneficiar a la empresa. Estas pueden surgir de cambios en el mercado, avances tecnológicos, cambios regulatorios, o tendencias sociales, entre otros. Se deben identificar y aprovechar estas oportunidades ya que puede ayudar a impulsar el crecimiento y el éxito.

Fortalezas	<ul style="list-style-type: none">• Eficiencia• Diseño “ecofriendly”• Ubicación estratégica• Técnicas de ahorro de agua y energía	<ul style="list-style-type: none">• Falta de reputación• Falta de experiencia• Costes iniciales altos	Debilidades
Oportunidades	<ul style="list-style-type: none">• Marketing• Convenios con empresas locales• Crecimiento turístico• Posibilidad de apoyo gubernamental a proyectos ecológicos	<ul style="list-style-type: none">• Competencia• Volatilidad económica• Posible escasez de energía renovable en la ciudad	Amenazas

Tabla 1: Tabla del Análisis DAFO

El análisis DAFO se realiza mediante la identificación y evaluación de estos cuatro componentes. Una vez que se han identificado las cuatro componentes, se pueden utilizar para desarrollar estrategias y acciones que capitalicen las fortalezas, arreglen las debilidades, aprovechen las oportunidades y superen las amenazas. El objetivo es aprovechar los factores internos positivos y adaptarse al entorno externo cambiante para lograr una posición estratégica superior y duradera.

Hotel Patalena

Elección de marca y logo

Una de las características principales del hotel a diseñar es el cumplimiento de criterios de sostenibilidad por lo que, tanto el nombre, logo, así como imagen principal debería llevar implícito un mensaje sostenible, aunque no sea evidente.

A la hora de pensar un nombre para el hotel, quise seguir el ejemplo de numerosas marcas y empresas a lo largo de los años, que han incorporado la mitología griega y romana en la elección del nombre de marca y el logo. Algunos ejemplos son Nike, que coge su nombre de Niké, la diosa de la victoria, u Olympus, que hace referencia al Monte Olimpo, hogar de los dioses griegos.

Buscando diferentes nombres de personajes de la mitología griega y romana, encontré a Patalena, diosa romana de las flores. Los romanos la invocaban a lo largo de las diferentes estaciones para que saliesen las espigas del tallo y el público le atribuía la responsabilidad de esta tarea (Tesauro, Historia Antigua y Mitología, s.f.). Además de ser un nombre que hace referencia a la naturaleza, también es un nombre fácilmente comercializable en muchos idiomas, ya que es simple de pronunciar y recordar.

En cuanto al logo, quise hacer referencia a las flores debido a la procedencia del nombre Patalena. Quise darle un estilo elegante y que pueda perdurar en el tiempo, con poca necesidad de actualización o cambio.

La empresa Adobe analiza en su blog (Adobe Experience Cloud Team, 2018) los diferentes colores adoptados por las 100 marcas más grandes hoy en día. Concluyó que el 95% de estas marcas únicamente hace uso de uno o dos colores, y que esto se debe a que es más fácil tener una imagen consistente con un logo más sencillo. También explica que incluir texto, como por ejemplo eslóganes, no es muy relevante ya que solamente lo utilizan el 41% de las grandes marcas. Otro dato que incluye es que es posible tener un logo que conecte y se quede con el cliente sin necesidad de incluir el nombre, como han conseguido el 9% de estas empresas. Sin embargo, en el caso del Hotel Patalena, se ha querido incluir el nombre ya que éste tiene mucho más significado detrás de él que un icono por sí solo. Además, al ser un hotel nuevo independiente, no tiene una reputación formada y el público no conoce su nombre por lo que es necesario incluirlo para evitar ser olvidado.

Utilizando la herramienta Canva, se han creado los diferentes logos para el Hotel Patalena. Dependiendo de la situación, se podrá utilizar uno u otro.



Ilustración 12: Logo principal del Hotel Patalena



Ilustración 13: Logo principal sin borde del Hotel Patalena



Ilustración 14: Logo secundario del Hotel Patalena

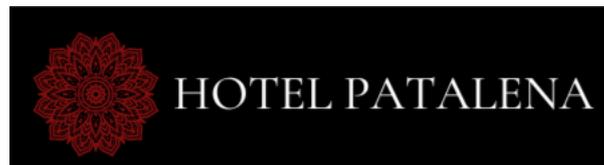


Ilustración 15: Logo secundario del Hotel Patalena sobre fondo negro



Ilustración 16: Logo principal del Hotel Patalena sobre fondo negro

Los logos se pueden incluir en diversos lugares como, por ejemplo, la página web oficial, redes sociales, panfletos, tarjetas de negocio, placas, uniformes, etc. Utilizando la herramienta Photoshop se ha creado un ejemplo de cómo quedaría el logo y nombre del hotel en una tarjeta de negocio.



Ilustración 17: "Mock-up" del logo del Hotel Patalena en tarjetas de empresa

Comedor y bar

La mayoría de los hoteles tienen un comedor para que los huéspedes puedan desayunar, comer o cenar. Sin embargo, tener un restaurante requiere una organización y un esfuerzo adicional en la gestión de un hotel, ya que debe tenerse en cuenta la obtención y conservación de alimentos, elaboración de las comidas y mantenimiento de las instalaciones. El Hotel Patalena tiene un compromiso con los negocios de la zona y la comunidad, por lo que la idea es establecer una relación a largo plazo con un restaurante local de excelente calidad y reputación para que sea éste el que sea responsable de las comidas en el Hotel Patalena.

A este restaurante se le cobraría una cantidad mensual por hacer uso de las instalaciones del comedor y la cocina, alrededor de un 30% de los ingresos netos del restaurante, para cubrir los gastos de electricidad, agua y gas. Por otro lado, todos los ingresos referentes a los desayunos, comidas y cenas, incluyendo el servicio de habitaciones, irán directamente al restaurante. Éste será responsable de contratar y pagar a sus propios cocineros, camareros y personal de limpieza. Se tratará de una relación simbiótica entre ambas partes ya que el restaurante se beneficiará de los ingresos de la zona del comedor y el Hotel Patalena se beneficiará de la plusvalía que supone la presencia de un restaurante en sus instalaciones, sin tener que llevar la gestión diaria que éste conlleva, así como ingresos adicionales debido al alquiler que se recibirá del restaurante.

Se elegirá un restaurante de comida mediterránea para fomentar la cultura y gastronomía de España y zona del Mediterráneo, de acuerdo con los ODS. El restaurante deberá adaptarse al estilo y a los valores del Hotel Patalena, aunque pudiendo dejar claro que se trata de una empresa independiente. El restaurante será el responsable de escoger proveedores adecuados para obtener los ingredientes y utensilios que necesite para la elaboración y preparación de los alimentos

Por otro lado, el Hotel Patalena se hará cargo del bar, ya que éste conlleva menos complejidad en la organización y gestión que el restaurante, y es posible obtener unos ingresos considerables de éste. Para ello se deben encontrar proveedores de bebidas y alimentos para éste y que además puedan obtenerse productos para el minibar de las habitaciones.

Para poder hacer una estimación de lo que se cobrará como “alquiler” al restaurante se supondrá que el restaurante tendrá capacidad para 200 comensales, ya que deberá poder sentar a todos los huéspedes en caso de ocupación completa. Como se ha visto anteriormente, los hoteles en Madrid tienen una media de ocupación del 50%. Si se asume un ingreso de 60€ diarios por persona, entonces se tiene:

Ingresos brutos diarios = Capacidad x Ocupación x Ingresos por persona

Ingresos brutos diarios = 200 x 0.5 x 60 € = 6.000 € diarios

Si el restaurante está abierto todos los días del mes:

Ingresos brutos mensuales = Ingresos diarios x 30

Ingresos brutos mensuales = 180.000 € mensuales

Asumiendo unos costes de operación del 40%, los ingresos netos se calcularían como:

Coste de operación mensual = Ingresos brutos mensuales x 0.4

Coste de operación mensual = 72.000 € mensuales

Ingresos netos = Ingresos brutos mensuales – Coste de operación mensual

Ingresos netos = 180.000 – 72.000 = 108.000 €

Teniendo esto en cuenta, ya que el alquiler suele ser un 30% de los ingresos netos de una persona o empresa, al restaurante socio se le cobrará un alquiler de 32.400€ mensuales. Esta cifra es simplemente una estimación para este plan de negocio.

Estilo del Hotel Patalena

El Hotel Patalena tendrá un estilo sencillo pero elegante, con un toque rústico para plasmar su compromiso con la naturaleza y el medio ambiente. Se harán uso de colores cálidos que den una sensación hogareña. El objetivo del hotel es hacer que los huéspedes se sientan cómodos, pero en una estancia de lujo, cumpliendo siempre con la normativa establecida por la Comunidad de Madrid.

La estudiante de Arquitectura de Interiores de IADE Escuela de Diseño, Lourdes Triana de Castro, ha proporcionado algunas imágenes como ejemplo de la decoración y aspecto de las habitaciones y los baños del hotel. Lourdes ha utilizado programas avanzados de diseño de interiores en tres dimensiones para crear estas imágenes. El resto de las imágenes se han realizado con Photoshop partiendo de fotografías encontradas en Pinterest.



Ilustración 18: Imagen editada con Photoshop de entrada para la entrada del Hotel Patalena



Ilustración 19: Diseño de Lourdes Triana de Castro para un baño del Hotel Patalena



Ilustración 20: Diseño de Lourdes Triana de Castro para una habitación del Hotel Patalena



Ilustración 21: Diseño de Lourdes Triana de Castro para el minibar de una habitación del Hotel Patalena

Criterios de Sostenibilidad

Dentro de los valores principales del Hotel Patalena se encuentran el compromiso con el medio ambiente, el crecimiento económico local y el desarrollo sostenible.

En septiembre de 2015, las Naciones Unidas se reunieron para establecer los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Estos objetivos se desarrollaron con el objetivo de promover las energías renovables y el espíritu ecológico, así como la justicia social y económica. Estos objetivos incluyen: agua limpia y saneamiento, energía asequible y no contaminante, trabajo decente y crecimiento económico, ciudades y comunidades sostenibles, e industria, innovación y estructura, entre otros.



Ilustración 22: Objetivos de Desarrollo Sostenible. Fuente: (ONU, 2015)

Para que un hotel se considere sostenible hay una serie de certificaciones que puede obtener. Algunos ejemplos de las certificaciones más relevantes en España son:

- **Biosphere Responsible Tourism:** Esta certificación es otorgada por el Instituto del Turismo Responsable (ITR) y respaldada por la UNESCO. Evalúa aspectos como la gestión sostenible, la eficiencia energética, la conservación de la biodiversidad, la participación local y la responsabilidad social.
- **Q de Calidad Turística:** Este distintivo de calidad turística es otorgado por el Instituto para la Calidad Turística Española (ICTE). Aunque no es específicamente un certificado de sostenibilidad, incorpora en su proceso de evaluación criterios relacionados con la gestión medioambiental y la sostenibilidad.
- **Certificación ISO 14001:** Esta norma internacional establece los requisitos para un sistema de gestión ambiental efectivo. No es específica para hoteles, pero puede ser implementada para demostrar un compromiso con la sostenibilidad y la protección del medio ambiente.

El primer certificado, Biosphere Responsible Tourism de la empresa Biosphere, ofrece un análisis continuo del negocio mediante auditorías, así como consejos y medidas sugeridas para alinear el establecimiento con los ODS. Para obtener esta certificación, el hotel deberá mostrar evidencias de sus prácticas, políticas y esfuerzos para cumplir con los requisitos mínimos. Estos requisitos mínimos incluyen el propósito de cumplimiento de los 17 ODS, los 169 objetivos de la agenda 2030 y las 3 áreas de sostenibilidad. La plataforma de Biosphere ofrece en tiempo real el porcentaje de progreso del negocio en la obtención de la certificación. Este servicio tiene un coste de 359€ anuales que será considerado a la hora de elaborar el presupuesto anual. (Biosphere, 2023)

Considero que esta certificación es la más adecuada para el establecimiento porque además de estar respaldada por la UNESCO y el Gobierno de España, lo cual podría evitar futuros problemas legales relacionados con las leyes del medioambiente, ofrece un seguimiento continuo de las prácticas empleadas, por lo que es difícil perder la certificación.

Actualmente en Madrid, únicamente existen 8 hoteles con esta certificación, siendo el The Principal Madrid y SLEEP’N Atocha, los que más ODS cumplen, con 10 de los 17 totales.

Dentro de los 17 ODS, los más importantes para el Hotel Patalena son:

- Energía asequible y no contaminante
- Trabajo decente y crecimiento económico
- Agua limpia y saneamiento
- Ciudades y comunidades sostenibles
- Producción y consumos responsables

Esto es debido a que son los que más impacto tienen en el medioambiente y en la comunidad local del hotel.

Distribución del gasto energético en un hotel

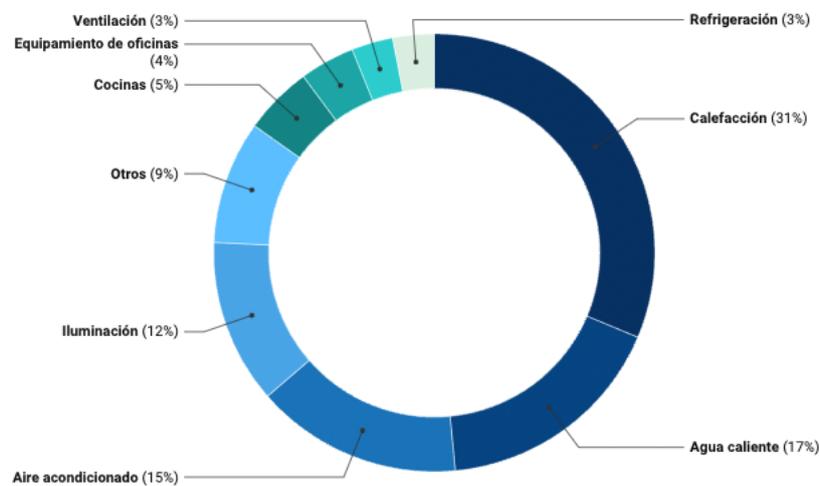


Ilustración 23: Distribución del gasto energético en un hotel. Fuente: (BBVA, 2020)

Para la implantación de estos ODS y la máxima reducción del gasto energético, se llevarán a cabo las siguientes medidas:

- Para conseguir la máxima eficiencia energética:
 - Instalación de paneles solares térmicos.
 - Instalación de ventanas y puertas con cierre hermético y otros sistemas de optimización de la climatización.
 - Instalación de sensores de movimiento para la iluminación y utilización de bombillas de bajo consumo.

- Para reducir el impacto ambiental:
 - Instalación de grifos de bajo flujo.
 - Reducidos productos de un solo uso.
 - Separación de papeleras para el reciclaje en todas las habitaciones y zonas comunes.
 - Utilización de productos de limpieza ecológicos y biodegradables.
 - Protección y restauración de áreas naturales en el entorno del hotel.
 - Ofrecer estacionamiento para vehículos eléctricos y bicicletas para fomentar el desarrollo sostenible.
 - Sistemas de riego eficientes y reutilización de agua en jardines para el ahorro de agua.
- Para asegurar responsabilidad social:
 - Prácticas laborales justas, salarios dignos, condiciones de trabajo seguras, beneficios para los empleados y oportunidades de crecimiento.
 - Contratación local y apoyar a proveedores locales.
- Para promover la cultura local:
 - Ofrecer arte y gastronomía tradicional en el hotel.
 - Promover la importancia de la preservación del patrimonio cultural y natural nacional y regional.
 - Establecer relaciones con asociaciones culturales locales para promover el turismo responsable y la conservación del patrimonio.



Ilustración 24: Claves para el desarrollo sostenible de un hotel. Fuente: (BBVA)

Edificio

Para poder realizar la apertura del Hotel Patalena, es necesario tener un espacio adecuado para el desarrollo de la actividad y que sea atractivo para los potenciales clientes. Para la obtención de este espacio se puede comprar un inmueble o alquilarlo. A continuación, se explicarán las ventajas y desventajas de ambas opciones.

