



PLAN DE VIABILIDAD HOTEL X*

ÍNDICE

1. Introducción.
2. Alcance
3. Promotor/es.
 - 3.1 Modelo de llevanza mercantil
 - 3.1.1 Titularidad
 - 3.1.2 Órgano de administración
 - 3.1.3 Organigrama institucional y operativo
 - 3.1.4 Solvencia del promotor
4. Negocio: DAFO
 - 4.1. Objeto del Negocio.
 - 4.2. D.A.FO.
5. Análisis del mercado.
6. Análisis de riesgos:
 - Riesgo Comercial y Marketing.
 - Riesgo Jurídico.
 - Riesgo técnico.
 - Riesgo Financiero.
 - Riesgo Laboral.
 - Riesgo de Mercado y competencia.
 - Riesgo por Otras Cuestiones.
7. Proyección y valoración.
8. Conclusiones.
9. Apéndices y anexos:
 - 9.1. Datos de la empresa Promotora:
 - Escritura de Constitución.

- Modelos 200 de Impuestos de Sociedades de los dos últimos años.
 - Modelos 303 de IVA de los 4 últimos trimestres.
 - Modelo 390 del último ejercicio.
 - Modelos 111 de IRPF.
 - Cuentas anuales comparativas de los últimos 4 años.
 - Certificado de estar al corriente con la Hacienda Pública.
 - Certificado de estar al corriente con la Seguridad Social.
 - Certificado de estar al corriente con la Hacienda Autonómica.
- 9.2. Estudio sobre la tendencia en el sector Hotelero.
- Estudio sectorial
- 9.3. Estudio sobre la competencia en la zona de influencia.
- Estudio de precios y reservas de los hoteles de la zona
- 9.4. Análisis Financiero de la Empresa Promotora.

1. Introducción.

- A lo largo de este estudio se documentará la capacidad para hacer frente a un negocio de hostelería por parte del promotor que presenta esta propuesta. En el estudio se dará información sobre la solvencia financiera del promotor, así como sobre su capacidad técnica para llevar a cabo el proyecto.
- El proyecto se basa en la explotación de un hotel que actualmente está cerrado, por lo que el promotor tendrá que adecuarlo y promocionarlo.
- La presente propuesta incorporará, fundamentalmente, datos sobre el promotor y simulaciones financieras que escenifiquen probabilidades de éxito o fracaso en unas situaciones estipuladas en base a escenarios pesimistas, normales u óptimos.
- Las simulaciones se presentan basadas en datos reales y contrastados con fuentes reales.

2. Alcance.

El trabajo a realizar es un plan de viabilidad que consta de cinco partes fundamentales:

- Presentación del promotor y acreditación del currículum empresarial.
- Situación de mercado y riesgos del proyecto.
- Proyección financiera del proyecto.
- Conclusiones.
- Soporte documental con anexos y/o apéndices.

El trabajo se basa en dar fiabilidad técnica a un negocio que entraña riesgos tanto para el promotor como para el arrendador, con el fin de determinar si los riesgos y escenarios que se presentan pueden o no dar viabilidad al negocio.

3. Promotor/es.

3.1 Modelo de llevanza mercantil

3.1.1 Titularidad

Breve descripción del CV del Promotor:

Datos Personales:

El CEO del proyecto es D. Señor X, con DNI 28.999.999-Z.

Formación:

Diplomado en xxxx por la Universidad Pablo de Olavide de Sevilla.

Trayectoria Empresarial:

- Explotación de la residencia "xxxxxxx" desde el año 2007 a la actualidad.
- Explotación del complejo Hotelero "xxxxxxxl" desde el año 2013-2016.
- Explotación de "xxxxxxxxxxxxxxxxxxxxx" compuesto por casas, apartamentos y habitaciones en xxxx. Desde el 2015 a la actualidad.
- Explotación del Hotel "xxxxxxxxxxx" en xxxx desde el 2015 a la actualidad.

Empresa:

La Empresa que realiza toda la operativa empresarial es "La Empresa, S.L. de la que se realizará estudio económico de solvencia en apartados siguientes, así como se aportará documentación oficial en anexos.

