

A close-up photograph of a banana flower (inflorescence) hanging from a stem. The flower is dark purple and surrounded by brown, dried bracts. The background is a blurred banana plantation with green leaves and brown trunks.

CÓMO POTENCIAR UNA FINCA PLATANERA POR MEDIO DEL TURISMO

Ecohotel Trinidad

Virginia Candelaria Dorta Luis

Trabajo de Fin de Máster

Autora: **Virginia Candelaria Dorta Luis** graduada en Ingeniería de Diseño Industrial y Desarrollo de Productos.

Tutores: Cecile Meier y Bernardo Candela Sanjuán

Escuela de Doctorado y Estudios de Posgrado

Máster en Innovación y Diseño para el Sector Turístico

Fecha: Septiembre 2019



Agradecimientos

A mi abuelo por inspirarme a emprender aunque cueste.

A mi familia por ayudarme en cada paso que doy.

A los profesores por enseñarme a entender la industria más importante de las islas.

A todos, gracias.

Índice

Capítulo 1: Introducción 6

Introducción 7
Definición del problema 8
Justificación del proyecto 9
Hipótesis 9
Objetivos 10
Metodología 11

Capítulo 2: investigación 12

Antecedentes y estado de la cuestión 13
Aproximación de ideario exótico de canarias 14
Ejemplos de turismo y agricultura
Descripción y ubicación de la finca del caso de estudio 21
Cartografía y datos de la parcela 24
Viabilidad legal 27
Entrevista con el cliente 28

Capítulo 3: Análisis del contexto 30

Proceso del cultivo de plátano 31
Análisis del destino 31

Capítulo 4: Desarrollo de la propuesta 34

Brainstorming - finca platanera 35
Generación de ideas 36
Desarrollo propuestas principales 37
Elección de la propuesta 38

Capítulo 5: Viabilidad social 40

Capítulo 6: Proyecto 46

Introducción 47
Moodboard 47
Descripción técnica de la finca 49
1. Vivienda 49
2. Zonas comunes 52
3. Habitaciones 54
4. Cafetería 59
5. Exteriores 59

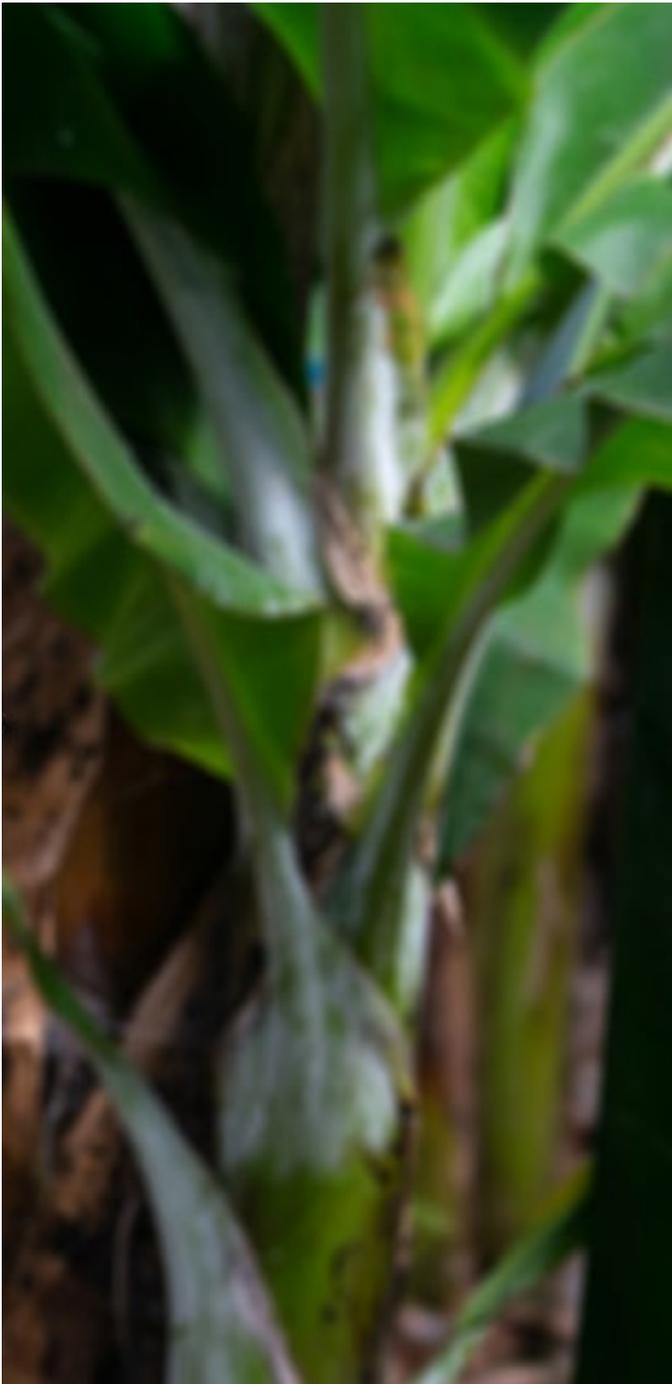
Capítulo 7: Viabilidad técnica 64

Capítulo 9: Viabilidad económica 68

Capítulo 10: Bibliografía e Ilustraciones 71

Anexo I: Tablas viabilidad social 76

Anexo II: Planimetría e Infografías 88



RESUMEN

Hoy en días la platanera es unos de los principales símbolos de la identidad canaria. Sin embargo, no siempre ser agricultor resulta rentable. Desde la innovación cada día se buscan nuevas formas de unir la agricultura con el turismo. Este trabajo aborda la vinculación entre la agricultura y el turismo por medio de un caso práctico, Ecohotel Trinidad. Un lugar donde disfrutar de la naturaleza, la buena comida y la tranquilidad. Todo esto dentro de un ambiente cubano que nos devuelve a la antigua canarias de nuestros abuelos, tan exótica y nostálgica.

ABSTRACT

Nowadays, the banana plantation is considered as a symbol of the Canary identity. However, being a grower is not worth it in every case. In that sense, we are always looking for new ways of joining tourist and agriculture sectors, both from the perspective of innovation. This work join agriculture and tourist in a practice case, the Eco-hotel Trinidad. An ideal place to enjoy nature, good food and peace. Everything in a Cuban inspired environment that led us to the former land of our grandparents, the exotic and sentimental Canary Islands.



Capítulo 1: INTRODUCCIÓN

INTRODUCCIÓN

En Canarias la mayor parte de la agricultura que se produce proviene del plátano. Esta fruta es la forma de vida de aproximadamente 8.000 agricultores isleños. Sobre todo, en Tenerife, Gran Canaria y La Palma. Esta característica ha hecho que la platanera se convierta en uno de los símbolos principales de las islas. Gran parte de la identidad canaria hace referencia a esta fruta.

Esto se puede observar en las numerosas campañas de comunicación que lleva a cabo el archipiélago en otros países con el objetivo de atraer turismo. También aparece en la gastronomía del lugar donde muchos de los platos típicos se acompañan con esta fruta.

El plátano es uno de los sectores competitivos de Canarias. La superficie cultivada en todo el archipiélago asciende a unas 9.000 hectáreas. Es por esto por lo que se generan unos 12.000 empleos directos e indirectos anualmente [1].

Uno de los principales inconvenientes de esta industria es que en algunos casos no es rentable por sí sola y necesita nutrirse de numerosas subvenciones para subsistir. Esto ocurre principalmente con los pequeños agricultores. Por todo esto, se ha decidido investigar qué posibles soluciones se podrían dar a un agricultor para que introduciendo el turismo en su finca pueda mejorar sus ingresos.

Existen algunas explotaciones plataneras canarias con pequeñas innovaciones en distintos aspectos. Más centrado en el turismo, la gran mayoría se dedica a realizar pequeñas rutas guiadas por el interior de la plantación. Al final de la visita se obsequia con una degustación de productos típicos de la zona. Esto ocurre sobre todo en la zona sur de la isla donde el número de turistas es mayor. La zona norte se centra más en el cultivo.

Para este proyecto se toma como caso de estudio una finca platanera ubicada en Icod de los Vinos, Tenerife. Esta posee gran potencial turístico al encontrarse cerca de la playa del municipio. Además, en el medio de la finca se encuentra una casa histórica de la época colonial. Los recursos y restricciones de la plantación sirven para poder estudiar un caso real.

DEFINICIÓN DEL PROBLEMA

El problema erradica en que muchas de las fincas plataneras canarias, hoy en día no obtienen grandes beneficios. Estas subsisten gracias a las subvenciones del Estado. Este problema se agrava mucho más cuando nos encontramos ante fincas con una orografía compleja de trabajar lo cual dificulta mucho el trabajo y hace casi imposible que los trabajadores quieran labrar el terreno. Esto ocurre con la finca que vamos a investigar la cual tiene una distribución en bancales.

Este problema afecta directamente a los dueños de las propiedades y a los trabajadores de éstas, los cuales acaban teniendo unas condiciones de vida muy precarias con sueldos bajos. Por otro lado, de forma indirecta afecta a toda la sociedad canaria debido a que se pierde uno de los principales símbolos de identidad del archipiélago como es el plátano de Canarias. Esto provoca que el paisaje se desmerezca.