Compra de un edificio

Las principales ventajas de la compra de un espacio para el desarrollo de una actividad profesional son las siguientes:

1. Estabilidad a largo plazo: No hay riesgo de cambios de los términos en el contrato de alquiler.
2. Potencial de inversión: Si el valor del edificio aumenta con el tiempo, es posible beneficiarse de la apreciación del capital y obtener ganancias en el futuro.
3. Diseño y operaciones: Total control sobre el diseño del espacio y flexibilidad para realizar cambios o renovaciones.

Sin embargo, esta opción también presenta una serie de inconvenientes:

1. Inversión inicial significativa: Esta inversión incluye el coste de la compra, impuestos, tasas y posible renovación.
2. Costes de mantenimiento: Como propietario, se deben asumir gastos de mantenimiento, reparaciones y seguros relacionados con el edificio. Esto puede llevar a gastos imprevistos y mayor riesgo financiero.
3. Menor flexibilidad: Si en un futuro se desea trasladar o vender el hotel, puede llevar más tiempo llevar a cabo una transacción así.

Alquiler de un edificio

Por otro lado, existe la opción de alquilar un edificio acondicionado para llevar a cabo la actividad hotelera. Esta presenta una serie de ventajas e inconvenientes. Por un lado, las ventajas son:

1. Menor inversión inicial: Esto permite la utilización de recursos para otras necesidades.
2. Mayor flexibilidad: Se tiene mayor facilidad para trasladar el hotel en el caso de que se desee cambiar de ubicación o si se necesita un espacio de mayor tamaño. Además, es posible ir modificando los términos del contrato de alquiler con el arrendatario.
3. Menor responsabilidad financiera: El propietario del edificio es el responsable de los gastos de mantenimiento y reparaciones de averías.

En cuanto a los inconvenientes para tener en cuenta:

1. Dependencia del arrendador: se deben seguir las normas y condiciones de los términos del contrato de alquiler, con el que debe estar de acuerdo el arrendador.
2. Sin beneficios de apreciación: No se podrán obtener beneficios de apreciación del edificio a largo plazo.
3. Restricciones de personalización: Cualquier remodelación o modificación de las instalaciones del edificio debe tener la aprobación del propietario.

	VENTAJAS	INCONVENIENTES	
Compra	<ul style="list-style-type: none"> • Estabilidad a largo plazo • Potencial de inversión • Diseño y operaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Inversión inicial significativa • Costes mantenimiento • Menor flexibilidad 	Compra
Alquiler	<ul style="list-style-type: none"> • Menor inversión inicial • Mayor flexibilidad a futuro • Menor responsabilidad financiera 	<ul style="list-style-type: none"> • Dependencia del arrendador • Sin beneficios de apreciación • Restricciones personalización 	Alquiler

Tabla 2: Tabla de ventajas e inconvenientes de la compra y alquiler de un edificio

La ubicación del hotel, así como el edificio en el que se va a trabajar, es de suma importancia. Como se ha visto anteriormente, ha de tenerse en cuenta la competencia de hoteles en cada zona de Madrid, ya que situarse en un barrio con una cantidad elevada de hoteles de lujo puede ser perjudicial para las ventas.

Debido a los requisitos mínimos para poder obtener 5 estrellas, se necesitará un espacio de entre 3.000 y 5.000 metros cuadrados teniendo en cuenta que no se tendrán más de 100 habitaciones.

Búsqueda de edificio

Teniendo en cuenta las zonas de mayor interés y un tamaño aproximado de 4.000 metros cuadrados, se ha realizado una búsqueda de compra en el sitio web “idealista”, del que se ha obtenido el siguiente resultado.



Ilustración 25: Búsqueda de edificios para comprar de más de 4.000 metros cuadrados. Fuente: (idealista)

Se ha realizado también una búsqueda de edificios de estas dimensiones para alquilar y aunque se obtuvieron muchos más resultados, todos ellos correspondían a edificios de oficinas que no sirven para este proyecto.

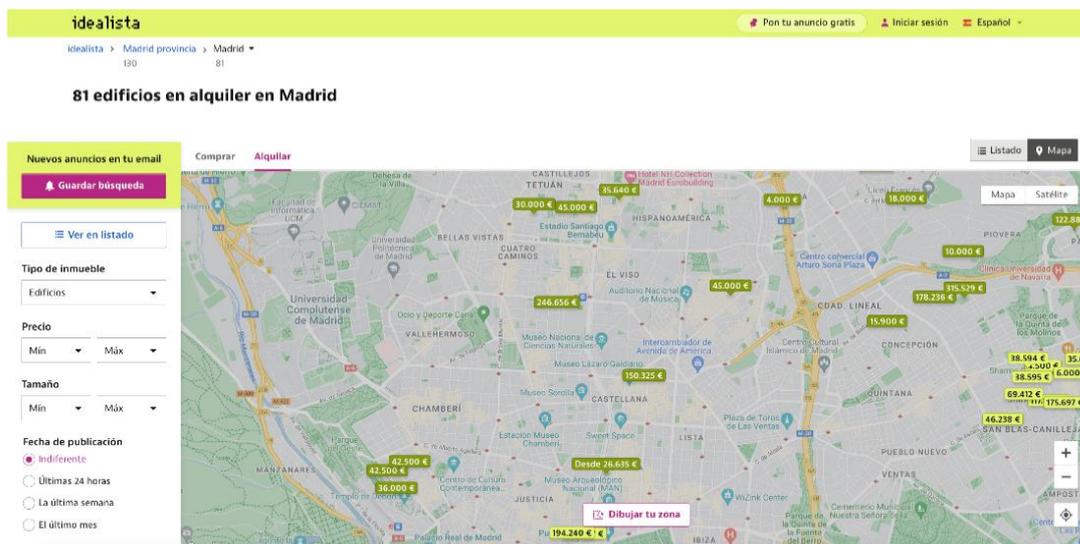


Ilustración 26: Búsqueda de edificio para alquilar de más de 4.000 metros cuadrados. Fuente: (idealista)

Se ha realizado el cálculo aproximado de lo que sería alquilar un edificio de 4.000 € en la ciudad de Madrid. En mayo de 2023, el precio medio de alquiler por metro cuadrado se sitúa en torno a los 16,6 €/m² al mes. Esto quiere decir que, para una superficie media de 4.000 metros cuadrados, el precio aproximado de alquiler por un periodo de 12 meses es 796.800 €. Si se mantiene un precio fijo de alquiler y se considera una vida útil mínima del hotel de 25 años, se obtiene un gasto de alquiler mínimo de 19.920.000 €.

Sin embargo, la realidad es que el suelo de Madrid está subiendo de precio y existe la posibilidad de aumento de alquiler para un proyecto como este. Como se puede observar

en la gráfica y en los datos a continuación, a lo largo de los años, el precio medio de alquiler por metro cuadrado en Madrid ha ido aumentando.



Ilustración 27: Evolución del precio de alquiler del metro cuadrado en Madrid. Fuente: (idealista)

Este factor, unido a los inconvenientes a largo plazo que supone el alquiler de un espacio para un proyecto profesional, permiten concluir que la mejor opción para un hotel es la compra de un edificio.

La mejor opción dentro de las encontradas es la siguiente:

Ilustración 28: Edificio en Prosperidad, Chamartín. Fuente: (idealista)

Este edificio es un antiguo hotel en venta por lo que, la ventaja es que el edificio, en principio, cumpliría con todas las medidas regulatorias. Según el anuncio, el edificio cuenta con 75 habitaciones, 6 ascensores, 99 plazas de garaje incluidas en el precio,

espacio exterior y una superficie construida de 7.500 metros cuadrados, casi el doble de lo mínimo esperado.

El anuncio no indica el tamaño de las habitaciones por lo que no podrá saberse el porcentaje de habitaciones individuales, dobles, junior suites o suites. Para actuar de manera conservadora, se supondrá a lo largo de este proyecto que habrá 5 suites, 10 junior suites, 20 habitaciones individuales y las 40 restantes serán habitaciones dobles.

Se encuentra en el barrio de Prosperidad, en el distrito de Chamartín que, como se ha mencionado antes, no cuenta con mucha competencia con la excepción del Eurostars Madrid Tower.

Se han encontrado otros edificios en venta en zonas de gran interés turístico como Retiro y Salamanca. Sin embargo, estos edificios no están acomodados a las normas regulatorias hoteleras por lo que tendría que llevarse a cabo una renovación de gran calibre que debe sumarse a un precio de compra del edificio muy elevado, alrededor de 60 o 70 millones de euros.

El edificio de Chamartín tiene un precio de compra significativamente más bajo de 17,5 millones de euros, es decir 2.333 €/m². Como se puede observar en la imagen a continuación, existen edificios de un precio de compra más bajo, sin embargo, la mayoría son edificios de oficinas que requieren de una gran inversión inicial para la remodelación y adaptación.

La máxima desventaja del edificio de Chamartín es la ubicación, ya que no se encuentra especialmente cerca de los principales puntos turísticos. Por lo tanto, que habrá que asegurarse de tener una decoración exquisita, servicio de atención al cliente de primera calidad y servicios complementarios que hagan que al cliente turístico le compense sacrificar una buena ubicación por hospedarse en el Hotel Patalena.

Por otro lado, aunque su localización no sea la más adecuada desde el punto de vista turístico, podría llegar a considerarse también una ventaja al estar cerca a la Estación de Madrid-Chamartín-Clara Campoamor y de las oficinas de las cuatro torres de Madrid, lo que podría suponer una oportunidad de negocio en el ámbito de viajes de empresa.

A este precio de compra habría que sumarle los gastos que conlleva una compra de esta categoría. La propia página web de “idealista” realiza un cálculo aproximado de estos gastos y se muestran a continuación.

Impuestos y gastos	
Cálculo teniendo en cuenta la localización y condición del inmueble.	
Gastos de la Compra	
Notaría :	1.105 €
Registro:	588 €
Gestoría:	300 €
Impuestos:	1.050.000 €
Total:	1.051.993 €

Ilustración 29: Precio de impuestos y gestiones por la compra del edificio de Prosperidad. Fuente: (idealista)

Por lo tanto, el precio final de compra del edificio en Prosperidad rondaría los 18.552.000 €.

En cuanto a la renovación del edificio, habría que realizar primero una inspección para poder analizar posibles daños y desperfectos que pueda haber y averiguar el precio de la instalación de paneles solares y otras medidas para asegurar la eficiencia energética. También se hará una redecoración y restauración para introducir el estilo del Hotel Patalena en el edificio. Además, debido a la enorme superficie construida, es altamente probable, dotar al hotel con unas 25 habitaciones más, llegando a 100, creando 3 suites, 5 junior suites, 13 habitaciones dobles y 4 habitaciones individuales más.

Para poder estimar cuánto podría costar una renovación de este calibre se tendrá en cuenta la información recogida en la tabla inferior. Para una rehabilitación parcial del edificio de 500 m² de planta y 6 plantas, es decir, 3000 m², ésta tendría un precio de 450.000 €, siendo 150€/m². Como en este caso se trata de un edificio de 7500m², se estaría hablando de una renovación de 1.125.000 €. A este precio habrá que sumarle el precio de la instalación de los paneles solares que es de 620.987 €

Precios de rehabilitación edificios

Tipo de reforma	Precio	Características
Proyecto de rehabilitación de edificios	25.000 €	
Rehabilitación parcial de edificio	450.000 €	Edificio de 500 m ² de planta y 6 plantas
Reformar la accesibilidad al edificio	25.000 €	Realización de rampas y colocación de ascensor
Rehabilitar la fachada del edificio	24.000 €	200 m ²
Reformar las instalaciones generales	18.000 €	

Ilustración 30: Precios de rehabilitación de edificios. Fuente: (habitissimo, 2019)

El anuncio indica que el edificio tiene en trámite la obtención del certificado energético, por lo que, habrá que hacer una evaluación de qué medidas sostenibles son necesarias adoptar tras el resultado de este. Por el momento, se asumirá que el presupuesto de renovación es suficiente para cubrir todos los gastos de implementación de estas medidas en la inversión inicial.

Por lo tanto, el total de la inversión inicial necesaria relacionada con el edificio será de 20.297.980 €.

Operaciones y empleados

Como se ha ido mencionado en repetidas ocasiones a lo largo de este documento, el Hotel Patalena debe destacar por su exquisita atención personalizada al cliente y para ello, debe contar con un personal cualificado y eficiente. Los huéspedes del Hotel Patalena deben sentirse como en casa y por ello sus empleados deben cuidar la atención al detalle, la seguridad, la comodidad de los clientes, la limpieza y la elegancia. Para poder elaborar un buen flujo de trabajo es necesario definir los puestos de trabajo necesarios con sus respectivos salarios y funciones a desempeñar.

En primer lugar, se definirán las principales áreas o departamentos dentro del hotel:

- Recepción y conserjería
- Limpieza y lavandería
- Bar
- Mantenimiento
- Seguridad
- Administración y gestión
- Producto y tecnología
- Marketing y ventas
- Recursos Humanos

Al ser un hotel de menos de 100 habitaciones, se espera, en un principio, un mínimo de 61 empleados repartidos entre las diferentes áreas. En función del crecimiento del hotel y los ingresos que se vayan obteniendo, este número podría llegar a ampliarse hasta más de 90 empleados.

Aunque todas las áreas son de vital importancia para un negocio de este tipo, el principal foco se basa en aquellos puestos de trabajo que afectan de manera directa al cliente como son Recepción y conserjería, Limpieza y lavandería y Bar, ya que es imperativo que estos departamentos cumplan con sus funciones a la perfección para que el huésped viva una experiencia de calidad durante su estancia en el hotel.

Como se ha mencionado anteriormente, el hotel no será responsable de los empleados del restaurante integrado en el Hotel Patalena ya que será el propio restaurante socio el que hará cargo de contratar y pagar a los empleados que considere necesarios para cumplir con las expectativas de los clientes del hotel.

Departamentos de la empresa

Recepción y conserjería

En la recepción, al ser la primera impresión que tiene un cliente del hotel al entrar, debe existir un ambiente de disponibilidad a ayudar y máxima eficiencia. Se contratarán un mínimo de tres recepcionistas y cuatro botones, además de un jefe de recepción, para ayudar a los huéspedes a hacer el *check-in* y para llegar a sus habitaciones con sus pertenencias de manera rápida y fácil a su llegada. Debe estar alguien disponible las 24 horas del día, los 7 días de la semana, ya que es un requisito de los hoteles de 5 estrellas. Con el tiempo, el número de empleados podría aumentar a cinco recepcionistas y cinco botones.

Limpieza y lavandería

La limpieza en un hotel es un factor fundamental y obligatorio, por lo que debe existir suficiente personal de limpieza capaz de limpiar la totalidad de las habitaciones ocupadas y sus respectivos baños cada mañana entre el final del desayuno y la hora de la comida, además de asegurarse de que todas las zonas comunes estén impecables. Debe haber sábanas y toallas limpias de repuesto disponibles en todo momento, por lo que la lavandería también debería estar en perfecto funcionamiento. La limpieza y lavandería será el área con mayor número de empleados, suponiendo en un principio un mínimo de 15 empleados para la limpieza y 5 para lavandería, pudiendo ampliarse a 20 empleados en limpieza y 7 en lavandería.

Bar

El Bar debe ser una de las principales atracciones de los huéspedes del hotel ya que es un punto de encuentro entre huéspedes y posibles visitantes (Covarrubias Pérez et al., 2019) necesidad de tener que estar en la habitación. Debe contar con los suficientes recursos para poder satisfacer las necesidades de todos los clientes que decidan ir al bar. Por lo tanto, tendrán dos camareros, dos bármanes, un pinche y un jefe de Bar. Este número en un futuro podría llegar a ampliarse hasta 2 camareros y un pinche más.

Mantenimiento

Todas las cosas materiales se rompen alguna vez y más altas son las probabilidades de esto en un hotel por todas las personas diferentes que entran y salen. El Hotel Patalena debe asegurarse de poder reparar daños lo antes posible para poder funcionar eficientemente y mantener la seguridad en el hotel, además de asegurar el cuidado de los jardines y exteriores. Existirán 5 empleados dedicados al mantenimiento del hotel, incluyendo un jefe de mantenimiento, dos especialistas de mantenimiento y servicios y dos auxiliares. Este número podrá ampliarse a 6 empleados.