3.1.2 Órgano de administración

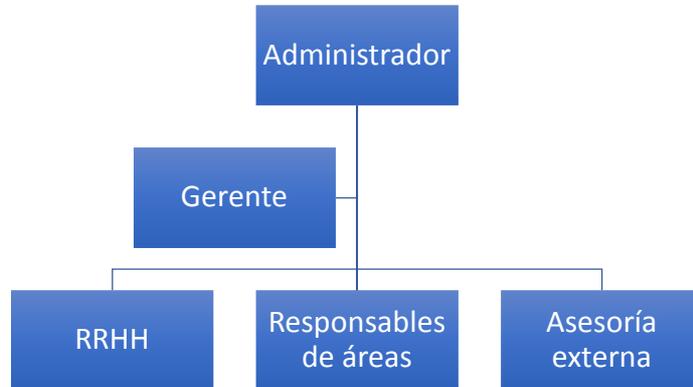
La mercantil no tiene fuentes de control externo ni pertenece a ningún grupo de empresas que ejerza control efectivo sobre la misma o sobre sus operaciones.

El órgano de control es a través de administrador único en la figura de Doña xxxxxx, con DNI 28.777.777-F que ejerce funciones de administración y gerencia dentro de las actividades empresariales que lleva a cabo la mercantil.

No obstante, la dirección ejecutiva se lleva conjuntamente con D. XXXXXXX el cual tiene poder general (ante notario y registrado ante el R.M.) para la gestión empresarial diaria.

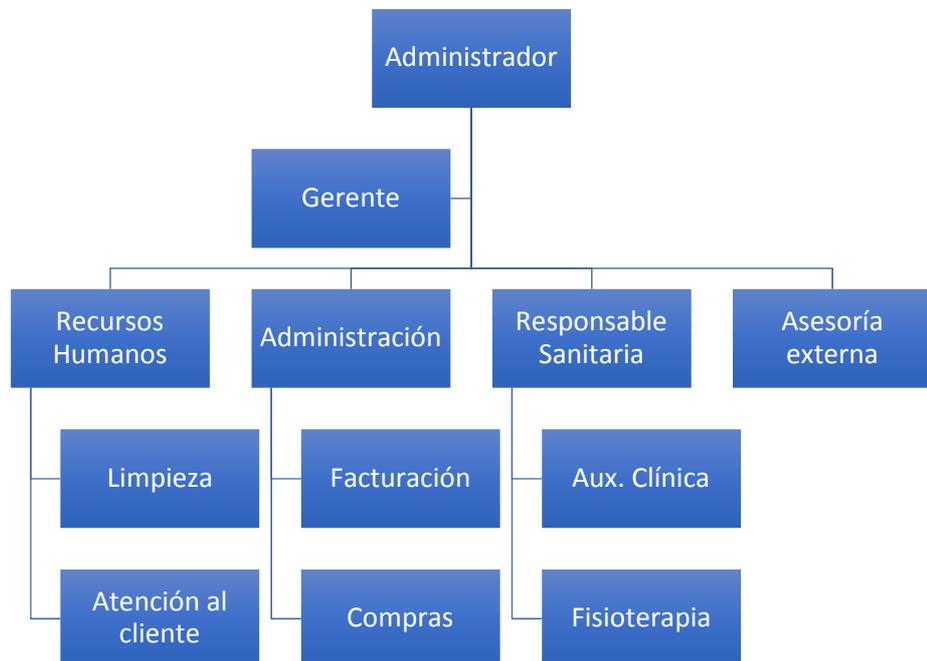
3.1.3 Órgano Institucional y Operativo.