Culturalmente se trata de pérdida una progresiva de los elementos de identidad de un pueblo, en este caso el canario. Esto se produce debido a que la sociedad va evolucionando y ciertas industrias terminan absorbiendo a otras como ocurre en las islas con el turismo.

Las principales evidencias se ven cuando acudimos a imágenes de los años sesenta y setenta de Canarias y nos damos cuenta de que se ha perdido gran parte de la superficie cultivada. No sólo platanera, sino de muchos otros productos. Este fenómeno cada vez avanza más rápido. Lo que antes en el sur de las grandes islas eran plantaciones de plátanos ahora son *resorts* de lujo. El objetivo es conseguir un equilibrio entre el turismo y la economía local.

El **agroturismo** se presenta como una alternativa sostenible. Éste consiste en un conjunto de servicios que un agricultor da al turista en complemento de su actividad principal. Con esto el turista tiene la posibilidad de conocer las tradiciones, labores y costumbres que se dan en el campo. El agroturismo puede conllevar alojamiento o no. Se trata de un servicio de actividades que ayudan a conocer mejor el entorno e introducen al turista dentro de la propia comunidad. Gracias a esto el agricultor puede verse beneficiado directamente de esta industria.

Por otro lado, el **turismo rural** también es una alternativa. Se trata de aquella actividad encargada de dar servicios de alojamiento a un público que busca quedarse en un entorno rural, es decir, en un lugar donde disfrutar de la naturaleza y estar cerca de la población local.

Lo que se pretende es conseguir un **turismo sostenible**, una actividad turística que no sólo se preocupa por la producción y los beneficios del turismo, sino que busca mecanismos que reduzcan los impactos de la industria en el planeta. No sólo a nivel medioambiental sino también de continuidad de la identidad del destino. En definitiva, se pretende dar un servicio de calidad respetando el lugar en el que vivimos y sin invadir las costumbres de los demás.

El **ecoturismo** es un término que se asemeja mucho al turismo sostenible, no obstante, este de define desde el punto de vista del turista, no de la empresa. Es por esto por lo que se habla de ecoturismo como de la realización de viajes en los que el turista sea capaz de conservar el medio ambiente, la cultura y el bienestar de la población local. Este tipo de turismo también resulta de gran interés y se estudiará a lo largo del proyecto.

PALABRAS CLAVE: Agroturismo, turismo sostenible, ecoturismo, gastronomía, plátano, identidad, Tenerife.

JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto se ha querido llevar a cabo debido a que se trata de un caso real que afecta a muchos canarios. Además, es un tema del que se habla día a día en las cooperativas plataneras. ¿Cómo conseguir un equilibrio entre la agricultura y el turismo?

Hace varios años se han llevado a cabo distintas políticas para favorecer sinergias entre ambos sectores como el proyecto “Crecer Juntos” impulsado por el Gobierno de Canarias. Gracias a este plan se consiguió en 2017 un aumento del consumo de los vinos, quesos y carnes de las islas [2].

Además, en Canarias en el último año se han producido niveles récord de producción de plátano. No obstante, el mercado no ha sido capaz de absorber toda la oferta. Esto provoca que los agricultores comiencen a buscar nuevas fórmulas para mejorar sus ingresos [3].

Para este proyecto se ha escogido como caso de estudio una finca que es potencialmente vulnerable debido a la forma del terreno. Se distribuye en bancales lo cual provoca que la forma de trabajar la platanera conlleve gran dificultad física. Con una superficie aproximada de 14.000 metros cuadrados [4], en la zona costera del municipio de Icod de los Vinos.

La parte norte de Tenerife se caracteriza por su paisaje rural. En esta zona la principal actividad turística desarrollada es el turismo rural. Aunque actualmente las viviendas vacacio-

nales también se encuentran en auge.

Otro de los puntos fuertes de esta vertiente de la isla es la gastronomía. Numerosos restaurantes con comida típica conforman una oferta singular muy atractiva para los visitantes.

A pesar de que sólo se estudie una finca, se espera que esta propuesta pueda servir de ejemplo a futuros agricultores con condiciones similares a las del caso de estudio.

En definitiva, se trata de buscar distintas formas de conseguir un turismo más sostenible que favorezca el crecimiento de otros sectores industriales canarios. Se debe ver al turista como un aliado y no como un invasor. Este proyecto se centra en la búsqueda de soluciones turísticas innovadoras para el sector platanero.

HIPÓTESIS

Atendiendo a las nuevas tendencias en el agroturismo, donde existe un binomio turismo - agricultura, se plantea la hipótesis de que implementando actividades turísticas e innovaciones en este sector se aumentan los beneficios económicos de las fincas plataneras haciéndolas sostenibles económicamente.

OBJETIVOS

Objetivo principal

Implantar un nuevo modelo de negocio en una finca platanera orientado al turismo que consiga ser económicamente sostenible.

Objetivos específicos

Proponer un modelo de negocio sostenible y duradero.

Desarrollar una propuesta comprometida con el planeta desarrollando políticas medioambientales.

Realizar una proposición innovadora, productiva y eficaz. Esto quiere decir que pueda implementarse de forma sencilla y sin gran esfuerzo económico.

Conseguir que el proyecto sea atractivo tanto para el turismo local como el foráneo.

Orientar el modelo de negocio hacia un turismo de calidad concienciado con el cuidado y el respeto al entorno. No se orientará en ningún caso hacia un turismo de masas.

Potenciar de forma indirecta otros negocios locales de la zona que puedan nutrir al diseñado y así, crecer de forma conjunta por medio de la cooperación.



Ilustración 1. Vendedor de plátanos.

METODOLOGÍA

La metodología utilizada para la elaboración del proyecto ha consistido en varias fases.

En la **investigación** se desarrolló una primera parte de **revisión bibliográfica o documental** donde se llevaron a cabo distintas técnicas como análisis documental, estudio casos (diez casos de ámbito nacional y uno de ámbito internacional) y estudio de tesis.

Finalizada la parte documental se desarrolló un **estudio de campo** vinculado a la finca objeto de estudio. Se llevaron a cabo entrevistas nos estructuradas, visitas al lugar, toma de fotografías y visitas a museos relacionados con el plátano. Además, se realizó la viabilidad legal de la parcela con el fin de saber las restricciones de construcción y desarrollo de servicios en el lugar.

La tercera fase se centró en el desarrollo de las propuestas. Se llevó a cabo una primera parte de ideación. Esta comenzó con una primera fase de técnicas de *Design Thinking* como *Brainstormig*. Estas se fueron desarrollando y filtrando hasta conseguir una buena propuesta. Tras ello se realizó la viabilidad social para estudiar si la propuesta escogida era la correcta. Para esto se utilizaron herramientas de diseño de servicios como *Blueprint*, Mapa de Empatía, *Storyworld*, *Mapping the Service Ecology*, *Storyboard* o *(Re)Define the Proposition*; Herramientas para analizar el entorno como Análisis DAFO; Finalmente, un Análisis del Modelo de Negocio o CANVAS.

Se terminó con la elaboración de la propuesta. Para ello fue necesaria una definición de la misma, elección de la temática, distribución espacial, definición de usos, planimetría, modelado 3D, elección de materiales, elección de mobiliario, elección de iluminación, renders, viabilidad técnica y viabilidad económica.



Capítulo 2: INVESTIGACIÓN

ANTECEDENTES Y ESTADO DE LA CUESTIÓN

Actualmente las tendencias turísticas y el propio turista están cambiando. Vivimos en una sociedad que empieza a concienciarse acerca de términos como sostenibilidad y respeto por el medio ambiente, puesto que vemos que en el planeta los recursos son limitados. Es por esto por lo que cada vez existe una mayor concienciación del impacto ambiental del turismo. Este tema se encuentra en debate constante. Se trata de conseguir que el visitante cause el menor impacto en el lugar en el que se asienta y que sea capaz de enriquecerlo. Es ahí donde entra el ecoturismo y agroturismo, dos tendencias que actualmente comienzan a despuntar ya que no solo cuidan el medio, sino que atraen un tipo de cliente mucho más respetuosos con la cultura y las personas del lugar que visitan.

Las tendencias en el consumo turístico son [25]:

- Calidad como punto fundamental de los productos y destinos turísticos.
- Nuevos consumidores más autónomos, con formación y más exigencias.
- Nuevos productos que consiguen diversificar el consumo y las experiencias turísticas.
- Fuerte preocupación por el medio ambiente y los efectos que el turismo pueda causar en él.

En Tenerife existen algunos casos de agroturismo, sin embargo, el ecoturismo más extendido es el caso del turismo rural. El norte de la isla se encuentra lleno de alojamientos rurales que ofertan tranquilidad y contacto con el medio ambiente.