Seguridad

El Hotel Patalena valora enormemente la seguridad de los clientes ya que estos confían en nosotros para mantenerles seguros y a salvo durante su estancia con nosotros. Tanto la seguridad física de los clientes como la virtual del hotel deben tenerse como alta prioridad. Existirán un mínimo de 4 empleados dedicados a la seguridad del hotel, incluyendo un jefe de seguridad, un portero de servicio y dos vigilantes de noche. Con el tiempo podría ampliarse el número de porteros de servicio hasta 3 empleados.

Administración y gestión

Administración y gestión se hará cargo de todas las decisiones internas importantes del funcionamiento del hotel. Se encargará de supervisar las finanzas y los procesos que eso conlleva, de coordinar las tareas entre las diferentes áreas del hotel y de la definición y seguimiento de los objetivos de la empresa. Debe encargarse de las tareas de cumplimiento o *Compliance* para asegurar que en el hotel se siguen todas las normativas establecidas por la ley. Comenzará con un equipo de 7 empleados, aunque aumentará hasta 12 empleados con el tiempo.

Producto y tecnología

Los hoteles utilizan sistemas de tecnología para realizar diferentes funciones. Debe existir gente pendiente del funcionamiento y mejora de la página web, de las bases de datos y las posibles integraciones entre las diferentes plataformas. En un principio habrá 4 empleados dedicados a la parte de producto y tecnología, con probabilidad alta de ampliación de equipo.

Marketing y ventas

Este equipo es el responsable de crear contenido para redes sociales, establecer relaciones con agencias de viaje y empresas, diseñar la página web, contactar con

sitios y web e *influencers*. Este departamento es una de las principales claves para el éxito de un negocio. Incluirá a un mínimo de 5 personas pudiendo llegar a ser un equipo de hasta 12 personas. El equipo de ventas también funcionará como un servicio de atención al cliente para las cuestiones que los clientes necesiten resolver por teléfono o correo electrónico.

Recursos Humanos

Debido al elevado número de empleados se necesitarán un mínimo de dos personas para poder hacer frente a las tareas de este departamento. Son los responsables de las relaciones con los empleados del Hotel Patalena. Con el tiempo, con el aumento del número de empleados, este número probablemente se ampliará hasta 4 empleados.

Organigrama



Ilustración 31: Organigrama del Hotel Patalena creado con la herramienta Miro

Consejo de Dirección

El Consejo de Dirección estará formado por el CEO, que será el empresario y dueño del hotel. Podrá reunirse con asesores a tiempo parcial, que recibirán compensaciones en función del flujo de caja. Para la toma de decisiones, el CEO se reunirá con el jefe de Contabilidad, el Gerente General y el resto de los jefes de departamento según vea conveniente.

Estrategia de compensación

Los salarios base mensuales de cada uno de los empleados del Hotel Patalena se calcularán en base al Convenio Colectivo del Sector de Hospedaje de la Comunidad de Madrid (Comunidad de Madrid, 2023). En este documento, se define la base salarial en función de la categoría del hotel y las funciones de cada empleado.

Según el Convenio Colectivo, el Hotel Patalena entra dentro de lo que se denomina CATEGORÍA PRIMERA A.1. que engloba Hoteles de 5 y 4 estrellas, Hoteles Apartamentos de 4 estrellas, Apartamentos Turísticos de 4 llaves y Moteles de 4 estrellas.

Los puestos de los diferentes empleados se dividen por niveles (1A, 1B, 2, 3, 4 y 5). La división por niveles del Convenio Colectivo se ha incluido en los Anexos (apartado 4) de este documento.

También en los Anexos (apartado 5) se ha incluido la Tabla de Salarios de los empleados iniciales del Hotel Patalena, y una estimación de la plantilla ampliada tras unos años de actividad. Para el cálculo de estos salarios se han utilizado las Tablas Salariales Finales de 2024, ya que suponen una mejor estimación a futuro.

TABLAS SALARIALES FINALES 2024

NIVELES	GRUPO A	GRUPO B	GRUPO C	GRUPO D
1A	2.149,61 €	1.903,92 €	1.842,53 €	1.817,88 €
1B	1.965,33 €	1.842,53 €	1.781,09 €	1.756,50 €
2	1.842,53 €	1.781,09 €	1.695,10 €	1.670,52 €
3	1.658,23 €	1.633,67 €	1.510,81 €	1.486,24 €
4	1.535,40 €	1.412,56 €	1.388,03 €	1.363,46 €
5	1.473,96 €	1.375,78 €	1.326,63 €	1.302,05 €

Estas cantidades deben multiplicarse por 14 y después dividirse por 12 para obtener la cantidad “*ad personam*” que percibirá mensualmente la persona trabajadora (Comunidad de Madrid, 2023). Cuando se dice “ampliado” se refiere a la plantilla de la empresa pasados al menos 5 años. Se presenta a continuación un resumen de los salarios mensuales agrupados por departamento, después de haberse el ajuste mencionado:

Departamento	Suma del Salario Base Inicial	Suma del Salario Base ampliado
Administración y gestión	16.265,38 €	27.300,00 €
Bar	12.037,68 €	18.056,54 €
Limpieza y lavandería	34.750,80 €	46.931,50 €
Mantenimiento	9.816,32 €	11.750,92 €
Marketing y ventas	11.607,88 €	26.798,47 €
Producto y tecnología	7.881,78 €	9.673,08 €
Recepción y conserjería	16.695,14 €	22.928,98 €
Recursos Humanos	4.657,50 €	8.956,73 €
Seguridad	7.523,52 €	11.106,12 €
TOTAL	121.235,99 €	183.502,34 €

Tabla 3: Tabla de Salarios Base por Departamento

Para el caso de los vigilantes de noche y los recepcionistas y botones u otros empleados que deban trabajar durante las horas de noche se les debe incrementar el sueldo con su respectivo porcentaje dependiendo de las horas. Para el horario entre las 22 y 24 horas, el salario debe incrementarse un 20%. Para las horas entre las 24 y las seis de la mañana, el horario debe incrementarse un 25% (Comunidad de Madrid, 2023).

Ya que deben estar presentes todas las noches al menos, un vigilante de noche, dos recepcionistas y dos botones, este incremento se puede calcular como un gasto fijo. Según

el Convenio Colectivo este incremento salarial se calcularía siguiendo la siguiente fórmula:

$$\text{Incremento valor hora nocturna} = \frac{\text{SALARIO BASE} \times 25 \%}{4 \times 40}$$

Los incrementos salariales quedarían de tal manera:

	Incremento Salarial al día (8 horas)	Días al mes	Número de empleados nocturnos	Incremento Total al mes por puesto de trabajo
Vigilante de noche	18,23 €	30	1	546,99 €
Recepcionista	21,88 €	30	2	1.312,80 €
Mozo de equipajes	19,69 €	30	2	1.181,49 €

Tabla 4: Tabla de incrementos salariales aplicables

Finalmente, los departamentos de Recepción y conserjería y Seguridad quedarán como muestra la tabla inferior, llevando el total de todo el personal a:

Departamento	Suma del Salario Base Inicial	Suma del Salario Base ampliado
Recepción y conserjería	19.605,15 €	27.204,65 €
Seguridad	8.161,67 €	11.744,27 €

Tabla 5: Tabla de salarios finales de Recepción y conserjería y Seguridad

TOTAL SALARIO DEL PERSONAL	124.784,15 €	188.416,17 €
-----------------------------------	---------------------	---------------------

Tabla 6: Tabla de salarios finales de todo el personal

Es importante destacar que esto son únicamente cifras intuitivas y que no son los salarios finales que ofrecerá el Hotel Patalena a sus trabajadores. En la empresa creemos que el éxito de esta es proporcional a la felicidad de sus trabajadores. Por lo que uno de los objetivos principales del Hotel Patalena es, de acuerdo con los ODS, asegurar el trabajo decente y justamente remunerado.

A los salarios mencionados anteriormente deben sumarse los diferentes impuestos que corresponden como el Impuesto sobre la Renta de las Personas Físicas (IRPF) y la Seguridad Social (SS).

Retención del IRPF

Para el cálculo del porcentaje de retención del IRPF, nos basaremos en la siguiente tabla (Bankinter, 2023):

Rentas 2023	Tipo aplicable retención
Hasta 12.450 euros	19,0%
De 12.450 euros a 20.199 euros	24,0%
De 20.200 euros a 35.199 euros	30,0%
De 35.200 euros a 59.999 euros	37,0%
De 60.000 euros a 299.999 euros	45,0%
A partir de 300.000 euros	47,0%

Ilustración 32: Tramos del IRPF 2023 aplicados en España y los porcentajes de cada uno divididos por tipo estatal y autonómico. Fuente: (Bankinter, 2023)

Si se tiene en cuenta el salario base mínimo calculado utilizando las tablas salariales del Convenio Colectivo, todos los salarios se encuentran en el rango de la retención del 30%. La realidad es que el Hotel Patalena hará lo posible por compensar más a sus empleados que los sueldos calculados, pero para este plan de negocio se tendrá en cuenta un 30% de retención de IRPF. El cálculo completo de las retenciones de IRPF se encuentra en los Anexos (apartado 6).

Aplicando este porcentaje se obtiene la siguiente estimación de retención mensuales de nóminas según departamento:

	Retención mensual inicial	Retención mensual ampliado
Administración y gestión	4.879,61 €	8.190,00 €
Bar	3.611,30 €	5.416,96 €
Limpieza y lavandería	10.425,24 €	14.079,45 €
Mantenimiento	2.944,90 €	3.525,28 €
Marketing y ventas	3.482,36 €	8.039,54 €
Producto y tecnología	2.364,53 €	2.901,92 €
Recepción y conserjería	5.881,54 €	8.161,40 €
Recursos Humanos	1.397,25 €	2.687,02 €
Seguridad	2.448,50 €	3.523,28 €
TOTAL RETENCIÓN IRPF	37.435,24 €	56.524,85 €

Tabla 7: Tabla de retención mensual por IRPF por Departamento

Seguridad Social

La retención mensual para la Seguridad Social tiene diferentes cotizaciones. Las encontramos en la Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023 (Boletín Oficial del Estado, 2022).

- Contingencias comunes: 28,30 por ciento, siendo el 23,60 por ciento a cargo de la empresa y el 4,70 por ciento a cargo del trabajador.
- Contingencias por accidentes de trabajo y enfermedades profesionales: se aplicarán los porcentajes de la tarifa de primas incluida la disposición adicional cuarta de la Ley 42/2006, de 28 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2007, siendo las primas resultantes a cargo exclusivo de la empresa.
- Contingencia de desempleo: Para contratación indefinida el 7,05 por ciento, del que el 5,50 por ciento será a cargo del empresario y el 1,55 por ciento a cargo del trabajador. Para contratación de duración determinada el 8,30 por ciento, del que el 6,70 por ciento será a cargo del empresario y el 1,60 por ciento a cargo del trabajador.
- Cotización al Fondo de Garantía Salarial: el 0,20 por ciento a cargo exclusivo de la empresa.
- Cotización por formación profesional: el 0,70 por ciento, siendo el 0,60 por ciento a cargo de la empresa y el 0,10 por ciento a cargo del trabajador.

Los cálculos de las retenciones sólo deben tener en cuenta el porcentaje a cargo del empresario y se han incluido estos también en la sección de Anexos (apartado 7). A continuación, se han recogido las retenciones por contingencias de la Seguridad Social mensuales agrupadas por departamento.

	Seguridad Social Inicial	Seguridad Social ampliado
Administración y gestión	4.863,35 €	8.162,70 €
Bar	3.599,27 €	5.398,90 €
Limpieza y lavandería	10.390,49 €	14.032,52 €
Mantenimiento	2.935,08 €	3.513,53 €
Marketing y ventas	3.470,76 €	8.012,74 €
Producto y tecnología	2.356,65 €	2.892,25 €
Recepción y conserjería	5.861,94 €	8.134,19 €
Recursos Humanos	1.392,59 €	2.678,06 €
Seguridad	2.440,34 €	3.511,54 €
TOTAL SEGURIDAD SOCIAL	37.310,46 €	56.336,43 €

Tabla 8: Tabla de retenciones por Seguridad Social por Departamento

Plan de Marketing

El Internet y las redes sociales tienen un papel fundamental en la sociedad de hoy en día. Las personas las utilizan para comunicarse con el mundo y las empresas para vender sus productos y atraer clientes. Según una encuesta realizada por el INE en el 2019, el 77,4 por ciento de las personas de entre 16 y 74 años, hace un uso diario del Internet (Instituto Nacional de Estadística, 2019) y un 46,9 por ciento ha realizado compras por Internet en los últimos tres meses.

Es una herramienta que debe ser aprovechada y utilizada de la mejor manera posible para optimizar beneficios y para forjar una marca o imagen. Ya no se trata de tecnología que sólo entienden los más jóvenes, sino que cada vez más grupos de edades superiores hacen uso del Internet en su día a día.

Usuarios TIC por sexo y grupos de edad. Año 2019

Porcentajes de población de 16 a 74 años

	Usuarios de internet en los tres últimos meses	Usuarios diarios de internet	Personas que han comprado por internet en los tres últimos meses
TOTAL	90,7	77,6	46,9
Por sexo			
Hombres	90,7	77,0	48,0
Mujeres	90,7	78,2	45,8
Por edad			
De 16 a 24 años	99,1	93,6	56,4
De 25 a 34 años	97,9	93,5	67,2
De 35 a 44 años	97,4	87,6	59,9
De 45 a 54 años	94,4	79,0	46,5
De 55 a 64 años	86,5	64,9	32,9
De 65 a 74 años	63,6	43,3	13,5

Ilustración 33: Usuarios TIC por sexo y grupos de edad. Fuente: (Instituto Nacional de Estadística, 2019)

Para que el Hotel Patalena pueda tener éxito, es necesario definir un plan de marketing enfocada tanto en estrategias *online* como en proyectos y relaciones con grupos y empresas que puedan ser beneficiosos tanto a corto como a largo plazo. Se trata de crear lazos fuertes y duraderos que aporten estabilidad a la empresa.

Desde el inicio de la pandemia de COVID-19, se ha potenciado enormemente el marketing digital mediante el uso de redes sociales. La creciente popularidad de aplicaciones como TikTok e Instagram, ha hecho posible que numerosos negocios lleguen a un público más amplio y que existan nuevos trabajos como los *influencers*. Los *influencers* establecen relaciones con diferentes marcas, creando contenido recomendando sus productos y servicios que luego comparten en las redes sociales con sus numerosos seguidores, a cambio de una compensación.

Para poder elaborar una estrategia de marketing efectiva, es necesario contratar a alguien que comprenda el funcionamiento de las redes sociales, sus algoritmos, que sepa crear contenido de alta calidad y que esté actualizado en los diferentes *trends*. Algunos ejemplos de contenido digital que se podrían crear son vídeos para TikTok enseñando las instalaciones y habitaciones del hotel o fotos para Instagram.

Existen diferentes herramientas para potenciar la promoción de un negocio tanto *online* como *offline*.

En primer lugar, se crearán perfiles para el Hotel Patalena en todas las principales redes sociales como Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn y Twitter. Todas ellas tendrán una página similar, con fotografías y vídeos mostrando las instalaciones del hotel y anunciando posibles descuentos y promociones. Estos perfiles tendrán un enlace directo a la página web principal desde donde se podrán realizar reservas *online*.

Para tener una página web se debe comprobar que está disponible el dominio deseado. Para ello se introduce el dominio que queremos, que en este caso es “hotelpatalena.com” en IONOS, una empresa que vende dominios. Comprobamos que es un dominio disponible y extremadamente asequible.