Con carácter General:

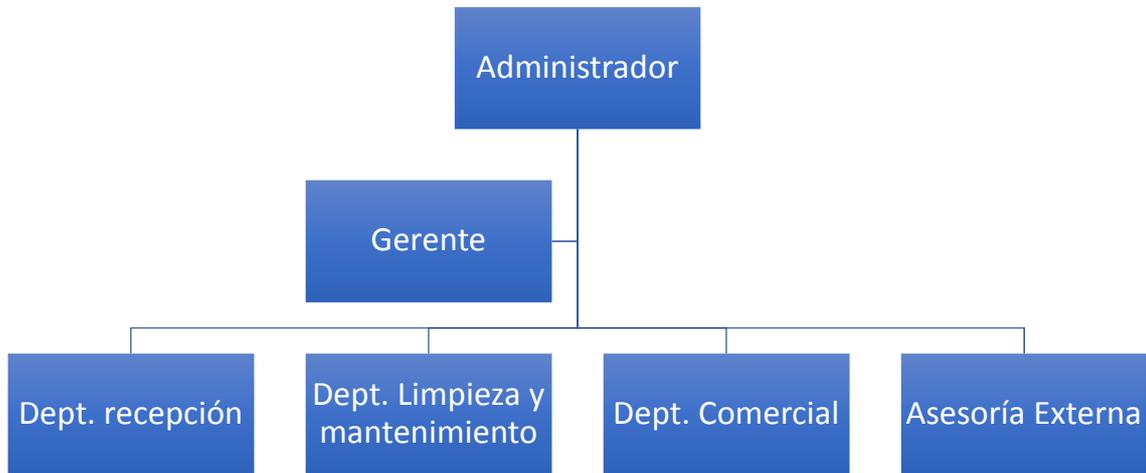


Con carácter Particular:

“Residencia xxxxx”



“Hoteles xxxx”



La línea de Hoteles y hostelería se integra en este último organigrama operativo, en el que cada departamento responde directamente ante el gerente. Al ser una estructura muy controlada, no precisa de mucho personal lo que redundará en un gran ahorro de costes a la estructura permitiendo abaratar precios y, por tanto, generar precios competitivos aumentando a medio plazo el porcentaje de ocupación.

3.1.3 Solvencia del promotor.

El promotor presenta solvencia técnica y operativa dada la evolución empresarial ascendente en pocos años y el desarrollo óptimo en su gestión basada en el ahorro de costes y apalancando los servicios con una estructura simple y controlada, tal y como se ha mostrado en los anteriores puntos.

Financieramente se puede comprobar la solvencia de la empresa en el apéndice 4 “Análisis Financiero de la empresa Promotora” y sus datos en el apéndice 1 “Datos de la Empresa Promotora”.

4. Negocio.

4.1. Objeto del Negocio.

El Hotel sobre el que se va a realizar el estudio de viabilidad está situado en la calle xxxx de xxxxxxxx (Sevilla). Cuenta actualmente con una clasificación de x estrellas y una catalogación de calidad de 7,9 según el portal TRIVAGO.

Su situación actual es cerrado y en propiedad del Banco de xxxxxxxx por embargo al anterior propietario.

Cuenta con 60 habitaciones y 20 plazas de aparcamiento de fácil acceso. Precisa de mejoras, reformas y adecuación de nuevos espacios como gimnasio, así como arreglos y puesta a punto de maquinaria.

El promotor pretende adecuar los servicios a una demanda basada en tres líneas de negocio:

- Cliente 1: Ejecutivo y viajante que demanda habitaciones próximas a Sevilla de lunes a jueves.
- Cliente 2: Parejas y turistas que buscan habitación en fin de semana.
- Cliente 3: Turismo estacional de Semana Santa y Feria.

Dependiendo de la tipología de cliente se entenderá una tarifa o una temporada (media, baja, alta o extra alta) que reflejará distintos tipos de precio.

Las temporadas se regulan según el siguiente período:

- Temporada Media: Mayo, Junio y Julio.
- Temporada Alta: Agosto.
- Temporada Extra Alta: Semana Santa y Feria.
- Temporada baja: el resto.

La política de precios oscilará entre:

- Los 40€/noche en temporada baja.
- Entre 55-60€/noche en temporada media.
- En temporada alta ronda los 80€/noche.
- Y en temporada extra alta los 300€/noche.

Política de Promociones:

El promotor utiliza un sistema promocional constante a través de aplicaciones informáticas que integran la oferta de habitaciones de la compañía, pudiendo realizar promociones y venta cruzada entre el grupo de hoteles y apartamentos, haciéndolo muy competitivo

respecto a la competencia. Dichas promociones pueden hacer oscilar sensiblemente los precios estipulados en pro de una mayor tasa de ocupación.