Según el estudio El Turismo Rural en el Desarrollo Local realizado por el profesor de la Universidad de La Laguna Carlos Fernández Hernández [5]: "En Canarias, al igual que en el conjunto del Estado, se cuenta con un desarrollo del turismo rural reciente, aunque importante, impulsado intensamente a partir de diversas políticas públicas, en las que han tenido un protagonismo decisivo los fondos de la Unión Europea. El desarrollo local ha sido un notable factor de ayuda en la implantación de estas actividades, importando una intensa dotación de medios y esfuerzos para configurar operaciones de base local, jugando un destacado papel las asociaciones del sector."

Esto quiere decir que se quiere favorecer este tipo de turismo tanto desde las organizaciones públicas como desde los propios ciudadanos. Sin duda, un momento próspero y con facilidades para este tipo de turismo.

APROXIMACIÓN DE IDEARIO EXÓTICO DE CANARIAS

Para poder entender mejor el vínculo de la sociedad canaria y, a su vez, del turista con el plátano se hace una breve introducción a la historia del plátano en Canarias.

El plátano canario o *cavendish* (la variedad del plátano que se cultiva en las islas) apareció en Canarias en el siglo XV. Fue traído por los portugueses desde África Occidental para poder alimentar a los marineros puesto que se trataba de una fruta con un alto nivel de proteínas lo cual daba mucha energía.

Más adelante, con la revolución industrial, Canarias jugó un papel estratégico lo cual dio paso a la exportación del plátano hacia Europa, sobre todo a Gran Bretaña. No obstante, en el siglo XX se introdujo la banana procedente de América y el plátano isleño comenzó a caer.

Los agricultores canarios también tuvieron que luchar contra las inclemencias meteorológicas de las islas puesto que la planta necesita unos 15 litros de agua diarios. Es por esto por lo que se aprobó la construcción de embalses y aparecieron numerosos sistemas de riego.

A principios del siglo XX la producción se mantenía, aunque no con grandes ingresos. Sin embargo, la guerra civil española dio un nuevo azote a los cultivos ya que se prohibió la exportación a otros países.

Parece que el mercado mejoró tras la Segunda Guerra Mundial y poco a poco el plátano de Canarias fue consolidándose en el consumo habitual de españoles y europeos. Gracias a la

gestión de los agricultores canarios, la organización de los sistemas de empaquetado y la elaboración de una marca común, se ha conseguido que hoy en día el plátano de Canarias pueda competir perfectamente con los americanos. Si bien es cierto que es más caro, pero gracias a su mayor calidad aún sigue en los hogares de muchas familias del mundo. Gracias a esto ha conseguido el sello de Indicación Geográfica Protegida (IGP), siendo el único plátano en el mundo que ha conseguido este tipo de reconocimiento y protección y que lo acredita como un producto único.

Canarias siempre ha tenido una fuerte relación con América Central y, sobre todo, con Cuba. Esto se puede reconocer en numerosos textos como el de Contrapunteo Cubano del Tabaco y el Azúcar [6] donde Bronislaw Malinowski en el prólogo del libro cita lo siguiente:

“He conocido y amado a Cuba desde los días de una temprana y larga estancia mía en las islas Canarias. Para los canarios Cuba era la “tierra de promisión”, adonde iban los isleños a ganar dinero para retomar a sus nativas tierras en las laderas del Pico de Teide o alrededor de la Gran Caldera, o bien para arraigarse de por vida en Cuba y sólo volver a sus patrias islas por temporadas de descanso, tarareando canciones cubanas, pavoneándose con sus modales y costumbres criollas y contando maravillas de la tierra hermosa donde señorea la palma real, donde extienden su infinito verdor los cañaverales que dan el azúcar y las vegas que producen el tabaco”.

Si Malinowski, el padre de la antropología social moderna, miraba a Cuba a través de su visión de Canarias, algo de cierto habrá en la identificación que la opinión común hace de esas islas.



Ilustración 2: Canarios llegando a Cuba[8].

Durante el siglo XIX y XX fueron muchos los canarios que emigraron a Las Antillas, en concreto Cuba, Venezuela, México o Colombia. Este continuo ir y venir de pasajeros ha impregnado ambas culturas. Esto se observa en la arquitectura, la música, las fiestas o el habla.

Según Carmen Ortíz Díaz del Departamento de Antropología de CSIC de Madrid [7], Canarias constituye el primer ensayo colonial español. Esto quiere decir que la mayoría de los elementos que se implantaron en la conquista de América, fueron probados en un primer momento en las islas.

A lo largo de la historia se han ido dando diversas similitudes y conexiones entre ambos territorios.

Por un lado, los esclavos. En ambos lugares la conquista fue relativamente sencilla. Los aborígenes del lugar pasaron a ser sometidos por la población española. Ambos pueblos sufrieron situaciones similares de dominación por el mismo pueblo. En los dos territorios la población aborigen disminuyó en gran medida y hubo que repoblar con esclavos traídos desde el continente africano. En el caso de Centroamérica, Canarias jugó un papel fundamental como punto distribuidor de esclavos hacia el nuevo continente. Esto provocó que en las islas se diera una mezcla cultural muy parecida a la que se produjo en América conocida como criollización.

Otra fuerte seña de identidad se observa en la caña de azúcar. Esta se convierte en el símbolo más fuerte del paisaje cubano. Sin embargo, fue llevada desde el archipiélago. A lo largo del siglo XVI Canarias constituía el centro neurálgico de producción de caña de azúcar. Poco a poco los cultivos fueron mermando puesto que era poco rentable su cultivo. Actualmente ¹⁵



Ilustración 3: Emigrantes canarios partiendo hacia Cuba[9].

se sigue plantando sobre todo en la isla de La Palma, mientras que en el Caribe aún se produce en grandes cantidades.

Otras plantas que se comercializaban en Canarias como la cochinilla y el tabaco jugaron un papel fundamental en el comercio y producción en Las Antillas. El tabaco se convierte en seña de identidad de diversos territorios como Cuba o México. Esto crea fuertes raíces con las islas de las que se exportó el sistema de cultivo. En concreto, la isla de La Palma se encuentra fuertemente arraigada a estos acontecimientos. Fiestas como las de Los Indianos conmemoran la llegada de emigrantes canarios desde Cuba que habían ido a enseñar a trabajar las tierras a los colonos y aborígenes de la otra isla.

Junto al vino se exporta también el plátano desde las islas. Desde aquel momento hasta la actualidad esta planta ha estado estrechamente ligada a la imagen de Canarias. En Cuba, al igual que en Canarias se introduce la fruta inicialmente gracias a que se trata de un alimento altamente nutritivo que sirve para abastecer a los esclavos.

Yendo un poco más allá se podría pensar que la conversión tanto de las Canarias como de las Antillas en las islas de la fruta y el azúcar en paraísos turísticos en la actualidad no es más que el mismo ideario que pone Occidente sobre ambos territorios. En definitiva, se podría pensar que aún prevalece la lógica de la colonia.

En conclusión, existen numerosas conexiones entre el Caribe y Canarias tanto históricas como culturales. Esto hace que ambos pueblos compartan gran cantidad de similitudes. La historia ha hecho que la relación entre ambos territorios sea prácticamente indisoluble.

EJEMPLOS DE TURISMO Y AGRICULTURA

Se lleva a cabo un recorrido por los tipos de negocios relacionados con el sector agrícola y turístico directamente. Gracias a estos ejemplos se puede observar qué está haciendo la competencia en estos casos. Es por esto por lo que la mayoría de los ejemplos tratan sobre el archipiélago canario.

Se buscan otros ejemplos innovadores que pueden servir de referentes en el resto de España y fuera del país.

A) Ejemplos de turismo y agricultura en Canarias.

1. Finca las Margaritas, Sur de Tenerife [3]. La finca Las Margaritas es un invernadero de plátanos situado en el sur de Tenerife. Además de producir plátanos ofrece rutas guiadas a la finca. El turista conoce como se cultiva la fruta, las herramientas utilizadas en el proceso y hace una pequeña degustación sobre el producto. Al final de la visita se pueden comprar distintos souvenirs relacionados con el plátano canario. Cada visita tiene un coste aproximado de 5 euros por persona.



Ilustración 4: Finca Las Margaritas.

2. Aloe Park Tenerife, Sur de Tenerife [11]. Aloe Park es un parque temático en el que se encuentran numerosas plantas autóctonas de las islas. Se puede hacer una visita guiada o por libre observando todos los tipos de vegetales que se dan en Canarias. Entre ellas se encuentra la platanera y, por consiguiente, el plátano de Canarias. Se hace una pequeña ruta y se enseña cómo se cultiva esta fruta. Además, tienen una pequeña colección de instrumentos de labranza antiguos que ayudan a conocer las formas de cultivo de hace varios años en las islas.

3. Agroturismo la Gayria, Fuerteventura [12]. La finca la Gayria se trata de un alojamiento rural con huertas y animales a su alrededor. Este tipo de agroturismo no se centra en el plátano sino en cualquier tipo de vegetales que se dan en la zona. Está situado en Fuerteventura y ofrece una experiencia de alojamiento distinta. Podrás quedarte en una de las casas de la finca y disfrutar del cuidado de los animales y del campo en un entorno singular.