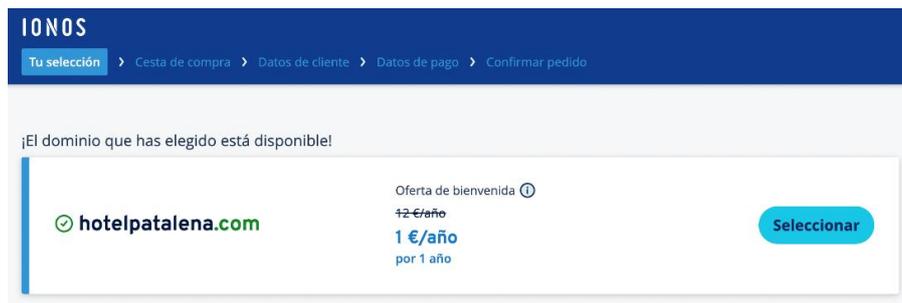


Ilustración 34: Precio del dominio hotelpatalena.com. Fuente: (IONOS)

Un ejemplo de cómo podría quedar la página web sería:



Ilustración 35: "Mock-up" de la página web del Hotel Patalena creada con Canva

Por otro lado, se utilizarán *Google Ads*, *Facebook Ads* y otras formas de promoción en redes sociales para poder alcanzar a un público más amplio. Con *Google Ads* se consigue que, cuando un potencial cliente haga una búsqueda relacionada con hoteles en Madrid, el Hotel Patalena sea de los primeros resultados que se encuentran. Este tipo de campaña es lo más importante en cuanto a captación de clientes. Se debe dar un gran impulso inicial a la promoción *online* antes de la apertura y durante los primeros meses mientras el hotel va forjando una reputación en el sector.

Google Ads

El precio de una campaña en Google Ads varía en función de los parámetros que se escojan. En el caso del Hotel Patalena, la campaña deberá ser a nivel internacional y tanto en inglés como en español. Una campaña de este estilo podría rondar los 2.500 € mensuales. Como se ha mencionado antes, esta cifra irá decreciendo a lo largo del tiempo.

Facebook Ads, Instagram Promote y otras redes sociales

Tanto en Facebook como en Instagram y otras redes sociales, existe la posibilidad de promocionar publicaciones o anuncios para que lleguen a otros usuarios. Estos anuncios y contenido serán creados por el departamento de Marketing y Ventas y luego promocionado en redes sociales. Instagram Promote puede llegar a una audiencia de entre 150 y 400 mil usuarios en un mes por 450 €. Esta audiencia se elige dependiendo de los parámetros establecidos como ubicación, edad, sexo e intereses de la cuenta. Facebook Ads funciona de la misma manera y se asumirá un coste de promoción igual. Al igual que *Google Ads*, la cifra de dinero empleado para la promoción en redes sociales irá descendiendo a lo largo del tiempo.

TripAdvisor y Booking.com

TripAdvisor se trata de un sitio web enfocado al sector turístico en el que los viajeros y comensales dejan reseñas y den puntuaciones de restaurantes y hoteles. Se asegurará que existe un perfil para el Hotel Patalena en este sitio web, y se irán revisando las reseñas para intentar tener un perfil con buena puntuación para ir forjando una excelente reputación *online*.

Booking.com es un sitio web por el que los clientes pueden realizar reservas de hoteles y apartamentos turísticos. Muchos viajeros que viajan a lugares desconocidos y no tienen un alojamiento preferente, visitan esta página web para poder encontrar lugares en los que quedarse. Es imperativo también, por lo tanto, establecer relaciones con Booking.com para tener acceso más fácil a clientes. Para este tipo de reservas, Booking.com cobraría al Hotel Patalena entre un 15 y 25%. Para ello se asumirá que el 15% de las reservas se ha realizado con Booking.com y una comisión media del 15%

Agencias de viaje y otras empresas

El equipo de ventas se encargará de contactar con agencias de viajes, especialmente en el extranjero, para hacerles saber de la existencia del Hotel Patalena y para negociar acuerdos por los que, al organizar viajes a Madrid, los clientes recibirán ofertas especiales como descuentos u otros beneficios. Este trabajo es de gran importancia ya que es una de las maneras más directas de obtener clientes para viajeros extranjeros.

De la misma manera, el equipo de ventas se encargará de establecer relaciones con empresas de todo tipo alrededor del mundo para que éstas estén inclinadas a escoger el Hotel Patalena para sus eventos o para alojar a sus trabajadores que viajen a Madrid por negocios. Estas relaciones son significativas para poder llenar habitaciones entre semana.

Influencers

Para la apertura del hotel, se contactará con diferentes celebridades o *influencers* para ofrecerles una estancia de fin de semana gratuita para que éstos compartan y recomienden la experiencia por redes sociales con su audiencia, pudiendo llegar así a miles de personas. Esta estrategia se podrá repetir a lo largo de los años si es necesario.

Plan de Ventas

El siguiente paso es determinar el precio que se les cobrará a los clientes por noche. Para esto se debe tener en cuenta el tipo de habitación, la ocupación media del hotel y el precio medio que cobran otros hoteles del mismo estilo en la ciudad de Madrid.

En el apartado de Edificio, se ha estimado que en el Hotel Patalena podría llegar a haber 8 suites, 15 junior suites, 53 habitaciones dobles y 24 habitaciones individuales, estando estas en orden de precio más alto a más bajo. Las suites, las junior suites y las habitaciones dobles pueden albergar a un mínimo de dos personas, aunque las dos primeras pueden llegar a albergar hasta a 3 o incluso 4 personas. Para este proyecto, se asumirá que únicamente albergan a 2 personas. Esto llevaría el total de plazas disponibles en el hotel a 176 plazas.

La ocupación es variable y dependiente de otros factores externos como el mes del año y las condiciones meteorológicas. La ocupación en fechas como Navidad o verano será más alta que en otros meses del año. Sin embargo, si las estrategias de marketing y ventas, en concreto las relaciones con empresas y agencias de viaje, es posible tener una ocupación satisfactoria durante todo el año.

Como se ha mencionado anteriormente, la ocupación media de las plazas de hotel en la ciudad de Madrid es del 50%. Para el Hotel Patalena, se considerará una ocupación media del 45% durante los 5 primeros años, del 50% durante los 5 siguientes y del 55% después de eso. Es decir:

- Año 1 – Año 5: 80 plazas ocupadas al día. 2400 plazas ocupadas al mes.
- Año 6 – Año 10: 88 plazas ocupadas al día. 2640 plazas ocupadas al mes.
- A partir del año 11: 97 plazas ocupadas al día. 2910 plazas ocupadas al mes.

El precio por noche por persona en un hotel de 5 estrellas en la ciudad de Madrid puede rondar entre los 130 y 1.100 € (Hoteles 5 Estrellas Madrid, 2023). Habiendo un rango tan amplio de precios a cobrar, habrá que pensar en el valor del hotel como negocio, así como las desventajas que éste tiene y que podrían perjudicar al negocio si se pone un precio demasiado alto.

Se decide por lo tanto establecer los siguientes precios:

- Suite: 450 € por noche por persona
- Junior suite: 400 € por noche por persona
- Habitación doble: 300 € por noche por persona
- Habitación individual: 250 € por noche por persona

Este último precio se ha puesto más bajo para animar a las empresas a elegir el Hotel Patalena para sus empleados que viajen a Madrid por negocios, ya que lo más probable es que éstas reserven una habitación individual. Se considerará un precio medio de reserva de 350 € por noche por persona.

Plan Financiero

Por último, es necesario hacer una planificación para ver las opciones disponibles para financiar el proyecto. Para ello se deben calcular la inversión inicial, la estimación de ingresos y gastos esperados, así como la cuenta de resultados.

Inversión Inicial

En el apartado de Edificio, se ha visto que, para la compra y renovación del edificio, se pueden esperar los siguientes precios:

- Compra del edificio: 17.500.000 €
- Impuestos de compra: 1.051.993 €
- Renovación del edificio: 1.125.000 €

En adición, antes de la apertura se tendrán que poner en marcha tanto la página web, sistemas internos y campañas de marketing y promoción. Se tendrá que gestionar la obtención de licencias y la contratación de personal. Todo esto tendrá un presupuesto de 250.000 €, ya que deben pagarse a programadores, diseñadores, abogados, trabajadores de marketing y recursos humanos, etc.

Por lo tanto, la inversión inicial será un total de 19.926.993 €.

Plan de Financiación

Se trata de una inversión inicial muy elevada, y la mayoría de los préstamos disponibles no llegan a esas cantidades. Sin embargo, el Instituto de Crédito Oficial (ICO) tiene varios préstamos públicos de todo tipo de importes. Existe una opción de financiación directa de más de 10 millones de euros. Este préstamo financia proyectos de inversión, desarrollo de actividades empresariales, exportación o planes corporativos de expansión comercial, innovación o inversión, independientemente de la estructura de la operación y de su instrumentación (Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital, 2023).

Costes Fijos

Los costes fijos del Hotel Patalena incluyen los salarios y los costes por suministros. Aunque estos últimos en teoría son costes variables, pueden asumirse como fijos, ya que el consumo de electricidad, agua y gas no suele tener mucha variación de un año a otro, así como su precio.

Salarios de los empleados

Para los cinco primeros años, el coste de los salarios de los empleados será:

- Salarios base = $124.784,15 \text{ €} \times 12 \text{ meses} = 1.497.409,80 \text{ €}$
- Seguridad Social = $37.310,46 \times 12 \text{ meses} = 447.725,52 \text{ €}$
- IRPF = $-37.435,24 \times 12 \text{ meses} = 449.222,88 \text{ €}$
- TOTAL = $2.394.358,20 \text{ €}$

A partir del sexto año:

- Salarios base = $188.416,17 \times 12 \text{ meses} = 2.260.994,04 \text{ €}$
- Seguridad Social = $56.336,43 \times 12 \text{ meses} = 676.037,16 \text{ €}$
- IRPF = $56.524,85 \times 12 \text{ meses} = 678.298,20 \text{ €}$
- TOTAL = $3.615.329,40 \text{ €}$

Suministros y servicios

Debido a consumos indirectos, el agua que gasta un residente de un hotel puede llegar hasta superar tres veces el de un residente en su propia casa. El consumo medio de agua estimado en Europa en un hotel se sitúa en torno a los 394 litros por huésped y noche. Implementando medidas como la instalación de grifos de bajo caudal o sistemas de riego eficientes, puede llegar a reducir esta cifra considerablemente. Una investigación publicada en la revista 'Tourism Management' por investigadores de varios países calcula que un hotel de 100 habitaciones podría llegar a ahorrar al menos 227 litros por huésped noche (BBVA, 2020).

Por lo tanto, aplicando medidas para la reducción del consumo de agua, se podría llegar a consumir 167 litros por huésped y noche. Para una ocupación media de 72 huéspedes, se estaría hablando de 12.024 litros por noche, es decir $12,024 \text{ m}^3/\text{noche}$. Al bimestre serían $721,44 \text{ m}^3$. Con un precio del agua estimado de $1,23 \text{ €/m}^3$ al que se deben añadir $5,82 \text{ €}$ mensuales, la factura del agua al año sería de unos $5.394,07 \text{ €}$. El cálculo del precio del agua se incluye en la sección de Anexos (apartado 3).

En cuanto a la electricidad, se asumirá que, debido a la instalación de paneles solares, la factura se reduciría a 0 € .

En cuanto al gas que se consume al año, para realizar una aproximación se ha tenido en cuenta un estudio energético realizado al Hotel Helios Mallorca. Este hotel cuenta con 305 habitaciones y en el año 2017 consumió $1.098.322 \text{ kWhpci}$ de gas (Barceló, 2018).

Teniendo en cuenta que el Hotel Patalena cuenta con 100 habitaciones y medidas para la reducción de gasto energético, se asumirá un consumo de 300.000 kWhpci de gas al año. Esto se convierte a Con un precio del gas de $64,79 \text{ €/MWh}$, la factura total de gas al año rondará los $21.380,70 \text{ €}$

Costes variables

Para un ingreso medio de 350 € por persona por noche en el hotel, se estimará un 50% de beneficios sobre los servicios. Añadiendo un IVA deducible del 10%, se estima un coste variable de 140 € por persona por noche. Teniendo en cuenta la ocupación esperada cada año, el total de los costes variables será:

- Del Año 1 al Año 5: 5.040.000 €
- Del Año 5 al Año 10: 5.544.000 €
- A partir del Año 11: 6.111.000 €

Ingresos esperados

Los beneficios esperados se obtienen multiplicando el número de plazas ocupadas esperadas durante el año y el precio medio por persona ingresado. Por lo tanto, los ingresos obtenidos serán:

- Del Año 1 al Año 5: 10.080.000 €
- Del Año 6 al Año 10: 11.088.000 €
- A partir del Año 11: 12.222.000 €

Amortizaciones

Debe calcularse la amortización del edificio, los paneles solares y sistemas informáticos.

En cuanto al edificio, se realiza una inversión inicial de compra y renovación por un importe de 19.677.000 €. Se estima una vida útil de 25 años por lo que el importe de amortización anual será de 787.080 €.

Como se ha mencionado anteriormente, la instalación de paneles solares para un edificio de estas dimensiones puede rondar los 620.987 €. Para una vida útil de 25 años, la amortización anual de los paneles solares será de 24.839,48 €.

Los sistemas informáticos necesarios para un hotel pueden aproximarse a los 5.000 €. Para una vida útil de 5 años, la amortización de estos será de 1000 € anuales.

Impuestos

Tras la recopilación de todos los ingresos y gastos esperados, se debe restan los impuestos aplicables como son el Impuesto sobre Sociedades y el Impuesto de Actividad Económica. El Impuesto sobre Sociedades es un 25% (Agencia Tributaria, 2023).

El Impuesto de Actividad Económica se calcula de la siguiente manera:

Para calcular el IAE hay que partir de que **depende de si la cuota a pagar es municipal, provincial o nacional**, cosa que viene determinada por el epígrafe correspondiente a la actividad.

Cada epígrafe tiene una tarifa correspondiente de IAE a la que, además, se aplican una serie de coeficientes:

- **Coeficiente de ponderación:** entre 1,29 y 1,35 en base al volumen de negocio.
- **Coeficiente de situación:** de 0,4 a 3,8 en función de la calle donde esté el negocio.
- **Recargo provincial:** tiene un tipo máximo del 40% y depende del epígrafe y de la diputación provincial.

Con esto aclarado, así es como se calcula el IAE:

- 1. Cuota Ponderada=** Tarifa del epígrafe x Coeficiente de ponderación.
- 2. Cuota Incrementada=** Cuota Ponderada x Coeficiente de situación.
- 3. Pago Provincial=** Recargo Provincial (%) x Cuota Ponderada.
- 4. IAE=** Cuota Incrementada + Pago Provincial.

Ilustración 36: Método de cálculo del IAE. Fuente: (Dobaño, 2023)

La tarifa del epígrafe para el Hotel Patalena sería de 1742 € ya que, al tener categoría de hotel de 5 estrellas, la tarifa es 17,42 € por habitación (Ministerio de Economía y Hacienda, 1995). El coeficiente de ponderación es de 1,32 ya que se tiene una cifra neta de negocios de entre 10.000.000,01 y 50.000.000,00 de euros.

Coeficiente de ponderación

CIFRA NETA DE NEGOCIOS (euros)	Coeficiente ponderación
Desde 1.000.000,00 hasta 5.000.000,00	1,29
Desde 5.000.000,01 hasta 10.000.000,00	1,30
Desde 10.000.000, 01 hasta 50.000.000,00	1,32
Desde 50.000.000,01 hasta 100.000.000,00	1,33
Más de 100.000.000,00	1,35
Sin cifra neta de negocios	1,31

Ilustración 37: Coeficiente de ponderación para el IAE. Fuente: (Ayuntamiento de Madrid)

Esto llevaría a una cuota ponderada de 2299,44 €. El coeficiente de sustitución tendrá que ser estimado ya que no se sabe la dirección exacta del edificio y por lo tanto, no se conoce la categoría de la calle en la que se encuentra. Se utilizará un coeficiente de situación de 3, por lo que la cuota incrementada será de 6.898,32 €.

En el caso de Madrid, se tiene un recargo provincial del 0% (Hacienda, 2020) por lo que no habrá pago provincial. En total, el Impuesto sobre Actividades Económicas será de 6.898,32 € anuales.

Cuenta de resultados

Se presenta a continuación una versión reducida de la cuenta de resultados. La versión completa se encuentra en los Anexos (apartado 8). En la imagen inferior se incluyen únicamente los 15 primeros años ya que los años 16-25 son iguales a los años 11-15.