Política de Marketing:

El promotor alterna diferentes vías promocionales basadas en campañas de marketing on line y off line.

El objetivo en las campañas de marketing es conseguir estrategias de acercamiento de nuevos clientes que opinen favorablemente en las plataformas online y así generen más tráfico de clientes.

Independientemente de la categoría (estrellas) del establecimiento, el promotor consigue buenas puntuaciones debido a su política de atención exclusiva al cliente que le genera una diferencia competitiva enorme con el resto de establecimientos, dando trato de 5*, aunque sea una categoría sensiblemente inferior.

4.2. D.A.FO.

DEBILIDADES:

- Al ser una empresa pequeña y aunque la evolución es muy positiva, no está en situación de realizar una compra del inmueble objeto del estudio, por lo que la única posibilidad es vía alquiler.
- En caso de no revisar bien los equipos e instalaciones, pudiera existir un problema financiero al tener que reparar maquinarias y no contar con la tesorería necesaria, en caso de ser reparaciones de gran cuantía.

AMENAZAS:

- La competencia del entorno más cercano son hoteles de 4 estrellas que viendo la amenaza pudieran bajar precios, por debajo del precio mínimo que pudiera ofertar el promotor de este proyecto.
- Aumento de pisos de alquiler en la zona por parte de "Airbnb".
- Problemas en permisos de apertura y otros documentos administrativos que retrasen la apertura.

FORTALEZAS:

- El promotor tiene amplia experiencia en el sector y cuenta con un curriculum marcado por el éxito en la capacidad de gestión a costes bajos y con tasas de ocupación altas, así como un alto grado de satisfacción por parte de los clientes.

- Demanda Interna del promotor que permite venta cruzada entre el resto de hoteles y apartamentos, así como amplia cartera de clientes satisfechos que generan recomendaciones de manera continuada.
- Datos de ocupación en los hoteles gestionados por el promotor crecientes año tras año, así como aumento en el ranking, puntuación y comentarios positivos de Booking.
- Capacidad de traslado de clientes al centro de Sevilla, por medios propios, en intervalos horarios cortos además de contar con transporte público en la misma puerta del hotel y a 5 minutos del centro de Sevilla.

OPORTUNIDADES:

- Área metropolitana a xxx pocos km de Sevilla.
- Mejor opción de precios que en Sevilla Capital.
- Valor turístico del Aljarafe como centro neurálgico.
- Índice ocupacional de Sevilla en constante aumento.
- Sevilla ciudad declarada por la Unesco mejor Ciudad turística del Mundo.
- Más de 6.306.000 pernoctaciones en los últimos 12 meses según fuentes del INE y en aumento, con una tasa de ocupación cercana al 100%.
- Circunstancias internacionales y nacionales que están favoreciendo enormemente el turismo en Sevilla.
- Buena conexión de la localidad con el Centro de Sevilla, prácticamente entre 5 a 10 minutos máximo.

5. Mercado.

Contamos en Sevilla con una demanda creciente en cuanto a turismo nacional e internacional, actualmente con más de 6.306.000 pernoctaciones al año.

Los precios en Sevilla están en continuo aumento rondando el precio medio de hoteles de x estrellas en temporada baja los 60 euros por noche en el centro de Sevilla, debido a la alta tasa de ocupación.

La tendencia en Sevilla es continuar creciendo en cuanto a pernoctaciones tanto por turismo como por ejecutivos, por eso la oferta hotelera se está potenciando en pueblos cercanos a la ciudad.

Existe un mercado potencial en el Aljarafe Sevillano, con mayor calidad que los barrios periféricos de Sevilla.

Ver estudios propios de Booking en apéndices, así como publicaciones del INE.