4. Finca Punta del Lomo, Sur de Tenerife [13]. La finca Punta del Lomo también se encuentra en el sur de Tenerife. Esta tiene un enfoque distinto a las anteriores. Ofrece la realización de eventos o alojamiento. En este caso se utiliza el paisaje platanero como elemento decorativo y de intimidad. En la finca se realizan todo tipo de eventos. También da alojamiento en varias de sus pequeñas casas rurales. Por supuesto, todo esto se combina con el cultivo del plátano.



Ilustración 5: Aloe Park Tenerife.



Ilustración 6: Agroturismo la Gayria.



Ilustración 7: Finca Punta del Lomo.



Ilustración 8: Hotel Rural El Navío.



Ilustración 9: Ecofinca Platanológico.



Ilustración 10: Finca La Pila.

5. Hotel Rural El Navío [14]. El Hotel Rural el Navío ofrece un alojamiento íntimo y tranquilo dentro de una finca platanera. Gracias a esto se puede disfrutar de tranquilidad e intimidad. Además de sentirte más cercano a los locales y la comunidad. Un enclave singular que aporta un valor añadido.

6. Ecofinca Platanológico, La Palma [15]. La Ecofinca Platanológico, situada en la isla de La Palma, parte de un concepto de formación hacia una agricultura ecológica. Se trata de una de las primeras fincas en canarias que ha conseguido eliminar el uso de insecticidas en su totalidad. Esto ha sido posible gracias a que se han añadido distintas plantas dentro del ecosistema. La finca ofrece rutas guiadas por la finca enseñando la forma en la que se cultiva de forma sostenible. Además, se aprende sobre inventos sostenibles, como por ejemplo un horno solar.

7. Finca La Pila, La Gomera [16]. La finca La Pila en la isla de La Gomera se define como un entorno tranquilo donde lo que premia es la agricultura sostenible. Toda su filosofía se centra en el cuidado del medio ambiente y las personas. Como complemento ofrecen rutas turísticas en algunos meses del año.

8. Bodegas Monje [17]. La Bodegas Moje son un ejemplo de agricultura unida a la restauración. Se trata de unos viñedos que además de producir uno de los mejores vinos de la isla, poseen un restaurante dentro de la finca en el que sirven carnes y platos típicos de la zona. Además, tiene una sala de eventos donde a menudo celebran conferencias y distintos actos. También realizan visitas guiadas donde enseñan el cultivo de la vid. Por último, son punteros en el desarrollo de actividades turísticas conjuntas, esto quiere decir que se han asociado a otras empresas y ofrecen conjuntos de distintas experiencias como visita al Teide, al museo del vino y a las bodegas monje por un precio más reducido.



Ilustración 11: Bodegas Monje.

B) Ejemplos de Agroturismo en España:

1. Agroturismo Albergue Alto Miera, Cantabria [18]. Este alojamiento situado en las montañas de Cantabria ofrece una experiencia agroturística al cien por cien. Se trata de un matrimonio con varias hectáreas de terreno agrícola y animales que viven en una gran casa. Parte de esta la alquilan como albergue. El turista no solo se hospeda, sino que puede disfrutar de la labranza del campo y el cuidado de los animales, así como de rutas de senderismo por la zona.

C) Ejemplos de agroturismo en otros lugares:

1. Montaione 4883, La Toscana, Italia [19]. En la zona de La Toscana en Italia existen numerosas fincas con grandes extensiones de tierra que tradicionalmente se han dedicado al cultivo de frutas u olivares. Se trata de grandes edificaciones que generación tras generación se han dedicado al campo. Es habitual que quienes vayan a visitar la zona, se hospeden en este tipo de casas donde se ofrece un alojamiento como los propios vecinos del lugar. Todo esto viene de la mano de distintas actividades tradicionales y degustación de la comida típica de la zona. Una forma de hacer turismo como si fueras de ese lugar.

D) Ejemplos de turismo culinario:

1. Huerta de Carabaña, Madrid [20]. Gastrobar con huerto propio. Se trata de una cocina desde el sabor, intentando que la mayoría de los productos que utilizan provengan de su huerto.

2. Lucía Freitas, Restaurante A Tafona, Santiago de Compostela [21]. Restaurante con una estrella michelín y su propio huerto de producción del que obtienen la mayoría de las hortalizas que utilizan.

3. Nivarina FlourPower [22]. Empresa con sede en San Miguel de Abona, Tenerife que se dedica a la elaboración de harina de plátano. Esta es obtenida tras un proceso de deshidratación de la fruta. Este alimento es muy beneficioso para la salud ya que es un complemento ideal para una dieta sana y, además sin gluten. También elaboran dulces y panes hechos con este alimento.

CONCLUSIONES

En Canarias predominan tres tipos de negocio ligados a la agricultura: rutas guiadas con una pequeña degustación, alojamientos en un entorno singular o fincas exclusivas para eventos. Fuera del archipiélago se puede ver ejemplos de lo que se define como agroturismo, es decir, alojamientos donde se ofertan una serie de experiencias de contacto con la naturaleza y el medio rural.

En términos generales el número de negocios turísticos ligados al sector agrícola aún no es muy numeroso. Esto se debe a que es un grupo que comienza a crecer en España. En otras regiones como Italia se observa un mayor número de oferta y demanda de este tipo de negocios.

Se trata de una alternativa rentable que aporta un plus de beneficios al sector agrícola. Si bien es cierto que en varias ocasiones se ha visto un cambio de negocio provocando que al final el turismo termine siendo la mayor fuente de ingresos mientras que la parte agrícola queda como una fuente de atractivo, es decir, acaba siendo un mero escenario para el turista.

Por otro lado, se observan pequeñas innovaciones más en la oferta específica que en la general. Por ejemplo, un lugar para eventos dentro de una finca platanera no es algo muy novedoso, no obstante, si en el lugar se ofertan una serie de actividades a lo largo del año como carreras solidarias, eventos deportivos relacionados con la fruta, actividades para niños de electrónica con plátano, talleres creativos para directivos de empresas que buscan un entorno de concentración, etc. Se trata de pequeñas actividades innovadoras que consiguen en

ganchar a distintos clientes.

Por último, se puede ver claramente que uno de los nichos de mercado más importante es el de la gastronomía puesto que se tiene una materia prima singular que puede ser explotada.



Ilustración 12: Agroturismo Albergue Alto Miera.



Ilustración 13: Montaione 4883, La Toscana, Italia.



Ilustración 14: Nivarina Flour Power.

DESCRIPCIÓN Y UBICACIÓN DE LA FINCA

La finca se encuentra muy cerca de la zona costera del municipio de Icod de los Vinos, Playa San Marcos. Está ubicada en lo alto de un acantilado. El desnivel con respecto al mar es aproximadamente cien metros. En la zona superior derecha posee una vivienda de estilo colonial con techos muy altos. Toda la finca está construida en bancales por los que se accede por numerosas escaleras.

La parte cultivable está cubierta por plataneras en un 95%. El resto se trata de plantas ornamentales y algún árbol frutal. Para poder acceder entre las distintas terrazas que conforman la parcela se han construido gran cantidad de paseos y escaleras. Estas son un denotado símbolo de identidad de la plantación.

En el punto más alto se ubica un estanque de agua que sirve para abastecer los cultivos. Desde este punto se tiene una vista de 360 grados del municipio de Icod de los Vinos debido a que no existen edificaciones ni elementos paisajísticos que impidan la visión.

La entrada a la parcela se hace por la parte más baja. Una gran puerta de hierro conduce hacia un paseo de tierra por el que puede entrar un vehículo con facilidad. Tras aproximadamente cien metros aparecen las escaleras que dan acceso a la vivienda.

Dirección: Camino Las Barandas 24, Playa San Marcos, Icod de los Vinos, 38430.



Ilustración 15: Cartografía catastral finca San Marcos[4].

La finca cuenta con otros cuatro inmuebles catalogados como cuartos de aperos. Esto quiere decir que están destinados al almacenaje de los elementos de labranza.

La vivienda, de estilo colonial, se encuentra en un estado de avanzado deterioro a pesar de que se le han realizado algunas reparaciones para mantener la estructura. Los acabados se observan bastante dañados. Sin embargo, al entrar en ella, aún se puede apreciar el estilo colonial en el que se inspiró el arquitecto que realizó el diseño. Con respecto a la distribución, existe una clara división entre las estancias de los dueños y las del servicio. Estas poseen su propio baño y tienen una salida directa al patio trasero.



Ilustración 17: Finca caso de estudio 1.



Ilustración 18: Finca caso de estudio 2.



Ilustración 19: Finca caso de estudio 3.



Ilustración 20: Finca caso de estudio 4.

CARTOGRAFÍA Y DATOS DE LA PARCELA

INFORMACIÓN CATASTRAL

Según los datos de la sede electrónica del catastro la finca tiene una superficie total del 14.072 metros cuadrados. La totalidad del terreno está catalogado como suelo rústico agrícola excepto la vivienda. Dicha construcción está protegida como vivienda de interés histórico para el municipio de Icod de los Vinos.

La referencia catastral de la parcela es 38022A00400047.