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12	Año 13	Año 14	Año 15
Ventas	10.080.000,00 €	10.080.000,00 €	10.080.000,00 €	10.080.000,00 €	10.080.000,00 €	10.080.000,00 €	11.088.000,00 €	11.088.000,00 €	11.088.000,00 €	11.088.000,00 €	11.088.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €
Alquiler Restaurante	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €
Coste de operaciones	-5.040.000,00 €	-5.040.000,00 €	-5.040.000,00 €	-5.040.000,00 €	-5.040.000,00 €	-5.040.000,00 €	-5.544.000,00 €	-5.544.000,00 €	-5.544.000,00 €	-5.544.000,00 €	-5.544.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €
Salarios	-1.497.409,80 €	-1.497.409,80 €	-1.497.409,80 €	-1.497.409,80 €	-1.497.409,80 €	-1.497.409,80 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €
Seguridad Social	-447.725,52 €	-447.725,52 €	-447.725,52 €	-447.725,52 €	-447.725,52 €	-447.725,52 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €
IRPF	-449.222,88 €	-449.222,88 €	-449.222,88 €	-449.222,88 €	-449.222,88 €	-449.222,88 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €
Agua	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €
Gas	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €
Marketing																
Google Ads	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €
Instagram Promote	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €
Facebook Ads	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €
Booking.com	-226.800,00 €	-226.800,00 €	-226.800,00 €	-226.800,00 €	-226.800,00 €	-226.800,00 €	-249.480,00 €	-249.480,00 €	-249.480,00 €	-249.480,00 €	-249.480,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €
Dominio	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €
Certificado Biosphere	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €
Amortización del edificio	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €
Amortización paneles solares	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €
Amortización sistemas informáticos	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €
Beneficio Antes de Impuestos	1.926.776,55 €	1.926.776,55 €	1.926.776,55 €	1.926.776,55 €	1.926.776,55 €	1.926.776,55 €	1.187.125,35 €	1.728.610,35 €								
Impuesto de Sociedades	-481.694,14 €	-481.694,14 €	-481.694,14 €	-481.694,14 €	-481.694,14 €	-481.694,14 €	-296.781,34 €	-296.781,34 €	-296.781,34 €	-296.781,34 €	-296.781,34 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €
Impuesto de Actividad Económica	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €
Beneficio Después de Impuestos	1.438.184,09 €	1.438.184,09 €	1.438.184,09 €	1.438.184,09 €	1.438.184,09 €	1.438.184,09 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €
Inversión	-20.297.980,00 €															
Resultado del Ejercicio	-20.297.980,00 €	1.438.184,09 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €				

Ilustración 38: Cuenta de Resultados del Hotel Patalena

Análisis de la inversión

Para poder analizar la rentabilidad de una inversión existen conceptos como el Valor Actual Neto (VAN) y la Tasa Interna de Retorno (TIR).

Valor Actual Neto

El VAN sirve para valorar la rentabilidad de una inversión en unidades monetarias. Para ello, se actualizan los cobros y los pagos que se producirán a lo largo de la inversión y se calcula la diferencia entre ellos. Además, hemos de actualizar los flujos mediante una tasa (Expansión, s.f.)

El VAN se calcula mediante la siguiente fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+r)^t}$$

Donde I_0 es el valor de la inversión inicial, F_t es el flujo de caja para el año t , y r es el tipo de interés exigido en la inversión. Para el tipo de interés, se utilizará la tasa de descuento percibidas en el primer trimestre de 2023 para el sector hotelero, que es de un 0,6601 para tarjetas de débito y 0,6865 para tarjetas de crédito (Banco de España, 2023). Se utilizará la media de las dos que es 0,6733.

Haciendo este cálculo se obtiene un VAN de -18.221.264,48 €. Al ser un VAN negativo, significa que la inversión producirá una inversión inferior al del producto financiero de

referencia o bien que producirá pérdidas, por lo que deberíamos rechazar el proyecto (Banco de España, 2023).

Tasa Interna de Retorno

De todos modos, se calculará el TIR. El TIR se obtiene, igualando la expresión del VAN a cero, obteniendo la tasa de descuento. Para este proyecto, el TIR será igual a 6,49%, que es inferior a la tasa de descuento de 67,33% obtenida del Banco de España. Es decir, el proyecto del Hotel Patalena no es rentable.

Conclusión

La ciudad de Madrid es uno de los destinos turísticos más cotizados hoy en día. Cada vez acuden más turistas y viajeros a la ciudad, generando gran parte del PIB de España. Sin embargo, el sector hotelero se enfrenta a una gran competencia que se está haciendo paso en el mercado como son los apartamentos turísticos como Airbnb. Los hoteles de Madrid tienen que encontrar una manera de resaltar entre la alta competencia que existe, y ofrecer ventajas que puedan llevar a un cliente a preferir la opción de hospedarse en su hotel que, generalmente, le va a costar más dinero que la estancia en un apartamento.

El hotel debe ofrecer atracciones como la cercanía a puntos turísticos, facilidad de gestiones digitales y precios competitivos, a la vez que se cuida la estética y la atención al cliente.

Es necesario destacar entre toda la competencia de hoteles; hay que buscar qué oportunidades hay en el mercado y cuáles se adaptan mejor a los recursos que se tienen o que se pueden obtener.

La existencia de un restaurante en el hotel puede ser muy beneficiosa en cuanto a los ingresos de la empresa, si se aprovechan al máximo los recursos y se elabora un plan financiero y operacional eficiente. El restaurante conlleva la contratación de más personal, más relaciones con proveedores, la elaboración de un menú gastronómico, el diseño del espacio y todo ello conlleva un riesgo financiero. La idea de alquilarle el espacio a un restaurante a cambio de un alquiler mensual puede aportar grandes beneficios, siempre que los términos y condiciones del acuerdo se hayan estudiado, negociado y analizado en profundidad.

En cuanto al diseño del espacio, evidentemente cada empresa tiene su propio estilo y estética, pero en el aspecto financiero y de imagen de empresa, puede resultar más beneficioso apostar por una decoración atemporal que perdure en el tiempo y no vaya a conllevar redecoraciones en el futuro.

La Sostenibilidad es un término que está cobrando fuerza en la sociedad y en el mundo empresarial. Cada vez son más las empresas que apuestan por medidas que reduzcan el consumo de energía y la generación de residuos.

La oferta inmobiliaria para este tipo de proyectos no es limitada, pero puede ser complicado encontrar algún espacio que se ajuste a las necesidades y presupuesto que se buscan. Especialmente para un proyecto como es la apertura de un hotel, que requiere de espacios más grandes y con mayor normativa que los regula, es necesario realizar una gran inversión inicial para poder acondicionarlos y poseer un espacio útil y adecuado para el funcionamiento del hotel.

El éxito de una empresa se mide en la combinación de ética de trabajo y felicidad de sus empleados. Es fundamental contratar a un buen equipo, que sea eficiente en sus funciones y que quiera aportar el máximo a la empresa. Para eso, la empresa debe tratar justamente a sus empleados y compensarles cómo se merecen. Es importante definir claramente las funciones de cada uno de los empleados, marcarles objetivos claros y fomentar la oportunidad de crecimiento.

Las estrategias de marketing de una empresa son la clave para el éxito de una empresa. Si la empresa no se hace conocer ni es capaz de atraer a clientes, de nada sirve todo lo demás. El plan de marketing debe estar actualizado a las últimas novedades tecnológicas y sociales. Se debe tener claro el público objetivo y las diferentes maneras para llegar a él. En marketing se debe pensar *outside the box*.

En el aspecto financiero, como se ha visto, el proyecto no es rentable. Es posible que esto se deba al grado de ocupación de plazas hoteleras en la ciudad de Madrid, a la elevada inversión inicial que un proyecto así conlleva, o que en este plan de negocio no se hayan considerado medidas que puedan reducir enormemente los costes fijos y variables, los impuestos, etc. y que hagan que esta idea de negocio tenga una rentabilidad positiva considerable.

En conclusión, no todos los planes de negocio tienen un resultado favorable. Este proyecto ha demostrado que la apertura de un hotel sostenible de 5 estrellas en la ciudad de Madrid en 2023 no es una oportunidad que merezca la pena perseguir. Eso no significa que no haya proyectos en la ciudad de Madrid que se puedan explotar y que aporten riqueza y prosperidad tanto a la comunidad como al empresario.

Bibliografía

- Adobe Experience Cloud Team. (15 de Mayo de 2018). *Adobe Experience Cloud Blog*. Obtenido de What Brand Colors Can Reveal About Your Business: <https://business.adobe.com/blog/basics/what-brand-colors-can-reveal-about-your-business>
- Agencia Tributaria. (20 de junio de 2023). *Qué es la base imponible y cómo se determina en el Impuesto sobre Sociedades*. Obtenido de <https://sede.agenciatributaria.gob.es/Sede/impuesto-sobre-sociedades/que-base-imponible-se-determina-sociedades/tipo-impositivo.html>
- Ayuntamiento de Madrid. (s.f.). Obtenido de Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE). Cuota tributaria: <https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/Actividad-economica-y-hacienda/Impuesto-sobre-Actividades-Economicas-IAE-Cuota-tributaria?vgnextfmt=default&vgnextoid=876a80fb2f688210VgnVCM1000000b205a0aRCRD&vgnnextchannel=138d31d3b28fe410VgnVCM1000000b>
- Ayuntamiento de Madrid. (2022). *Distrito, Oferta hotelera en la ciudad de Madrid según Categoría del establecimiento por Tipo de establecimiento y*. Obtenido de Estadística. Infraestructura hotelera.: <https://www.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UDCEstadistica/Nuevaweb/Turismo%20y%20eventos/Turismo/Infraestructura%20hotelera/P120222.xlsx>
- Ayuntamiento de Madrid. (2023). *Estadística. Infraestructura Hotelera*. Obtenido de <https://www.madrid.es/portales/munimadrid/es/Inicio/El-Ayuntamiento/Estadistica/Areas-de-informacion-estadistica/Turismo-y-eventos/Turismo/Encuesta-de-Ocupacion-Hotelera/?vgnextfmt=default&vgnextoid=5ca8525b2a969210VgnVCM2000000c205a0aRCRD&vgnnextchannel=6>
- Balekjian, C., & Sarheim, L. (Septiembre de 2011). HVS. Boutique Hotels Segment. *The challenge of standing out from the crowd*.
- Banco de España. (2023). *Datos Agregados del Trimestre 2023/03*. Obtenido de TID 2.1. Tasas de Descuento Percibidas en el Trimestre, Tarjetas de Empresa: https://www.bde.es/app/sif/documentosTasas/0000_Descuento_202303.pdf
- Bankinter. (2023). *Blog de Economía y Finanzas Bankinter*. Obtenido de Retención IRPF 2023: ¿Cuánto me tienen que retener en mi nómina?: <https://www.bankinter.com/blog/finanzas-personales/como-calcular-retenciones-irpf-nomina>
- Barceló, J. V. (2018). *Memoria del Trabajo de Final de Grado. Estudio energético de un hotel en Mallorca. Auditoría energética*. Obtenido de https://dspace.uib.es/xmlui/bitstream/handle/11201/151212/Memoria_EPSU1109.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- BBVA. (s.f.). Obtenido de ¿Cómo es un hotel sostenible?: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/como-es-un-hotel-sostenible/>
- BBVA. (21 de diciembre de 2020). *BBVA. Sostenibilidad y Banca Responsable*. Obtenido de ¿Cuánta agua consume y puede ahorrar un hotel? Claves para ser sostenible: <https://www.bbva.com/es/sostenibilidad/cuanta-agua-consume-y-puede-ahorrar-un-hotel/>

- Biosphere. (2023). *Biopshere Certification for individual companies*. Obtenido de <https://www.biospheretourism.com/en/biosphere-certification-for-individual-companies/111>
- Boletín Oficial del Estado. (2022). *Ley 31/2022, de 23 de diciembre, de Presupuestos Generales del Estado para el año 2023*. Obtenido de Título VIII. Cotizaciones Sociales: <https://www.seg-social.es/wps/wcm/connect/wss/fde9aa5d-3b70-4031-a65b-bd90e713e12e/Ley%2B31-2022.pdf?MOD=AJPERES>
- Comunidad de Madrid. (2023). *Boletín Oficial de la Comunidad de Madrid*. Obtenido de Convenio Colectivo de Hospedaje para la Comunidad Autónoma de Madrid 2021-2024: https://www.bocm.es/boletin/CM_Orden_BOCM/2023/04/25/BOCM-20230425-16.PDF
- Comunidad de Madrid. (2023). *Normativa*. Obtenido de Legislación sobre alojamientos turísticos: <https://www.comunidad.madrid/servicios/consumo/normativa-alojamientos-turisticos>
- Contadores de agua*. (s.f.). Obtenido de <http://www.contadoresdeagua.com/tabla%20de%20caudales.htm>
- Dobaño, R. (20 de abril de 2023). *Quipu Blog*. Obtenido de Impuesto de Actividades Económicas (IAE): qué es y para qué sirve: [https://getquipu.com/blog/impuesto-de-actividades-economicas/#:~:text=Con%20esto%20aclorado%2C%20as%20es,Provincial%20\(%25\)%20x%20Cuota%20Ponderada.](https://getquipu.com/blog/impuesto-de-actividades-economicas/#:~:text=Con%20esto%20aclorado%2C%20as%20es,Provincial%20(%25)%20x%20Cuota%20Ponderada.)
- Expansión. (2021). Obtenido de PIB de las Comunidades Autónomas: <https://datosmacro.expansion.com/pib/espana-comunidades-autonomas>
- Expansión. (s.f.). *Datosmacro.com*. Obtenido de Diccionario de economía: <https://datosmacro.expansion.com/diccionario/van>
- habitissimo. (15 de noviembre de 2019). Obtenido de <https://www.habitissimo.es/presupuestos/rehabilitacion-edificios>
- Hacienda. (2020). *Impuesto sobre Actividades Económicas*. Obtenido de Recargo Provincial por Comunidad Autónoma y Provincia: https://serviciostelematicosexhacienda.gob.es/SGFAL/ConsultaTipos.aspx/descargaPDF.aspx?URLPDF=2020%20FR1AE%20FR1ae1.pdf&ld=ABESSellDirect_BIZES
- Hoteles 5 Estrellas Madrid. (2023). Obtenido de https://www.hoteles5estrellasmadrid.eu/hotel/four-seasons-hotel-madrid/?date_from&date_to
- idealista. (s.f.). Obtenido de Edificio en Prosperidad, Chamartín: <https://www.idealista.com/inmueble/95789217/>
- idealista. (2023). *Resultado de búsqueda de compra de edificio de más de 4000 metros cuadrados*. Obtenido de https://www.idealista.com/point/venta-edificios/40.45806/-3.65438/13/con-metros-cuadrados-mas-de_4000/mapa-google
- idealista. (s.f.). *Evolución del precio de alquiler en la ciudad de Madrid*. Obtenido de <https://www.idealista.com/sala-de-prensa/informes-precio-vivienda/alquiler/madrid-comunidad/madrid-provincia/madrid/>
- idealista. (s.f.). *Resultado de búsqueda de edificio para alquilar de más de 4000 metros cuadrados*. Obtenido de https://www.idealista.com/point/alquiler-edificios/40.45804/-3.65438/13/con-metros-cuadrados-mas-de_4000/mapa-google