6. Análisis de Riesgos.

- Riesgo Comercial y Marketing.
 - El hotel no tiene actividad, ni web, ni política comercial.
 - El promotor tiene preparada estrategia de marketing así como la creación de la web y el enlace con las principales operadoras.
 - El promotor tiene captadas las necesidades de los clientes, por lo que ofertará servicios con desplazamientos a Sevilla, parking gratuito, gimnasio y servicio de comidas caseras.
 - El promotor tiene gran capacidad comercial contratada y cartera de clientes propia.
 - El promotor cuenta con una potente herramienta informática que marca las promociones de manera inmediata en todos los portales mayoristas de internet.
- Riesgo Jurídico.
 - El hotel se encuentra en propiedad del Banco de xxxxx por embargo al anterior propietario, por lo que el riesgo de embargo está libre al estar cubierto por el banco de Xxxxxxx bajo contrato a largo plazo.
 - Los permisos administrativos no son un inconveniente dado que el promotor tiene práctica en licencias y aperturas por los otros negocios explotados por la Sociedad que regenta.
- Riesgo técnico.
 - El promotor tiene experiencia técnica en todas las áreas necesarias, externalizando aquellas que pudieran ocasionar algún tipo de coste adicional por maquinaria o personal como es el caso de la lavandería o las comidas.
- Riesgo Financiero.
 - La Sociedad tiene solvencia y recorrido probado, tal como se puede comprobar en el análisis de la empresa, reflejado en los apéndices.

- El consiguiente plan de viabilidad muestra los escenarios posibles a fin de minimizar posibles contingencias e imprevistos significativos.
- Riesgo Laboral.
 - La sociedad no está en un sector donde el personal presente contingencias por cualificación o absentismo.
 - El promotor se implica directamente en las tareas de recepción y captación de clientes, vigilando que todas las labores se realicen de manera adecuada, por lo que el personal se reduce considerablemente y, por tanto, los costes asociados tanto monetarios como de control de personal.
- Riesgo de Mercado y competencia.
 - Los Posibles riesgos pudieran venir por condicionantes macroeconómicas o políticas en cuanto a afluencia de turismo o por cortes de calles por arreglos que inhabilitaran los accesos al hotel.
 - Dichos riesgos son difícilmente salvables por el promotor y son generales para todo comercio que viva del turismo y que necesite de accesos a los establecimientos.
- Riesgos por Otras cuestiones.
 - No existen riesgos por otras cuestiones, como desorden societario, cambios generacionales u otras características cualitativas internas o al amparo de matices no contemplados en los principales riesgos que fueran específicos de esta organización.

7. Proyección y Valoración.

En este apartado se simulan los ingresos previsionales a cinco años vista, con gastos propios de la actividad y otros generales a cualquier compañía.

Los porcentajes de crecimiento irán en función de las tasas de ocupación y las temporadas.

Las subidas en gastos se consideran en función de una subida de IPC real medio en torno al 2%, no obstante el IPC publicado mensual del sector hotelero para 2018 estuvo comprendido entre 1,7 y el 3%.

Empezamos nuestro análisis por la proyección anual, que recogemos en la siguiente tabla:

año 1 días /mes	Enero 31	Febrero 28	Marzo 31	Abril 30	Mayo 31	Junio 30	Julio 31	Agosto 31	Septiembre 30	Octubre 31	Noviembre 30	Diciembre 31	TOTAL ANUAL
Temp. Extra alta				51.840,00									51.840,00
Temp. Alta				24.570,00	42.315,00								66.885,00
Temp. Media			35.805,00			34.650,00			34.650,00	35.805,00			140.910,00
Temp. Baja	26.040,00	23.520,00					26.040,00	26.040,00			25.200,00	26.040,00	152.880,00
Total ingresos sin IVA	26.040,00	23.520,00	35.805,00	76.410,00	42.315,00	34.650,00	26.040,00	26.040,00	34.650,00	35.805,00	25.200,00	26.040,00	412.515,00
IVA Repercutido (10%)	2.604,00	2.352,00	3.580,50	7.641,00	4.231,50	3.465,00	2.604,00	2.604,00	3.465,00	3.580,50	2.520,00	2.604,00	41.251,50
Total Ingresos	28.644,00	25.872,00	39.385,50	84.051,00	46.546,50	38.115,00	28.644,00	28.644,00	38.115,00	39.385,50	27.720,00	28.644,00	453.766,50
Booking (15% s/ 90% vtas)	3.515,40	3.175,20	4.833,68	10.315,35	5.712,53	4.677,75	3.515,40	3.515,40	4.677,75	4.833,68	3.402,00	3.515,40	55.689,53
Otras webs (10% s/ 10% vtas)	260,40	235,20	358,05	764,10	423,15	346,50	260,40	260,40	346,50	358,05	252,00	260,40	4.125,15
Alquiler	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	6.000,00	72.000,00
Luz	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	2.500,00	30.000,00
Agua	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	12.000,00
Lavandería	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	2.000,00	24.000,00
Personal	4.600,00	4.600,00	4.600,00	6.400,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	4.600,00	57.000,00
Seguridad Social	1.748,00	1.748,00	1.748,00	2.432,00	1.748,00	1.748,00	1.748,00	1.748,00	1.748,00	1.748,00	1.748,00	1.748,00	21.660,00
Productos de Limpieza	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	12.000,00
Amenities	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	700,00	8.400,00
Gestoría	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	400,00	4.800,00
Telefonía e internet	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Seguridad	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Prev. Riesg. Lab.	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	2.400,00
Ascensores	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	100,00	1.200,00
Seguros	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	300,00	3.600,00
Mant. Incendios	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	350,00	4.200,00
Imprevistos, reparac. Y mejoras	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	12.000,00
Mantenimiento Instalaciones	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	600,00	7.200,00
Web y publicidad	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	900,00	10.800,00
Total gastos sin IVA	27.473,80	27.108,40	28.889,73	37.261,45	29.833,68	28.722,25	27.473,80	27.473,80	28.722,25	28.889,73	27.352,00	27.473,80	346.674,68
IVA Soportado (21% Y 10%)	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	3.470,50	41.646,00
IRPF Alquiler	-1.140,00	-1.140,00	-1.140,00	-1.140,00	-1.140,00	-1.140,00	-1.140,00	-1.140,00	-1.140,00	-1.140,00	-1.140,00	-1.140,00	-13.680,00
Impuesto de Sociedades	-358,45	-897,10	1.728,82	9.787,14	3.120,33	1.481,94	-358,45	-358,45	1.481,94	1.728,82	-538,00	-358,45	16.460,08
Total Pagos	29.445,85	28.541,80	32.949,04	49.379,09	35.284,51	32.534,69	29.445,85	29.445,85	32.534,69	32.949,04	29.144,50	29.445,85	391.100,76
F.C.F. (TESOERERÍA LIBRE)	-801,85	-2.669,80	6.436,46	34.671,91	11.261,99	5.580,31	-801,85	-801,85	5.580,31	6.436,46	-1.424,50	-801,85	62.665,74

Hemos realizado esta previsión para el primer año de actividad considerando lo recogido en el punto 4.1 anterior, es decir, que la temporada media abarca los meses de mayo, junio y julio; la temporada alta, el mes de Agosto; la temporada extra alta coincide con la Semana Santa y Feria de Sevilla y, por último, la temporada baja, que abarca el resto del año.

Para este primer ejercicio consideramos una posición pesimista (excepto para el período de temporada extra alta, que consideraremos una ocupación del 60%), que supone una ocupación del 35% y unas necesidades de personal de 2 limpiadoras con un salario líquido de 900€ cada una, de una recepcionista con un salario líquido de 1.300,00€, además del salario del jefe del hotel, que asciende a 1.500,00€ líquido.

Se observa que la tesorería sería positiva en los meses de temporada media, alta y extra alta. Por el contrario, en los meses de temporada baja se produciría un déficit en la tesorería.

Seguidamente vamos a realizar una proyección a cinco años, considerando una posición pesimista para el año 1, lo que implica un 35% de ocupación; una posición media para el ejercicio 2, que implica una ocupación del 45%; y una posición optimista a partir del tercer año, con ocupaciones que van del 60% en adelante.