Información de parcelas e inmuebles



Parcela, a efectos catastrales, con inmuebles de distinta clase (urbano y rústico)
BO CAÑAS Polígono 4 Parcela 47
LAS SUERTES. ICOD DE LOS VINOS (CAÑAS LAS) (S.C. TENERIFE)
14.072 m²

INFORMACIÓN DE LOS INMUEBLES

38022A004000470000PU

Agrario | 162 m² | 2012

38022A004000470001AI BO CAÑAS Polígono:4 Parcela:47

Industrial | 18 m² | 100,00% | 2012



Ilustración 21: Información catastral de la finca[4].

ESTADO ACTUAL. PLANIMETRÍA.

Se ha realizado una medición de la finca y del inmueble que posee en su interior. En los planos se puede observar el estado actual de ambas edificaciones.

FINCA



Ilustración 22: Plano finca San Marcos.

VIVIENDA.

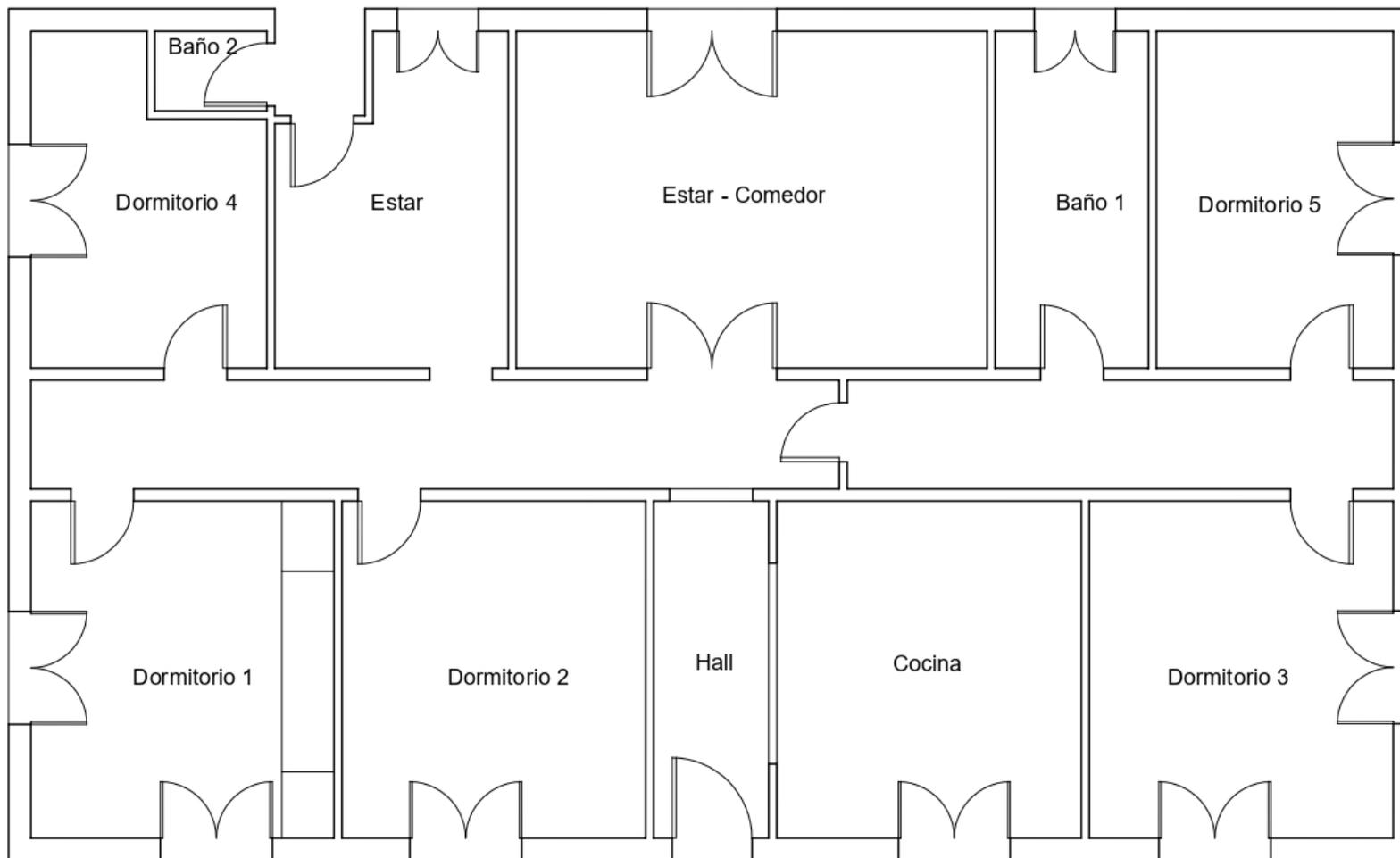


Ilustración 23: Plano situación actual vivienda finca San Marcos.

VIABILIDAD LEGAL

Para poder tener una visión clara de las intervenciones que se pueden hacer en la finca se ha buscado información sobre la legislación que afecta al suelo rústico. Esta se encuentra en el Plan de Ordenación Territorial del municipio de Icod de los Vinos[23].

Por otro lado, en el caso de que se ofreciera algún tipo de servicio, también conviene saber los tipos de licencia de apertura que pueden darse y los precios de éstas.

LEGISLACIÓN DEL SUELO RÚSTICO

En nuestro caso, la finca se encuentra catalogada como suelo rústico de protección agraria (SRPA T) e intensiva (SRPA I). Esto quiere decir que la única actividad que se puede dar en dicho suelo es la agricultura o aquellas que no comprometan la acción del suelo. Siempre se debe asegurar la conservación del paisaje y que no se pierda la actividad agraria. Por consiguiente, no se puede construir ninguna edificación excepto aquellos pequeños cuartos que sirvan para guardar la maquinaria de labranza. Cualquiera de estas edificaciones debe ser aprobada previamente por la Dirección General de Urbanismo del Gobierno de Canarias y por el Ayuntamiento del municipio. Sin embargo, si que está permitida la colocación de paneles fotovoltaicos para el suministro de energía limpia.

Por último, la legislación que afecta a la vivienda es distinta al tratarse de una casa histórica. Esta no sólo podrá destinarse a vivienda sino a alojamiento o cualquier actividad del sector servicios.

LICENCIAS DE APERTURA

Las licencias de apertura se clasifican en inocuas y clasificadas. Las clasificadas pueden ser: molestas, insalubres, nocivas, peligrosas o de espectáculos públicos.

En nuestro caso se trataría de una licencia inocua. El coste de ésta depende del tipo de actividad, pero oscila entre 150 y 1700 euros. Además, es necesaria una inspección previa para asegurarse de que la finca cumple con los requisitos de la licencia.

Por otro lado, para realizar cualquier tipo de reforma dentro de la vivienda se necesita una licencia de obra. En este caso se trataría de una obra mayor para la cual se requiere un proyecto técnico. Las tasas por rehabilitación para el municipio de Icod de los Vinos son de 0.5 €/m².

CONCLUSIÓN

Con toda la información recabada, el tipo de actividad que puede desarrollarse en el interior de la propiedad queda bastante acotado. Esto ocurre con la mayoría de los terrenos agrícolas de las islas. En el proyecto no se podrán desarrollar ideas que conlleven la construcción de cualquier tipo de edificación por pequeña que sea. En los alrededores de la finca tampoco será posible el desarrollo de cualquier actividad que no tenga que ver con fines agrícolas en su mayor medida. La única parte exenta de este tipo de restricciones es la vivienda al estar catalogada como histórica.

Por todo lo expuesto anteriormente, se centrará la búsqueda de soluciones fundamentalmente en la casa debido a las pocas opciones que permite el resto del terreno.

ENTREVISTA CON EL CLIENTE

Se llevó a cabo una entrevista no estructurada con el dueño de la propiedad con el objetivo de tener una idea acerca de sus pensamientos sobre la finca. Se pretendía que la opinión de este no se viera sesgada en ningún momento. Este fue el motivo por el que se eligió este tipo de entrevistas más cercanas y flexibles.

Finalizando la conversación se preguntó al cliente qué pensaba sobre los tres tipos de negocio turístico unidos a la agricultura que más se dan en Canarias, es decir, rutas guiadas, alojamiento y lugar de eventos. Se quería tener una idea de qué le parecía a él este tipo de soluciones a tratar.

Resultados de la entrevista

Al cliente le gustaría hacer un centro de visitantes del plátano que en algún momento también sirviera para promocionar la cueva de San Marcos que está bajo la finca.

Le gustaría que hubiera una sala de exposiciones.

Otra posible idea que ha pensado es la de realizar un hotel rural.

El dueño considera que cualquier proyecto que se desarrolle en la finca debe obtener bastantes beneficios ya que la finca es muy costosa de trabajar.

El cliente nunca ha pensado en poder vivir en la finca.

Los recursos económicos del cliente son limitados.

El propietario considera que las rutas turísticas dan poco beneficio.

CONCLUSIÓN

El dueño de la finca no tiene mucho conocimiento en temas de explotación turística. Es por ello por lo que rehúsa de la mayoría de las ideas que se trataron durante la conversación. Además, al estar ante propuestas que conllevan un gran desembolso económico, este se aferra a las ya conocidas como puede ser el alojamiento rural. En términos generales lo novedoso parece no interesarle.