- Instituto Nacional de Estadística. (2019). *Notas de prensa*. Obtenido de Encuesta sobre Equipamiento y Uso de Tecnologías de Información y Comunicación en los Hogares: https://www.ine.es/prensa/tich_2019.pdf
- IONOS. (s.f.). Obtenido de Resultado de la búsqueda de hotelpatalena.com: <https://www.ionos.es/domaincheckresult>
- Madrid, E. E. (2013). *Economía Madrid*. Obtenido de <https://economia.madrid.es/UnidadesDescentralizadas/UDCObservEconomico/EstructuraEconomica/ESTRUCTURAECONOMICADELACIUDADDEMADRID.pdf>
- Ministerio de Asuntos Económicos y Transformación Digital. (2023). *Catálogo financiación directa ICO*. Obtenido de <https://www.ico.es/web/guest/cat%C3%A1logo-financiaci%C3%B3n-directa-ico>
- Ministerio de Economía y Hacienda. (1995). *Real Decreto Legislativo 1175/1990, de 28 de septiembre, por el que se aprueban las tarifas y la instrucción del Impuesto sobre Actividades Económicas*. Obtenido de División 6. Comercio, Restaurantes y Hospedaje, Reparaciones. Agrupación 68. Servicio de hospedaje. Grupo 681. Servicio de hospedaje en hoteles y moteles: <https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-1990-23930>
- ONU. (2015). Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Ramos, Á. (28 de septiembre de 2022). *placassolares.es*. Obtenido de ¿Cuál es el precio de las placas solares?: https://placassolares.es/precio-placas-solares?utm_source=adwords_pmax&utm_medium=c&utm_campaign=17549932271&utm_content=&utm_term=&gclid=CjwKCAjwzJmlBhBBEiwAEJyLuzBXsLmgeZcYGyC958sYpih8nUSWNNQ-8GC9zozAeZOslohNqkiBxoCu3IQAvD_BwE
- Real Academia Española*. (2022). Obtenido de anfitrión.
- Santander Trade Markets*. (Junio de 2023). Obtenido de España: Política y Economía. Contexto económico: <https://santandertrade.com/es/portal/analizar-mercados/espana/politica-y-economia>
- Tesaurus, Historia Antigua y Mitología*. (s.f.). Obtenido de Patalena: <https://www.tesaurushistoriaymitologia.com/es/43321-patalena>
- Wikipedia*. (30 de Junio de 2023). Obtenido de Hotel: <https://es.wikipedia.org/wiki/Hotel#:~:text=La%20palabra%20%22Hotel%22%20deriva%20de,%22Hospitum%22%20del%20mismo%20idioma.>
- Wikipedia*. (23 de Mayo de 2023). Obtenido de Análisis FODA: https://es.wikipedia.org/wiki/An%C3%A1lisis_FODA
- Zankyou. (s.f.). Obtenido de <https://www.zankyou.es/f/hotel-eurostars-madrid-tower-420338>

Anexos

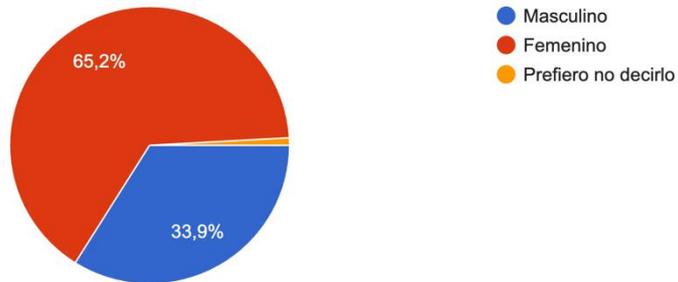
1. Hoteles de Madrid por Categoría y Distrito

	Total	5 Estrellas Gran Lujo	5 Estrellas Lujo	5 Estrellas	4 Estrellas	3 Estrellas	2 Estrellas	1 Estrella
Hoteles	305	2	2	31	160	67	27	16
Centro	125	0	1	12	57	34	16	3
Arganzuela	9	0	0	0	5	4	0	0
Retiro	10	1	0	1	6	2	0	0
Salamanca	33	1	0	8	19	3	1	1
Chamartín	13	0	1	1	9	1	0	1
Tetuán	14	0	0	0	7	1	4	2
Chamberí	20	0	0	5	9	6	0	0
Fuencarral - El Pardo	9	0	0	2	6	0	0	1
Moncloa - Aravaca	12	0	0	2	4	5	1	0
Latina	0	0	0	0	0	0	0	0
Carabanchel	2	0	0	0	1	1	0	0
Usera	1	0	0	0	0	0	1	0
Puente de Vallecas	1	0	0	0	0	0	0	1
Moratalaz	0	0	0	0	0	0	0	0
Ciudad Lineal	10	0	0	0	7	2	0	1
Hortaleza	7	0	0	0	6	1	0	0
Villaverde	2	0	0	0	1	1	0	0
Villa de Vallecas	2	0	0	0	1	0	0	1
Vicálvaro	0	0	0	0	0	0	0	0
San Blas - Canillejas	19	0	0	0	11	3	1	4
Barajas	19	0	0	0	11	3	3	1

2. Resultados de la encuesta informativa realizada

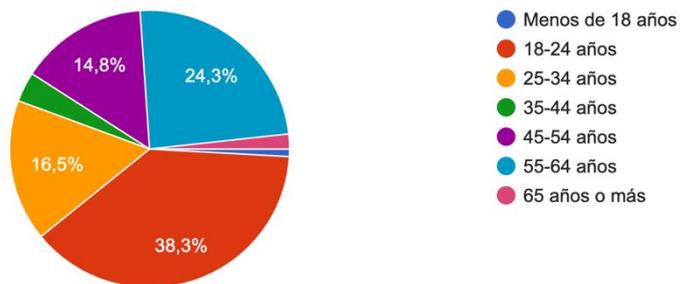
¿Cuál es tu género?

115 respuestas



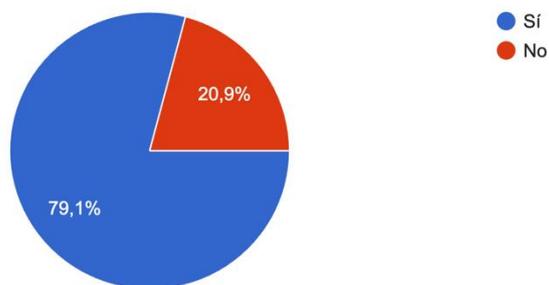
¿Cuál es tu edad?

115 respuestas



¿Eres residente en Madrid?

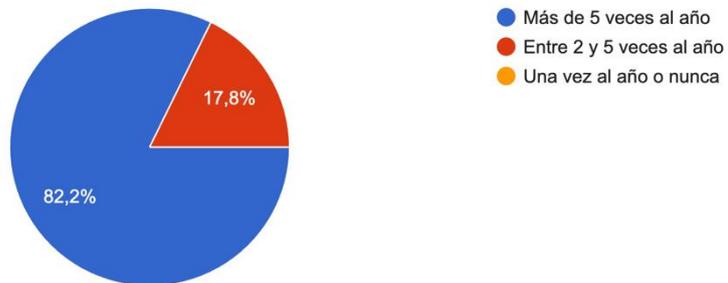
115 respuestas



Residentes en Madrid

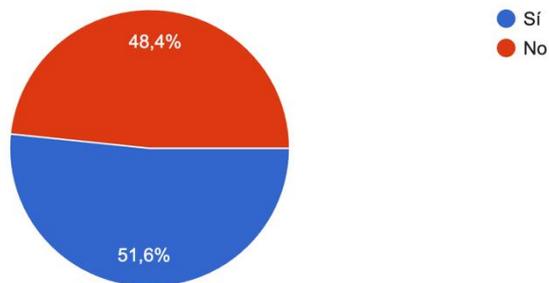
¿Con qué frecuencia viajas fuera de Madrid?

90 respuestas



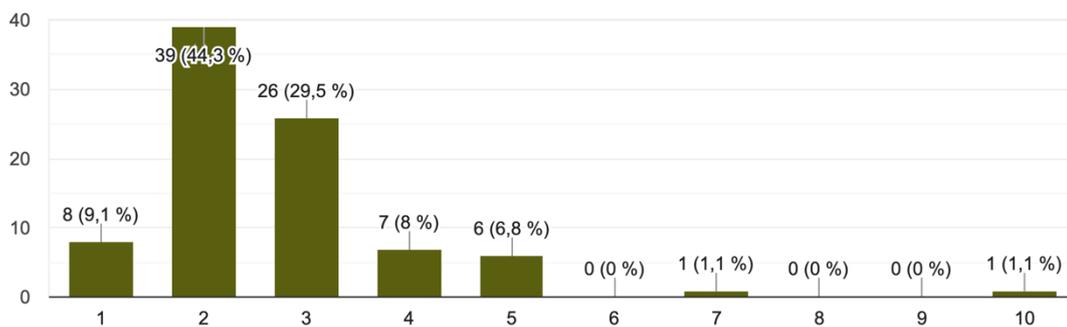
¿Cuando viajas fuera de Madrid, sueles hospedarte en un hotel?

91 respuestas



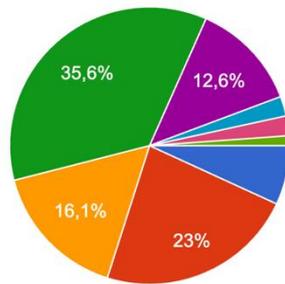
¿Cuando viajas, cuántas noches (de media) sueles hospedarte en un hotel?

88 respuestas



¿Cuánto sueles pagar por una noche de hotel (por habitación)?

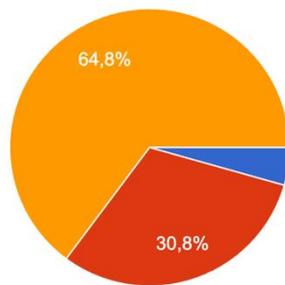
87 respuestas



- Menos de 50 EUR
- Entre 50 y 80 EUR
- Entre 80 y 100 EUR
- Entre 100 y 200 EUR
- Entre 200 y 300 EUR
- Entre 300 y 400 EUR
- Entre 400 y 500 EUR
- Más de 500 EUR

¿Sueles viajar solo/sola o en compañía?

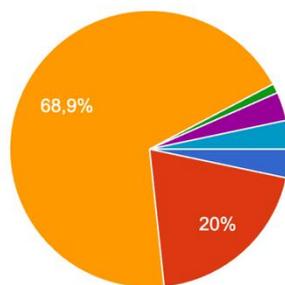
91 respuestas



- Solo/Sola
- Con una persona más
- Con mi familia o grupo de amigos/amigas

¿Cómo encuentras hoteles en los que hospedarte?

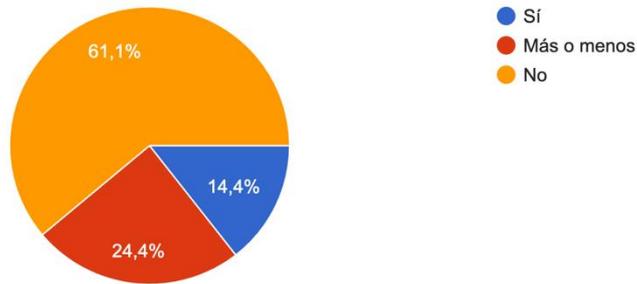
90 respuestas



- Redes sociales
- Recomendación de familiares o amigos
- Búsqueda en internet
- Periódicos o revistas
- Agencia de viajes
- Mi empresa me dice dónde hospedarme (viajes de trabajo)

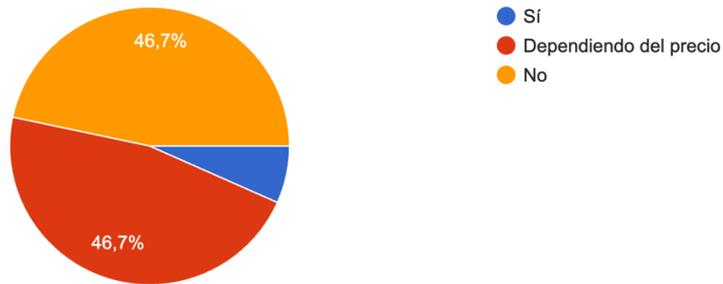
¿Le das importancia a que un hotel cumpla los Criterios de Sostenibilidad?

90 respuestas

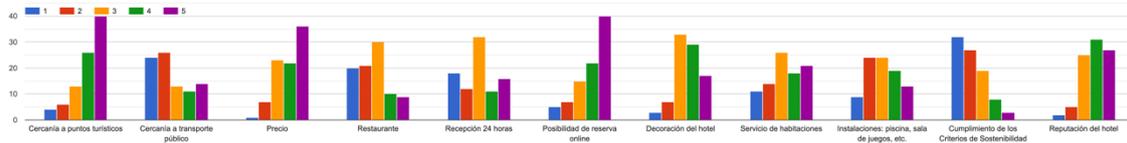


¿Estarías dispuesto a pagar un precio mayor porque un hotel cumpla con los Criterios de Sostenibilidad?

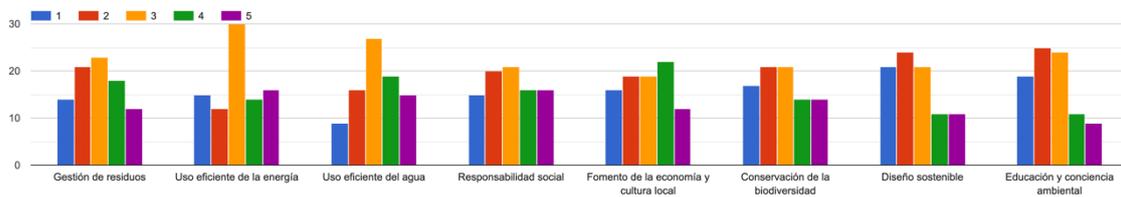
90 respuestas



Evalúa del 1 al 5 la importancia que le das a estas características o servicios cuando te hospedas en un hotel



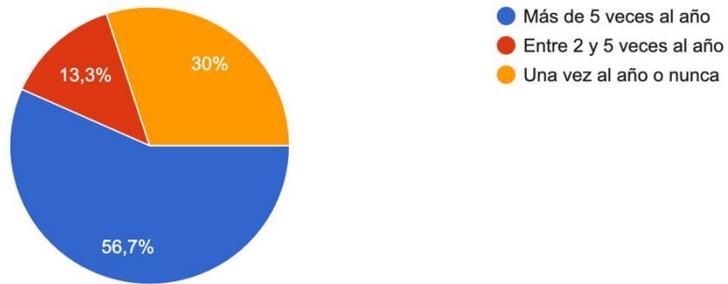
Dentro de los Criterios de Sostenibilidad, evalúa su importancia



No residentes en Madrid

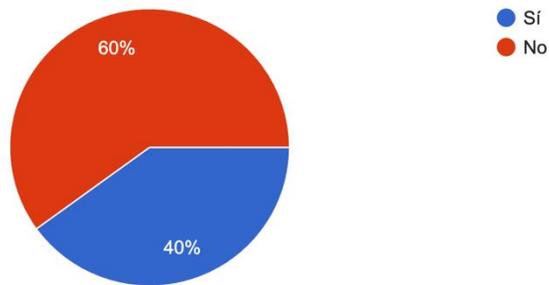
¿Con qué frecuencia viajas a Madrid?

30 respuestas



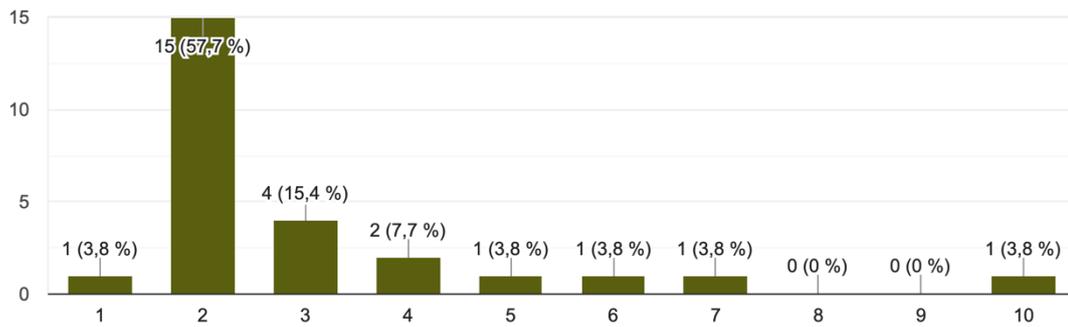
¿Cuando viajas a Madrid te hospedas en un hotel?

30 respuestas



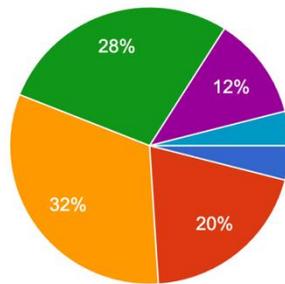
¿Cuando viajas, cuántas noches sueles hospedarte (de media) en un hotel?