Los resultados se reflejan en la siguiente tabla:

	año 1	año 2	año 3	año 4	año 5
ocupación	35%	45%	60%	65%	68%
Temp. Extra alta	51.840,00	38.880,00	51.840,00	56.160,00	58.752,00
Temp. Alta	66.885,00	85.995,00	114.660,00	124.215,00	129.948,00
Temp. Media	140.910,00	181.170,00	241.560,00	261.690,00	273.768,00
Temp. Baja	152.880,00	196.560,00	262.080,00	283.920,00	297.024,00
Total ingresos sin IVA	412.515,00	502.605,00	670.140,00	725.985,00	759.492,00
IVA Repercutido (10%)	41.251,50	50.260,50	67.014,00	72.598,50	75.949,20
Total Ingresos	453.766,50	552.865,50	737.154,00	798.583,50	835.441,20
Booking (15% s/ 90% vtas)	55.689,53	67.851,68	90.468,90	98.007,98	102.531,42
Otras webs (10% s/ 10% vtas)	4.125,15	5.026,05	6.701,40	7.259,85	7.594,92
Alquiler	72.000,00	73.440,00	74.908,80	76.406,98	77.935,12
Luz	30.000,00	30.600,00	31.212,00	31.836,24	32.472,96
Agua	12.000,00	12.240,00	12.484,80	12.734,50	12.989,19
Lavandería	24.000,00	24.480,00	24.969,60	25.468,99	25.978,37
Personal	57.000,00	66.000,00	92.400,00	103.200,00	129.600,00
Seguridad Social	21.660,00	25.080,00	35.112,00	39.216,00	49.248,00
Productos de Limpieza	12.000,00	12.240,00	12.484,80	12.734,50	12.989,19
Amenities	8.400,00	8.568,00	8.739,36	8.914,15	9.092,43
Gestoría	4.800,00	4.896,00	4.993,92	5.093,80	5.195,67

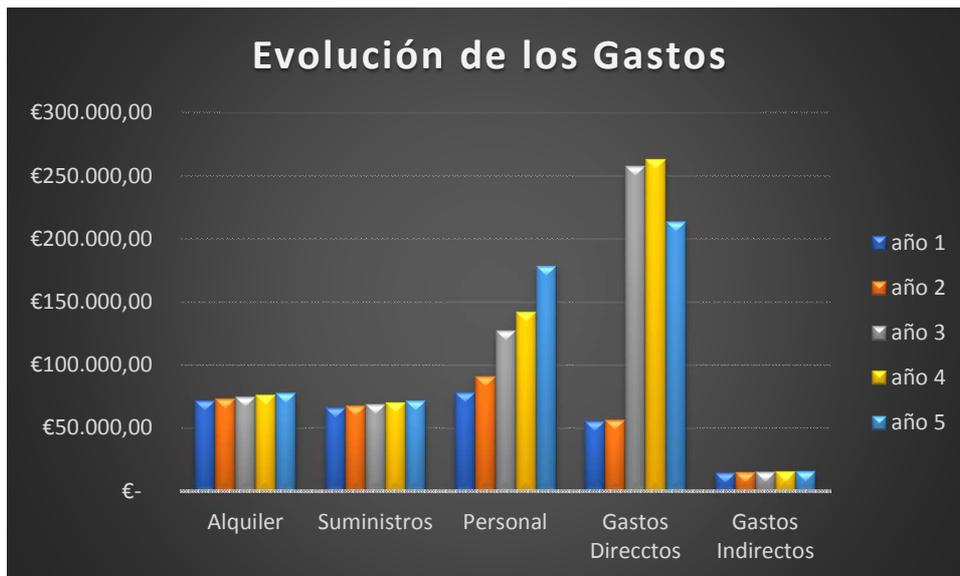
Telefonía e internet	1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92
Seguridad	2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84
Prev. Riesg. Lab.	2.400,00	2.448,00	2.496,96	2.546,90	2.597,84
Ascensores	1.200,00	1.224,00	1.248,48	1.273,45	1.298,92
Seguros	3.600,00	3.672,00	3.745,44	3.820,35	3.896,76
Mant. Incendios	4.200,00	4.284,00	4.369,68	4.457,07	4.546,22
Imprevistos, reparac. Y mejoras	12.000,00	12.240,00	212.484,80	216.734,50	166.574,69
Mantenimiento Instalaciones	7.200,00	7.344,00	7.490,88	7.640,70	7.793,51
Web y publicidad	10.800,00	11.016,00	11.236,32	11.461,05	11.690,27
Total gastos sin IVA	346.674,68	376.321,73	641.293,58	672.627,33	667.922,22
IVA Soportado (21% Y 10%)	41.646,00	42.478,92	85.328,50	87.035,07	77.331,93
IRPF Alquiler	-13.680,00	-13.953,60	-14.232,67	-14.517,33	-14.807,67
Impuesto de Sociedades	16.460,08	31.570,82	7.211,61	13.339,42	22.892,45
Total Pagos	391.100,76	436.417,86	719.601,01	758.484,49	753.338,92