Capítulo 3: ANÁLISIS DEL CONTEXTO

PROCESO DEL CULTIVO DE PLÁTANO

Se lleva a cabo un mapa de proceso de las labores principales que entran en juego durante el cultivo del plátano. Esta información aclara cuáles son los procesos principales que se llevan a cabo para conseguir la fruta. Estos elementos podrían ser de utilidad en algún punto del servicio diseñado.



Ilustración 24: Mapa conceptual cultivo de plátano.

ANÁLISIS DEL DESTINO

Cuando se va a desarrollar un nuevo servicio es importante saber qué infraestructuras o puntos de interés hay en el lugar. De esta forma se verá si el cliente se va a sentir atraído por el entorno o no.

TENERIFE. ISLA BAJA.

La zona Isla Baja está compuesta por los municipios del Icod de los Vinos, Garachico, El Tanque, Los Silos y Buenavista. Este entorno se caracteriza por su abundante naturaleza. Al encontrarse al noroeste de Tenerife, las lluvias son abundantes en invierno. Se trata de una zona con grandes desniveles de terreno. Numerosos barrancos forman parte del paisaje. Una de las características principales es la cantidad de senderos que discurren por el lugar. En la zona se pueden visitar varios puntos de interés como el Parque Rural de Teno, Los Acantilados de La Culata, El Parque Natural del Chinyero o La zona la de La Caleta de Interián.

Por otro lado, las fiestas y tradiciones son muy numerosas, sobre todo en los meses de verano. En el municipio de Icod concretamente, destacan las fiestas del Cristo en septiembre, las tablas de San Andrés en noviembre y la fiesta de San Marcos en marzo.

Otro de los puntos fuertes es la gastronomía. Toda la zona norte de Tenerife es conocida por el gran número de guachinches donde se puede encontrar todo tipo de platos locales. También se pueden adquirir dulces típicos como rosquetes o postres derivados del gofio.

Por último, otro de los tesoros de la zona son los numerosos charcos y playas de arena negra.

En definitiva, un paisaje verde y rural conforman esta zona de la isla donde las principales actividades son el deporte de naturaleza y la gastronomía local.

ICOD DE LOS VINOS. INFRAESTRUCTURAS.

El municipio de Icod de los Vinos cuenta con varios puntos de interés turístico como son el casco antiguo, el parque del Drago, el museo del plátano, la casa museo Emeterio Gutiérrez Albelo, La Casa Lorenzo Cáceres, etc.

Además, posee una buena oferta comercial y gastronómica. Si bien es cierto que la oferta de actividades nocturnas es bastante reducida y pensada para un público mayor de 30 años.

La oferta alojativa del municipio se basa en casas rurales repartidas por las zonas de montaña. Además de estas, existen dos hoteles rurales en el casco.

Por último, cabe destacar que posee una red de transportes bastante bien comunicada.

CONCLUSIÓN

En términos generales Icod ofrece cantidad de lugares que visitar. Entre ellos destaca La Casa del Plátano donde se explica la historia de éste y cómo se labra la tierra. Este negocio funciona como un museo. Tiene una pequeña extensión de platanera en medio de la ciudad por la que los turistas hacen un pequeño recorrido. A lo largo del mismo existen carteles que explican el cultivo de esta fruta durante años. Además, se pueden ver los elementos de labranza utilizados desde que se empezó a cultivar en Canarias. Un recorrido educativo que introduce a los turistas en los procesos de cultivo y obtención de este símbolo canario. En el caso de implantar un museo en la finca, este sería un competidor directo y muy cercano. Además, ellos tienen la ventaja de encontrarse en el centro del municipio.

Por otro lado, en lo referente a la oferta alojativa hay gran número de alojamientos rurales, sin embargo, los hoteles son menos numerosos. Este podría ser un nicho de mercado. Finalmente, con respecto a las actividades de ocio y cultura. Vemos que no son muy variadas y escasean para la gente joven. Por consiguiente, el turismo que puede verse atraído por la zona de la isla baja será superior a treinta años, busca tranquilidad y estar en un entorno de naturaleza y aire limpio, ya que estos son los principales tesoros de esta zona de Tenerife. Otro punto a comentar es la buena gastronomía de la zona.





Capítulo 4: DESARROLLO DE LA PROPUESTA

BRAINSTORMING – FINCA PLATANERA

Una vez terminada la fase de investigación y conocido el entorno se realiza un brainstorming en el que se vuelcan todas las ideas que han ido apareciendo a lo largo del proyecto. Todo esto centrado en la finca objeto de estudio.

Terminado el proceso de generación de ideas se remarcan aquellas palabras que pueden desarrollar una idea de negocio en la plantación.

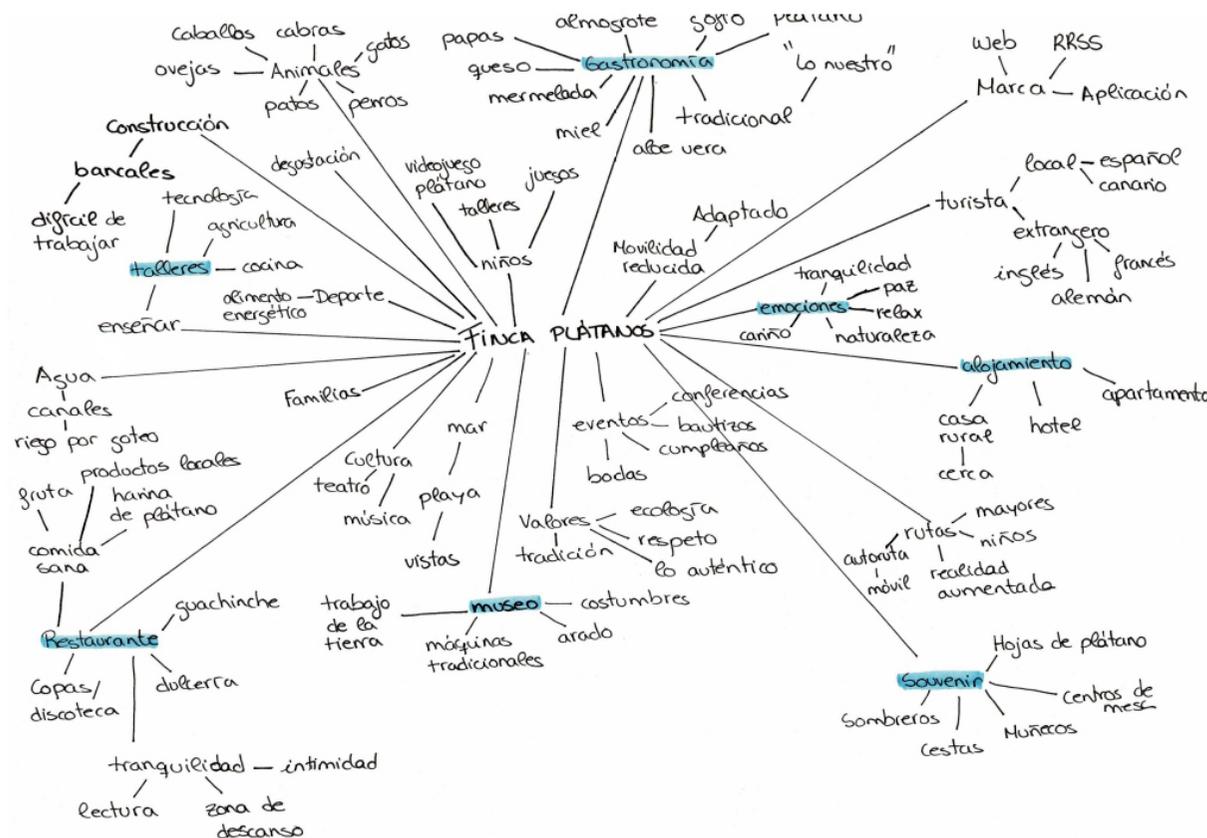


Ilustración 26: Mapa conceptual finca de plátanos.

Los conceptos a destacar son: talleres, restaurante, gastronomía, emociones, alojamiento y souvenir. Nos encontramos ante una finca en la que los principales servicios que pueden darse son tres: rutas guiadas, restauración o alojamiento.

GENERACIÓN DE IDEAS

Una vez seleccionados los conceptos más relevantes del brainstorming se realiza un vaciado de ideas y se añaden algunas más que han ido apareciendo durante la elaboración del proyecto.

Ideas sobre modelo de negocio:

- Rehabilitar la vivienda histórica como un hotel rural.
- Tematizar el hotel rural como una casa colonial cubana de los años 70. De esta forma se exageraría al máximo el imaginario exótico que muchos europeos tienen sobre las islas. Se trataría de traer Cuba de los años 70 a Canarias.
- Poner una cafetería fría con postres y comida relacionada con el plátano en la antigua casa histórica.
- Convertir la vivienda en un museo y lugar de realización de eventos.