26 respuestas



¿Cuánto sueles pagar por una noche de hotel (por habitación)?

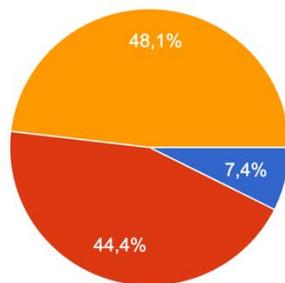
25 respuestas



- Menos de 50 EUR
- Entre 50 y 80 EUR
- Entre 80 y 100 EUR
- Entre 100 y 200 EUR
- Entre 200 y 300 EUR
- Entre 300 y 400 EUR
- Entre 400 y 500 EUR
- Más de 500 EUR

¿Sueles viajar solo/sola o en compañía?

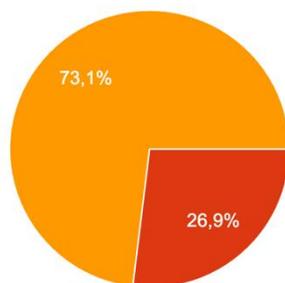
27 respuestas



- Solo/Sola
- Con una persona más
- Con mi familia o grupo de amigos/amigas

¿Cómo encuentras hoteles en los que hospedarte?

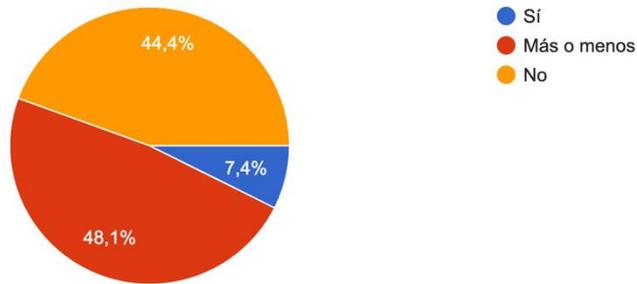
26 respuestas



- Redes sociales
- Recomendación de familiares o amigos
- Búsqueda en internet
- Periódicos o revistas
- Agencia de viajes
- Mi empresa me dice dónde hospedarme (viajes de trabajo)

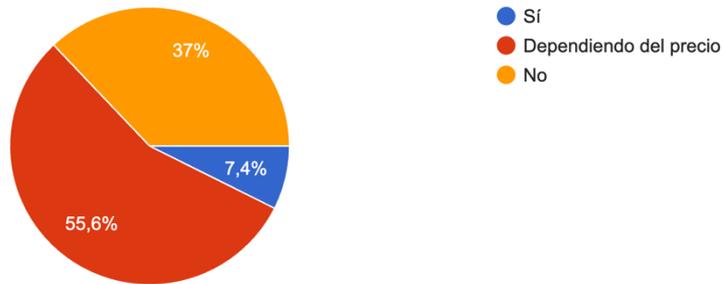
¿Le das importancia a que un hotel cumpla los Criterios de Sostenibilidad?

27 respuestas

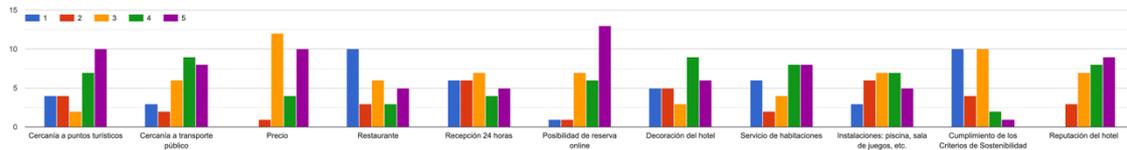


¿Estarías dispuesto a pagar un precio mayor porque un hotel cumpla con los criterios de Sostenibilidad?

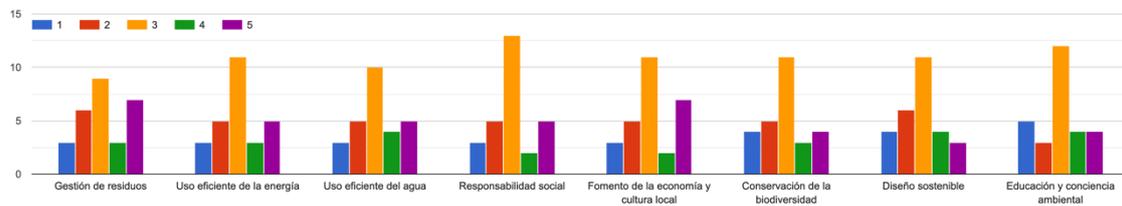
27 respuestas



Evalúa del 1 al 5 la importancia que le das a estas características o servicios cuando te hospedas en un hotel



Dentro de los Criterios de Sostenibilidad, evalúa su importancia



3. Cálculo del precio del agua, gas, de los paneles solares y otras medidas sostenibles.

Precio del agua

Utizando la plantilla de precios del Canal de Isabel II que se muestra a continuación, se puede calcular el precio aproximado del metro cúbico de agua.

QUÉ CONCEPTOS FACTURAMOS

Tarifas 2022

USOS COMERCIALES, ASIMILADOS AL COMERCIAL E INDUSTRIALES

CUOTA VARIABLE

Aducción

Consumo	Invierno (1 octubre -31 mayo)	Verano (1 junio -30 septiembre)
BLOQUE 1	0,4057 euros/m ³	0,4057 euros/m ³
BLOQUE 2	0,5486 euros/m ³	0,6855 euros/m ³
BLOQUE 3	0,9709 euros/m ³	1,4565 euros/m ³

Alcantarillado

Consumo	Precio del metro cúbico
Hasta 25 m ³ /bimestre	0,1094 euros/m ³
De 25 a 50 m ³ /bimestre	0,1203 euros/m ³
Más de 50 m ³ /bimestre	0,1472 euros/m ³

Distribución

Consumo	Precio del metro cúbico
BLOQUE 1	0,1335 euros/m ³
BLOQUE 2	0,2103 euros/m ³
BLOQUE 3	0,5016 euros/m ³

Depuración

Consumo	Precio del metro cúbico
Hasta 25 m ³ /bimestre	0,3115 euros/m ³
De 25 a 50 m ³ /bimestre	0,3556 euros/m ³
Más de 50 m ³ /bimestre	0,5431 euros/m ³

Para conocer a partir de qué consumo empieza y acaba cada bloque, puedes consultar la siguiente tabla. Deberás comprobar la columna correspondiente al diámetro de tu contador.

BLOQUE	Diámetro del contador (mm)	Diámetro del contador (mm)									
		≤15	20	25	30	40	50	65	80	100	>100
BLOQUE 1	Hasta... m ³ /bimestre	90	150	200	350	450	600	800	900	900	900
BLOQUE 2	Del bloque 1 hasta... m ³ /bimestre	180	300	400	700	900	1200	1600	1800	1800	1800
BLOQUE 3	Desde... m ³ /bimestre	180	300	400	700	900	1200	1600	1800	1800	1800

CUOTA DE SERVICIO FIJA

Aducción

0,0178 x (D² + 225N) euros
D: Diámetro del contador. N=1

Distribución

0,0081 x (D² + 225N) euros
D: Diámetro del contador. N=1

Alcantarillado

1,0701 x (D²/100) euros
D: Diámetro del contador.

Depuración

3,1371 x (D²/100) euros
D: Diámetro del contador.

En el caso de usos afectados por el coeficiente K, el precio del metro cúbico correspondiente al concepto de depuración se multiplicará por el valor de dicho coeficiente.

K: Coeficiente que se aplica en función del índice de contaminación. Su valor viene determinado por el Decreto 104/97, de 12 de noviembre de 1997.

Se asumirá un diámetro del contador de más de 100 mm ya que estos pueden proporcionar un caudal de más de 2 m³/h (2000 litros por hora), necesario para asegurar que todos los huéspedes tienen agua disponible, así como las diferentes secciones del hotel que necesitan agua para funcionar como la lavandería y la cocina (Contadores de agua, s.f.).

Como se ha mencionado antes, se necesitan al menos 721 m³ de agua por bimestre. Por lo tanto, el Hotel Patalena entraría en la categoría de precios BLOQUE 1. Los precios de las diferentes cuotas variables para esta categoría son:

- Aducción: 0,4057 euros/m³
- Alcantarillado: 0,1472 euros/m³
- Distribución: 0,1335 euros/m³
- Depuración: 0,5431 euros/m³

Las cuotas fijas serían (para D = 200 mm)

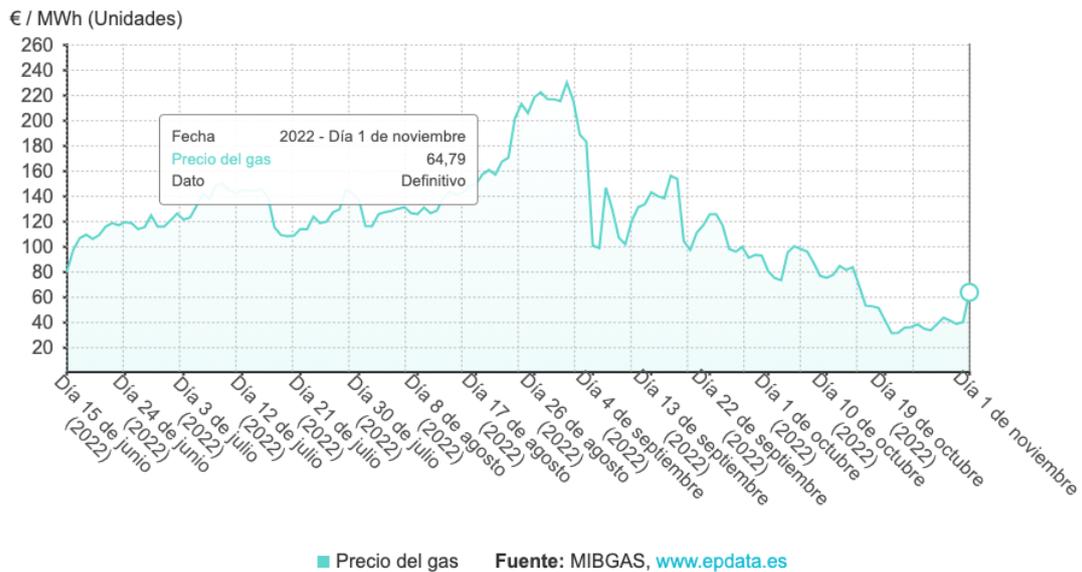
- Aducción: 4 euros
- Distribución: 1,82 euros
- Alcantarillado: 0,0004 euros
- Depuración: 0,0013 euros

En total, sería un precio de 1,23 €/m³ al que habría que añadir 5,82 € mensuales.

Precio del gas

Precio del gas para el mercado eléctrico en España

En Euros/MWh



Como se puede observar en la imagen superior, el precio del gas es de 64,79 €/MWh.

Precio de los paneles solares

En el ejemplo del Hotel Helios Mallorca, se observa un consumo de 1.295,2 MWh, por lo que para el Hotel Patalena podemos asumir un consumo de 432 MWh. El precio básico de la instalación de paneles solares es de 6000 € para un consumo de 4.174 kWh (Ramos, 2022). Por lo tanto, el precio para la instalación de paneles solares que cubran todo el consumo eléctrico será de 620.987 €

4. Convenio Colectivo de Hospedaje de la Comunidad de Madrid

Clasificación de las Categorías de los Establecimientos

A.1

CATEGORÍA PRIMERA (GRUPO A)

Hoteles de 5 y 4 estrellas
Hoteles Apartamentos de 4 estrellas
Apartamentos Turísticos de 4 llaves
Moteles de 4 estrellas

CATEGORÍA SEGUNDA (GRUPO B)

Hoteles de 3 estrellas
Hoteles Apartamentos de 3 estrellas
Apartamentos Turísticos de 3 llaves
Moteles de 3 estrellas

CATEGORÍA TERCERA (GRUPO C)

Hoteles de 2 y 1 estrellas
Hoteles Apartamentos de 2 y 1 estrellas
Apartamentos Turísticos de 2 y 1 llaves
Hostales de 3 estrellas
Hostales-Residencia de 3 estrellas
Moteles de 2 y 1 estrellas

CATEGORÍA CUARTA (GRUPO D)

Hostales de 2 y 1 estrellas
Hostales-Residencia de 2 y 1 estrellas
Pensiones
Fondas
Hostels
Casas de Huéspedes
Viviendas de uso Turístico
Campings
Albergues
Casas Rurales

A.2

Restaurantes,
Cafeterías,
Cafés,
Cafés-Bares,
Discotecas,

que formen parte de la explotación o presten servicio a los establecimientos de hospedaje.

Clasificación de las Categorías Profesionales a efectos retributivos

NIVEL I-A

- Jefe/a de personal o de recursos humanos.
- Jefe/a de recepción.
- Jefe/a de sistemas o informática.
- Jefe/a de administración.
- Jefe/a de comercial o de ventas.
- Primer/a conserje.
- Jefe/a de contabilidad o contable general
- Jefe/a de cocina.
- Jefe/a de compras o economato.
- Primer/a maitre/a- jefe/a de comedor - jefe/a de restaurante jefe/a de sala.
- Jefe/a de alojamiento.
- Jefe/a de servicio médico.
- Gobernante/a general o encargado/a general (hoteles de 5 y 4 estrellas).
- Jefe/a de servicio técnico, jefe/a de mantenimiento o encargado/a de mantenimiento y servicios auxiliares.
- Jefe/a de banquetes o convenciones.
- Jefe/a de alimentación y bebidas.

NIVEL I-B:

- Segundo/a jefe de recepción.
- Interventor/a.
- Segundo/a jefe de cocina.
- Segundo/a maitre – segundo/a jefe de comedor – segundo/a jefe de sala.
- Repostero/a o jefe/a de repostería.
- Encargado/a de economato o compras.
- Contable.
- Gobernante/a general o encargado/a general
- Cajero/a general.
- A.T.S.
- Encargado/a de reservas.

NIVEL II:

- Recepcionista.
- Segundo/a conserje - conserje de noche- conserje – ayudante/a de conserje, con diez o más años en el puesto de trabajo desempeñando las funciones de conserje.
- Oficial administrativo/a - administrativo/a.
- Relaciones públicas.
- Comercial.
- Oficial de contabilidad.
- Jefe/a de partida.
- Bodeguero/a.
- Cafetero/a.
- Jefe/a de sector.
- Barman.
- Sumiller.
- Jefe/a de seguridad.
- Encargado/a de teléfonos o telefonista de 1ª.
- Secretario/a de dirección.
- Jefe/a de equipo o de sección de mantenimiento y servicios - encargado de trabajos de mantenimiento o servicios.
- Gobernante/a de segunda o subgobernante/a – encargado/a de sección.
- Encargado/a de lencería – encargado/a de sección.
- Jefe/a de mayordomía o encargado/a de platería.

NIVEL -III:

- Especialista de mantenimiento y servicios (mecánico/a, calefactor/a, electricista/a, carpintero/a, ebanista, fontanero/a, pintor/a, tapicero/a, albañil, frigorista, jardinero/a, etc.)
- Conductor/a.
- Ayudante/a de recepción.
- Ayudante/a de conserjería.
- Auxiliar administrativo o ayudante/a de administración.
- Telefonista.
- Cocinero/a.
- Oficial repostero/a.
- Camarero/a.
- Facturista de comedor o cajero/a de comedor.

NIVEL -IV:

- Camarera/o de pisos.
- Mozo/a de habitación.
- Mozo/a de lavandería.
- Planchador/a.
- Zurcidor/a - costurera/o.
- Lencera/o.
- Lavandera/o.
- Ayudante/a de camarero.
- Ayudante/a de cocina.
- Ayudante/a de economato.
- Ayudante/a de repostero.
- Ayudante/a de bodeguero.
- Ayudante/a de cafetero.
- Ayudante/a de oficios de servicio técnico.
- Auxiliar de recepción y conserjería.
- Ordenanza de salón.
- Vigilante/a de noche.
- Portero/a de servicio.
- Portero/a de accesos.
- Mozo/a de equipajes.
- Ascensorista.
- Guarda de exterior o de garaje.

NIVEL -V:

- Marmitón/a
- Pinche.
- Auxiliar de cocina.
- Fregador/a.
- Personal de platería.
- Personal de limpieza.
- Auxiliar de pisos y limpieza.
- Auxiliar de mantenimiento y servicio.
- Botones mayor de 18 años.