F.C.F. (TESOERERÍA LIBRE)	62.665,74	116.447,64	17.552,99	40.099,01	82.102,28
----------------------------------	------------------	-------------------	------------------	------------------	------------------

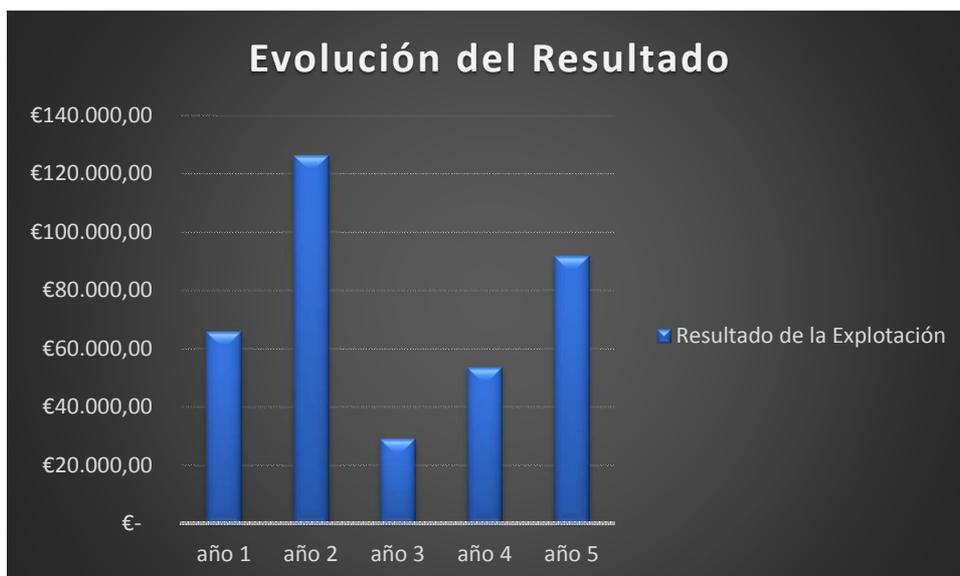
Situación gráfica de Ingresos por años:



Situación Gráfica de gastos agrupados por año:



Así como la evolución del resultado, debido a las inversiones y mejoras constantes:



En este escenario se observa que la tesorería es siempre positiva, con una evolución al alza muy importante entre el primer ejercicio y el segundo, una caída en el tercer ejercicio y una nueva mejora a partir del cuarto. Este movimiento tan pronunciado a la baja entre el segundo y tercer ejercicio se debe a que a partir del tercer ejercicio se destina un mayor importe a imprevistos en reparaciones y mantenimiento.

8. Conclusiones.

El proyecto será viable siempre que las desviaciones no sean significativas y no existan circunstancias ajenas al promotor, como arreglos de calles o situaciones de riesgo país como atentados o movimientos políticos (caso de Cataluña).

9. Apéndices y anexos:

- 9.1. Datos de la empresa Promotora:
 - Escritura de Constitución.
 - Modelos 200 del Impuestos de Sociedades de los dos últimos años.
 - Modelos 303 de IVA de los 4 últimos trimestres.
 - Modelo 390 del último ejercicio.
 - Modelos 111 de IRPF.
 - Cuentas anuales comparativas de los últimos 4 años.
 - Certificado de estar al corriente con la Hacienda Pública.
 - Certificado de estar al corriente con la Seguridad Social.
 - Certificado de estar al corriente con la Hacienda Autonómica.
- 9.2. Estudio sobre la tendencia en el sector Hotelero.
 - Datos Booking.
 - Datos INE.
- 9.3. Estudio sobre la competencia en la zona de influencia.
 - Estudio de precios de los hoteles de la zona.
- 9.4. Análisis Financiero de la Empresa Promotora.