Ideas sobre servicios extra:

- Habilitar una zona para niños. De esta forma los padres pueden tomarse algo sin estar pendientes de cuidar a sus hijos.
- Diseñar una aplicación móvil con juegos de aprendizaje sobre el plátano y su cultivo. Esta puede servir tanto para adultos como para niños con dos módulos distintos.
- Realizar talleres de plátano y electrónica para niños.

- Mezclar actividades sobre innovación, tecnología y agricultura.
- Realizar eventos temáticos algunos días del año como:
 - Pinta un cuadro dentro de la finca.
 - Concurso de fotografía.
 - Maratón dentro de la finca.
 - Taller de cocina de plátano.
 - Senderismo.
 - Taller de cetrería con badanas de plátano.
 - Taller de bisutería artesanal con reutilización de plantas.
 - Observación de estrellas.
 - Clases de Yoga o Taichí.
- Diseñar una zona para mascotas.
- Poner animales en la finca como cabras, gallinas, patos, caballos, etc.
 - Añadir plantas endémicas por la finca y crear una ruta para verlas con códigos QR que las identifique gracias a una aplicación.
 - Diseño de una aplicación móvil con la que hacer rutas guiadas sin la necesidad de un guía.
 - Diseño de rutas alternativas dentro de la finca. El paseo como diferenciación. Aprender a perderte por el lugar. Vivirlo desde un punto de vista distinto.
 - Diseñar rutas con realidad virtual en la que puedas ver como se cultivaba la tierra en la antigüedad.
 - Realizar exposiciones de esculturas y cuadros dentro de la finca.
 - Habilitar una zona de conciertos y llevar a cabo actuaciones teatrales o musicales en un enclave único como es una finca platanera.

- Hacer una demostración de cómo se cultivaba el plátano desde la antigüedad hasta ahora. Teniendo en cuenta las vestimentas y ambientación de las distintas épocas.

- Intentar que todo el mobiliario y elementos constructivos provengan de procesos sostenibles. Utilizar madera sostenible para dar sensación de confortable y familiar.

- Vender postres hechos con harina de plátano.

- Al no poder edificar, intentar acondicionar espacios que puedan ser multifuncionales y que no conlleven obra.

DESARROLLO POPUESTAS PRINCIPALES

Se lleva a cabo una pequeña descripción de como podrían ser los servicios de las dos ideas principales. Gracias a esto se tiene una visión más amplia.

RESTAURANTE - DULCERÍA

Se trataría de un servicio de cafetería fría. De esta forma no haría falta montar una cocina de gran envergadura (esto no lo permite la legislación). Se intentaría que la mayoría de los productos fueran elaborados a partir del plátano que produce la finca. Una dulcería centrada en productos de plátano y con ingredientes de huertos y productores de la zona norte de Tenerife. Además, se habilitaría una zona para mascotas donde puedan dejarse con tranquilidad. También otra zona para niños con juegos y actividades específicamente diseñadas para ellos.

Con el fin de aumentar la clientela se realizarían eventos en días puntuales como actuaciones musicales o teatrales. Todo esto dentro de una temática de plátano, sostenibilidad y gastronomía saludable.

Se debe tener en cuenta que una cafetería necesita permisos especiales de sanidad. Esto conlleva un coste añadido.

Al servicio de cafetería se le pueden añadir rutas guiadas o autónomas.

ALOJAMIENTO RURAL

Un hotel rural tematizado. El objetivo es diferenciarse del resto de hoteles rurales de la zona. Todo esto aprovechando al máximo la ubicación de este. Por ello se pretende diseñar un hotel ambientado en Cuba en los años 70. Con esto se coge la idea de canarias como lugar exótico muy parecido a América y se potencia hasta el extremo. Estando en el hotel el cliente no pensará que sigue en Europa. Se trasladará al imaginario de lugar exótico de las indias. Se potencian conceptos como lo auténtico, el imaginario, el exotismo, las indias o el colonialismo.

Por tanto, se pretende restaurar la vivienda que está en la finca como un hotel rural exclusivo. Se trata de un servicio selecto para unos pocos ya que el número de habitaciones será limitado. También poseerá una cafetería y zonas de piscina.

El principal cliente será mayor de 30, europeo y amante de la naturaleza.

ELECCIÓN DE LA PROPUESTA

Terminada la investigación se tenían muchas ideas, pero dos de ellas pesaban fundamentalmente: cafetería u hotel rural.

PROS Y CONTRAS HOTEL RURAL

Pros

- Mayor beneficio económico gracias al alquiler de habitaciones, servicios extra y cafetería para todos los públicos.
- Aumento del número de turismo en la zona lo cual se ve reflejado en un desarrollo comercial de la misma.
- Modelo de negocio conocido en la zona y que se sabe que tiene asegurado un número de clientes.

Contras

- Mayor inversión inicial.
- Mayor competencia en alojamiento rural en la zona norte de Tenerife.
- Propuesta menos novedosa.
- Malos olores e insectos provenientes del cultivo de la platanera que pueden afectar a los huéspedes.

PROS Y CONTRAS CAFETERÍA

Pros

- Servicio más económico de implantar.
- Mayor número de clientes locales lo cual resulta un reclamo para los propios turistas.

Contras

- Dificultad para conseguir una licencia de restauración ya que se necesita una cocina con extracción de humos.
- Escasez de zona de parking para los clientes.

ELECCIÓN FINAL

Tras un proceso de reflexión sobre los pros y contras se optó por llevar a cabo el hotel rural. El punto determinante fue el beneficio económico que aportaría. Un hotel rural conlleva una mayor inversión inicial, sin embargo, los beneficios que se obtienen a posterior por el alquiler de las habitaciones son mayores que los de una cafetería. Por otra parte, existen numerosos restaurantes y cafeterías en la zona. También, otro gran inconveniente es la falta de aparcamiento. En el caso de una cafetería, este sería fundamental. Por consiguiente, se llevará a cabo el diseño de un hotel rural.

CARACTERÍSTICAS DE LA PROPUESTA

Se propone diseñar un hotel rural. Se trata de un establecimiento pequeño donde la exclusividad y la intimidad van de la mano. Todo está diseñado entorno al imaginario colonial de los años 70 en Centroamérica. Lo que se pretende con este diseño es llevar al máximo el imaginario de Canarias como lugar exótico. En vez de intentar salirnos del tópico, este hotel introduce al huésped de lleno en él. Se le da al turista todo lo que busca. Como un cuento de hadas hecho realidad. Se lleva al extremo. Además, se toma como referente el pueblo conocido como Los Indianos. El Indiano es aquella persona canaria que emigraba a Cuba y tras trabajar unos años regresaba a su tierra con mucho dinero. Se creará una narración entorno al hotel de manera que se inventa un personaje como dueño del hotel, Don Antonio. El hotel es la viva esencia de su casa.

Además de las habitaciones, el establecimiento contará con una pequeña cafetería fría para servir desayunos y cócteles. Una zona de terraza, otra de piscina y una última de jacuzzi privado en lo más alto de la plantación para disfrutar en pareja de una romántica velada. El resto de la finca estará acondicionada con pequeños senderos para pasear y descansar.

A toda la propuesta hotelera se le añadirán pequeños servicios extra como rutas para conocer el cultivo del plátano, actividades de concienciación de la naturaleza, talleres de plantación de plátano, cena a la luz de las velas, etc.

El hotel está pensado en principio para parejas de entre 30 y 60 años con buen nivel económico.





Capítulo 5: VIABILIDAD SOCIAL

Una vez definida la propuesta se hace un estudio general de como se encuentra el entorno, el tipo de clientes y el modelo de negocio.

POSICIONAMIENTO EN EL MERCADO

Con el objetivo de saber el entorno específico del modelo de negocio actual de la finca platanera, se ha optado por realizar un análisis DAFO. Se estudian las fortalezas, debilidades, oportunidades y amenazas que tiene la explotación agrícola en este momento. Todo ello con una visión hacia la implantación de un modelo turístico en la misma.

ANALISIS DAFO

FACTORES INTERNOS	FACTORES EXTERNOS
<p>FORTALEZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Gran experiencia en el sector agrícola platanero. - Finca en escalera lo que consigue unas buenas vistas al mar. - Ubicación cerca de la playa. - Buen clima. - Ubicación alejada de otras viviendas. - Tranquilidad y descanso. - Servicio novedoso. - Integración con el medio ambiente. - Productos saludables. - Desarrollo de la economía local. - Apuesta por el sector de la artesanía. - Apuesta por la sostenibilidad. - Tradición y experiencia en el cuidado del plátano durante más de 65 años. - Cultivo y producción de plátano durante todos los meses del año. 	<p>OPORTUNIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Sector del agroturismo poco explotado en Canarias. - Carencia de legislación relacionada con el agroturismo. - Clima de sol y playa todo el año. - Alto porcentaje de turismo rural en la zona a norte de la Isla. - Altos niveles de turistas en Tenerife. - Mejoras salariales y de trabajo paulatinamente. - Estabilidad política en España. - Potenciación del sector servicios por parte del ayuntamiento paulatinamente. - Puntos de interés turístico cercanos como pueden ser el Parque del Drago, La Cueva del Viento, El Barranco de Cuevas Negras, El Barranco del Agua, Parque rural de Teno, Espacio Protegido de la Rambla de Castro, etc.
<p>DEBILIDADES</p> <ul style="list-style-type: none"> - Poca experiencia en el sector servicios. - Gran inversión inicial para llevar a cabo el proyecto. - Finca con gran número de escaleras lo cual la hace de difícil accesibilidad para personas mayores y con movilidad reducida. - Elevadas temperaturas en los meses de verano. - Imposibilidad de llevar a cabo ninguna excavación en el terreno debido a que bajo la finca se encuentra el tubo volcánico Cueva de San Marcos. - Al tratarse de una explotación agrícola existen diversos insectos en el entorno. - Abonos e insecticidas que puedan ser dañinos para personas o animales. 	<p>AMENAZAS</p> <ul style="list-style-type: none"> - Competencia por parte de La Casa del Plátano (museo del plátano abierto recientemente en Icod de los Vinos). - Subida de impuestos. - Denegación de licencias por parte del ayuntamiento. - Introducción de nuevos negocios relacionados con el agroturismo en Tenerife. - Implantación de ley reguladora del agroturismo. -

Ilustración 22: Plano finca San Marcos.