5. Tabla del cálculo de los Salarios Base

Departamento	Puesto del empleado	Categoría	Salario Base inicial	Número de empleados iniciales	Incremento Salarial	Salario Base inicial TOTAL	Número de empleados ampliado	Salario Base ampliado TOTAL
Recepción y consejería	Recepcionista	II	1.842,53 €	3	1.312,80 €	7.880,48 €	5	13.300,76 €
Recepción y consejería	Jefe de recepción	IA	2.149,61 €	1		2.507,88 €	1	2.507,88 €
Recepción y consejería	Mozo de equipajes	III	1.658,23 €	4	1.181,49 €	9.116,81 €	5	11.398,01 €
Limpieza y lavandería	Personal de limpieza	IV	1.473,96 €	15		25.794,30 €	20	34.392,40 €
Limpieza y lavandería	Lavadero	V	1.535,40 €	5		8.956,50 €	7	12.539,10 €
Bar	Barman	II	1.842,53 €	2		4.296,24 €	4	8.596,47 €
Bar	Camarero	III	1.658,23 €	2		3.865,20 €	2	3.865,20 €
Bar	Pinche	V	1.473,96 €	1		1.719,62 €	2	3.439,24 €
Bar	Jefe de sector	II	1.842,53 €	1		2.149,61 €	1	2.149,62 €
Mantenimiento	Jefe de Mantenimiento	IA	2.149,61 €	1		2.507,88 €	1	2.507,88 €
Mantenimiento	Especialista de Mantenimiento y servicios	III	1.658,23 €	2		3.865,20 €	3	5.803,81 €
Mantenimiento	Auxiliar de Mantenimiento y servicio	V	1.473,96 €	2		3.439,24 €	2	3.439,24 €
Seguridad	Jefe de Seguridad	II	1.842,53 €	1		2.149,62 €	1	2.149,62 €
Seguridad	Pontero de servicio	IV	1.535,40 €	1		1.791,30 €	3	5.373,90 €
Seguridad	Vigilante de noche	IV	1.535,40 €	2	546,99 €	4.220,76 €	2	4.220,76 €
Administración y gestión	Jefe de Contabilidad	IA	2.149,61 €	1		2.507,88 €	1	2.507,88 €
Administración y gestión	Gerente General	IA	2.149,61 €	1		2.507,88 €	1	2.507,88 €
Administración y gestión	Comptable	IB	1.965,33 €	1		2.292,89 €	3	6.878,66 €
Administración y gestión	Secretario de Dirección	II	1.842,53 €	1		2.149,62 €	2	4.299,24 €
Administración y gestión	Oficial administrativo	II	1.842,53 €	2		4.296,24 €	4	8.596,47 €
Administración y gestión	Jefe de compras	IA	2.149,61 €	1		2.507,88 €	1	2.507,88 €
Administración y gestión	Jefe de Sistemas	IA	2.149,61 €	1		2.507,88 €	1	2.507,88 €
Producto y tecnología	Ayudante/a de oficinas de servicio técnico	IV	1.535,40 €	3		5.373,90 €	4	7.165,20 €
Marketing y ventas	Jefe de Ventas	IA	2.149,61 €	1		2.507,88 €	1	2.507,88 €
Marketing y ventas	Jefe de Marketing	IA	2.149,61 €	1		2.507,88 €	1	2.507,88 €
Marketing y ventas	Encargado de reservas	IB	1.965,33 €	1		2.292,89 €	2	4.585,77 €
Marketing y ventas	Comercial	II	1.842,53 €	1		2.149,62 €	5	10.748,09 €
Marketing y ventas	Oficial Administrativo	II	1.842,53 €	1		2.149,62 €	3	6.448,86 €
Recursos Humanos	Jefe de RRHH	IA	2.149,61 €	1		2.507,88 €	1	2.507,88 €
Recursos Humanos	Oficial administrativo	II	1.842,53 €	1		2.149,62 €	3	6.448,86 €
				61	3.041,28 €	124.784,15 €	92	188.416,17 €

Al año: **1.497.409,76 €**

Al año: **2.260.994,02 €**

Incrementos Salariales

Puesto de empleo	Salario Base	Intervalo de horas	Numero de horas	% de incremento	Incremento valor hora nocturna	Total incremento por intervalo
Vigilante de noche	1.535,40 €	22-24	2	20%	1,92 €	3,84 €
Vigilante de noche	1.535,40 €	24-6	6	25%	2,40 €	14,39 €
Recepcionista	1.842,53 €	22-24	2	20%	2,30 €	4,61 €
Recepcionista	1.842,53 €	24-6	6	25%	2,88 €	17,27 €
Mozo de equipajes	1.658,23 €	22-24	2	20%	2,07 €	4,15 €
Mozo de equipajes	1.658,23 €	24-6	6	25%	2,59 €	15,55 €

Incremento total al día	Numero de días al mes	Numero de empleados	Incremento por puesto al mes
16,25 €	30	1	546,99 €
21,88 €	30	2	1.312,80 €
19,69 €	30	2	1.181,49 €

7. Tabla del cálculo de las retenciones por Seguridad Social

Departamento	SUM de Salario Base inicial TOTAL	SUM de Salario Base ampliado TOTAL	Seguridad Social Inicial	Seguridad Social ampliado
Administración y gestión	16.265,38 €	27.300,00 €	4.863,35 €	8.162,70 €
Bar	12.037,68 €	18.056,54 €	3.599,27 €	5.398,90 €
Limpieza y lavandería	34.750,80 €	46.931,50 €	10.390,49 €	14.032,52 €
Mantenimiento	9.816,32 €	11.750,92 €	2.935,08 €	3.513,53 €
Marketing y ventas	11.607,88 €	26.798,47 €	3.470,76 €	8.012,74 €
Producto y tecnología	7.881,78 €	9.673,08 €	2.356,65 €	2.892,25 €
Recepción y conserjería	19.605,15 €	27.204,65 €	5.861,94 €	8.134,19 €
Recursos Humanos	4.657,50 €	8.956,73 €	1.392,59 €	2.678,06 €
Seguridad	8.161,67 €	11.744,27 €	2.440,34 €	3.511,54 €
Suma total	124.784,15 €	188.416,17 €	37.310,46 €	56.336,43 €

Los Salarios Base incluyen los incrementos salariales

	Porcentaje
Contingencias Comunes	23,60%
Contingencias de desempleo	5,50%
Cotización al Fondo de Garantía Salarial	0,20%
Cotización por formación profesional	0,60%
TOTAL	29,90%

8. Cuenta de resultados completa

	Año 0	Año 1	Año 2	Año 3	Año 4	Año 5	Año 6	Año 7	Año 8	Año 9	Año 10	Año 11	Año 12
Ventas	10.080.000,00 €	10.080.000,00 €	10.080.000,00 €	10.080.000,00 €	10.080.000,00 €	10.080.000,00 €	11.088.000,00 €	11.088.000,00 €	11.088.000,00 €	11.088.000,00 €	11.088.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €
Alquiler Restaurante	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €
Coste de operaciones	-5.040.000,00 €	-5.040.000,00 €	-5.040.000,00 €	-5.040.000,00 €	-5.040.000,00 €	-5.040.000,00 €	-5.544.000,00 €	-5.544.000,00 €	-5.544.000,00 €	-5.544.000,00 €	-5.544.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €
Salarios	-1.497.409,80 €	-1.497.409,80 €	-1.497.409,80 €	-1.497.409,80 €	-1.497.409,80 €	-1.497.409,80 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €
Seguridad Social	-447.725,52 €	-447.725,52 €	-447.725,52 €	-447.725,52 €	-447.725,52 €	-447.725,52 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €
IRPF	-449.222,88 €	-449.222,88 €	-449.222,88 €	-449.222,88 €	-449.222,88 €	-449.222,88 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €
Agua	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €
Gas	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €
Marketing													
Google Ads	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €
Instagram Promote	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €
Facebook Ads	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €
Booking.com	-226.800,00 €	-226.800,00 €	-226.800,00 €	-226.800,00 €	-226.800,00 €	-226.800,00 €	-249.480,00 €	-249.480,00 €	-249.480,00 €	-249.480,00 €	-249.480,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €
Dominio	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €
Certificado Biosphere	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €
Amortización del edificio	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €
Amortización paneles solares	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €
Amortización sistemas informáticos	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €
Beneficio Antes de Impuestos	1.926.776,55 €	1.926.776,55 €	1.926.776,55 €	1.926.776,55 €	1.926.776,55 €	1.926.776,55 €	1.187.125,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €				
Impuesto de Sociedades	-481.694,14 €	-481.694,14 €	-481.694,14 €	-481.694,14 €	-481.694,14 €	-481.694,14 €	-296.781,34 €	-296.781,34 €	-296.781,34 €	-296.781,34 €	-296.781,34 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €
Impuesto de Actividad Económica	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €
Beneficio Después de Impuestos	1.438.184,09 €	1.438.184,09 €	1.438.184,09 €	1.438.184,09 €	1.438.184,09 €	1.438.184,09 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €
Inversión	-20.297.980,00 €												
Resultado del Ejercicio	-20.297.980,00 €	1.438.184,09 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	883.445,69 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €				
	Año 13	Año 14	Año 15	Año 16	Año 17	Año 18	Año 19	Año 20	Año 21	Año 22	Año 23	Año 24	Año 25
	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €	12.222.000,00 €
	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €	388.800,00 €
	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €	-6.111.000,00 €
	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €	-2.260.994,04 €
	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €	-676.037,16 €
	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €	-678.298,20 €
	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €	-5.394,07 €
	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €	-21.380,70 €
	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €	-30.000,00 €
	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €
	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €	-5.400,00 €
	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €	-274.995,00 €
	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €	-12,00 €
	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €	-359,00 €
	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €	-787.080,00 €
	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €	-24.839,48 €
	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €	-1.000,00 €
	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €	1.728.610,35 €
	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €	-432.152,59 €
	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €	-6.898,32 €
	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €
	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €	1.289.559,44 €

Anexo II: Alineación del proyecto con los ODS

El Hotel Patalena tiene como uno de los pilares fundamentales de su imagen y su filosofía de empresa, el compromiso con el medio ambiente y con el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible. Como se ha mencionado en el Capítulo Hotel Patalena en Criterios de Sostenibilidad:

Dentro de los 17 ODS, los más importantes para el Hotel Patalena son:

- Energía asequible y no contaminante
- Trabajo decente y crecimiento económico
- Agua limpia y saneamiento
- Ciudades y comunidades sostenibles
- Producción y consumos responsables

Para la implantación de estos ODS y la máxima reducción del gasto energético, se llevarán a cabo las siguientes medidas:

- Para conseguir la máxima eficiencia energética:
 - Instalación de paneles solares térmicos.
 - Instalación de ventanas y puertas con cierre hermético y otros sistemas de optimización de la climatización.
 - Instalación de sensores de movimiento para la iluminación y utilización de bombillas de bajo consumo.
- Para reducir el impacto ambiental:
 - Instalación de grifos de bajo flujo.
 - Reducidos productos de un solo uso.
 - Separación de papeleras para el reciclaje en todas las habitaciones y zonas comunes.
 - Utilización de productos de limpieza ecológicos y biodegradables.
 - Protección y restauración de áreas naturales en el entorno del hotel.
 - Ofrecer estacionamiento para vehículos eléctricos y bicicletas para fomentar el desarrollo sostenible.
 - Sistemas de riego eficientes y reutilización de agua en jardines para el ahorro de agua.
- Para asegurar responsabilidad social:
 - Prácticas laborales justas, salarios dignos, condiciones de trabajo seguras, beneficios para los empleados y oportunidades de crecimiento.
 - Contratación local y apoyar a proveedores locales.
- Para promover la cultura local:
 - Ofrecer arte y gastronomía tradicional en el hotel.
 - Promover la importancia de la preservación del patrimonio cultural y natural nacional y regional.

- Establecer relaciones con asociaciones culturales locales para promover el turismo responsable y la conservación del patrimonio.

Con la instalación de los paneles solares se pretende que el edificio del Hotel Patalena sea completamente autosuficiente en cuanto a la energía que necesita. Con el sistema de riego inteligente, se pretende reutilizar el agua sucia para regar los jardines del hotel.

Índice de Tablas

Tabla 1: Tabla del Análisis DAFO	20
Tabla 2: Tabla de ventajas e inconvenientes de la compra y alquiler de un edificio	32
Tabla 3: Tabla de Salarios Base por Departamento	41
Tabla 4: Tabla de incrementos salariales aplicables.....	42
Tabla 5: Tabla de salarios finales de Recepción y conserjería y Seguridad.....	42
Tabla 6: Tabla de salarios finales de todo el personal.....	42
Tabla 7: Tabla de retención mensual por IRPF por Departamento	43
Tabla 8: Tabla de retenciones por Seguridad Social por Departamento	44

Índice de imágenes e ilustraciones

Ilustración 1: PIB de las Comunidades Autónomas en 2021.	7
Ilustración 2: Evolución del número mensual de viajeros entrados en Madrid.....	8
Ilustración 3: Evolución del grado mensual de ocupación por plazas hoteleras.	8
Ilustración 4: Resultado de búsqueda de hoteles en la ciudad de Madrid.	9
Ilustración 5: Hotel Eurostars Madrid Tower.....	10
Ilustración 6: Gráficos circulares resultados de la encuesta informativa	14
Ilustración 7: Gráfico circular resultado de la encuesta informativa.....	15
Ilustración 8: Gráfico circular en relieve resultado de la encuesta informativa	15
Ilustración 9: Gráfico de barras de varias series resultado de la encuesta informativa..	16
Ilustración 10: Gráfico circular resultado de la encuesta informativa.....	17
Ilustración 11: Gráfico de barras de varias series resultado de la encuesta informativa	17
Ilustración 12: Logo principal del Hotel Patalena	22
Ilustración 13: Logo principal sin borde del Hotel Patalena	22
Ilustración 14: Logo secundario del Hotel Patalena.....	22
Ilustración 15: Logo secundario del Hotel Patalena sobre fondo negro.....	22
Ilustración 16: Logo principal del Hotel Patalena sobre fondo negro.....	22
Ilustración 17: "Mock-up" del logo del Hotel Patalena en tarjetas de empresa	23
Ilustración 18: Imagen editada con Photoshop de entrada para la entrada del Hotel Patalena.....	25
Ilustración 19: Diseño de Lourdes Triana de Castro para un baño del Hotel Patalena..	26
Ilustración 20: Diseño de Lourdes Triana de Castro para una habitación del Hotel Patalena.....	26
Ilustración 21: Diseño de Lourdes Triana de Castro para el minibar de una habitación del Hotel Patalena.....	27
Ilustración 22: Objetivos de Desarrollo Sostenible.	28
Ilustración 23: Distribución del gasto energético en un hotel.	29
Ilustración 24: Claves para el desarrollo sostenible de un hotel.....	30

Ilustración 25: Búsqueda de edificios para comprar de más de 4.000 metros cuadrados.	33
Ilustración 26: Búsqueda de edificio para alquilar de más de 4.000 metros cuadrados.	33
Ilustración 27: Evolución del precio de alquiler del metro cuadrado en Madrid.	34
Ilustración 28: Edificio en Prosperidad, Chamartín.	34
Ilustración 29: Precio de impuestos y gestiones por la compra del edificio de Prosperidad.	36
Ilustración 30: Precios de rehabilitación de edificios.	36
Ilustración 31: Organigrama del Hotel Patalena creado con la herramienta Miro.	40
Ilustración 32: Tramos del IRPF 2023 aplicados en España y los porcentajes de cada uno divididos por tipo estatal y autonómico.	43
Ilustración 33: Usuarios TIC por sexo y grupos de edad.	45
Ilustración 34: Precio del dominio hotelpatalena.com.	46
Ilustración 35: "Mock-up" de la página web del Hotel Patalena creada con Canva.	46
Ilustración 36: Método de cálculo del IAE.	53
Ilustración 37: Coeficiente de ponderación para el IAE.	53
Ilustración 38: Cuenta de Resultados del Hotel Patalena.	54