En definitiva, las principales fortalezas son el buen clima, la ubicación y la experiencia en el sector agrícola. Esto se contraponen a las debilidades como la poca experiencia en el sector servicios, la orografía de la finca y la legislación.

Externamente las fortalezas principales son la poca explotación en el sector agroturístico que existe en Canarias frente a la amenaza de que pueda comenzar su regulación y afecte negativamente.

En términos generales parece que el entorno específico del negocio podría ser favorable para desarrollar algún tipo de actividad turística en la parcela que sirva como un extra en los beneficios.

DEFINICIÓN DEL CLIENTE

Para saber qué tipo de cliente podría interesarle un servicio de hotel rural se llevan a cabo tres herramientas utilizadas en el diseño de servicios. Cada una de ellas se realiza sobre distintos clientes dentro de un segmento escogido. Con esto se puede observar cuáles son los intereses de distintos grupos dentro del total.

Según la web www.toprural.com [25]: El viajero rural suele tener entre 25 y 45 años; vive en la ciudad; y busca tranquilidad en los entornos rurales; para él la limpieza es fundamental; busca un trato personalizado; suele estar concienciado con el medio ambiente; la media de tiempo que pasa por estancia suele ser de un fin de semana; se gasta una media de 158 € en sus escapadas; y busca alojamientos rurales de diseño y buen gusto en la decoración.

El público objetivo que se ha escogido son parejas de entre 30 y 60 años con un nivel adquisitivo medio - alto, que viven en la ciudad. Este perfil de turista suele ser el que generalmente se interesa por el turismo rural canario. El tipo de servicio a ofertar es parecido al turismo rural, es por esto por lo que se escogen clientes con dichas características.

Solo se analizan parejas puesto que se ha decidido que la oferta no estará destinada a familias.

Se empieza por una pareja de mediana edad, española y con un nivel adquisitivo medio - alto. Viven en una gran ciudad y tienen hijos. Se lleva a cabo un **Mapa de Empatía** para conocer sus gustos, aficiones y entorno familiar.

Ver ANEXO I.

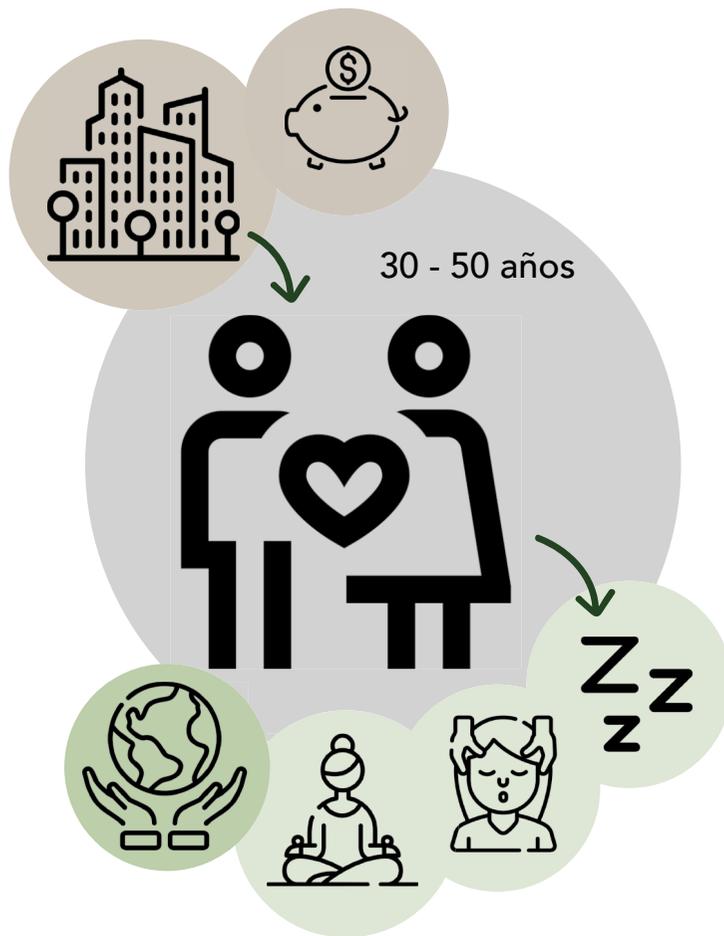
La herramienta **Storyworld** es parecida al mapa de empatía, aunque analiza otros puntos más en profundidad como pensamientos y emociones. Para esta se ha escogido a una pareja de 30 años extrajera. También viven en una gran ciudad.

Ver ANEXO I.

Por último, la herramienta **Mapping the Service Ecology** da una visión general de lo que rodea al cliente. Sus hábitos y pensamientos de forma visual y rápida. Se escoge una pareja más mayor, esta ronda los 50 años. En este caso vienen de la capital de España.

Ver ANEXO I.

CONCLUSIÓN



El principal usuario de nuestro servicio serán parejas de entre 30 y 50 años con una posición económica buena y que vive en la ciudad. Quieren tranquilidad y descanso lo cual va de la mano de la intimidad. Generalmente les gusta el deporte, la lectura y suelen estar concienciadas con el medio ambiente y la sostenibilidad.

CONOCER EL PROCESO

Se comienza a esbozar cómo será el proceso que debe seguir un cliente para alojarse en el establecimiento. Tras conocer cómo será cada uno de estos puntos, se pueden detectar aquellos momentos en los que se debe prestar especial atención. Además, se puede determinar cómo debe ser el trato del personal y las tareas que este debe realizar.

Para ello se utilizan tres ejercicios: *storyboard*, *(re)define the proposition* y *blueprint*. Se sigue una línea cronológica desde el menos al más detallado.

En el **Storyboard** se hace una aproximación de los pasos que va siguiendo el cliente desde que llega al hotel hasta que regresa a su hogar. Se observa como dentro del mismo realiza diversas actividades como paseos al aire libre, relajarse en la piscina, desayunar o cenar con su pareja e incluso plantar alguna platanera. Todas estas actividades han sido definidas para atraer al huésped. Gracias a ellas el hotel obtiene un plus de beneficios.

Ver ANEXO I.

Con la herramienta **(Re)Define the Proposition** no sólo se analiza lo que le puede interesar al cliente sino también a la empresa y más en concreto a los trabajadores.

Ver ANEXO I.

Otra de las herramientas más utilizadas en el diseño de servicios es el **Blueprint**. Gracias a ella se puede observar de forma cronológica las acciones que van ocurriendo simultá

neamente con el cliente, los empleados y el lugar donde se llevan a cabo.

Ver ANEXO I.

CONCLUSIONES

Se ha realizado una aproximación de cómo será el recorrido de nuestro cliente dentro del servicio que se oferta. Vemos como los **puntos críticos** son la **entrada** y los **servicios dentro del hotel**. Además, también se debe dar importancia al momento en el que el cliente regresa a su casa y escribe una **reseña** sobre el establecimiento ya que esto posiciona el servicio y lo hace más atractivo frente a futuros consumidores.

Por otra parte, el resto de los servicios extra que se le dan al cliente mientras está en el hotel son clave ya que marcan la diferencia. Además, es ahí donde la empresa podrá aumentar sus ingresos significativamente. Son estas prestaciones las que hacen distinto nuestro alojamiento del resto junto con la decoración y ambientación.

Se debe intentar que el cliente tenga la mayor **intimidad** posible y el trato con personas de servicios sea el mínimo imprescindible.

MODELO DE NEGOCIO

Por último, se termina definiendo con todo detalle como será el modelo de negocio. Para ello se lleva a cabo un **CANVAS**.

Ver ANEXO I.

Se trata de un pequeño hotel rural para parejas. Este tendrá una ambientación relacionada con la época colonial, más concretamente con Cuba en los años 70. El precio de este hotel será ligeramente superior al de un alojamiento rural, pero no tanto como el coste de un hotel convencional. Estará dirigido a personas de entre 30 y 60 años procedentes fundamentalmente de la ciudad que buscan evadirse. Con un nivel adquisitivo medio - alto. Tanto españoles como extranjeros, sobre todo, europeos.

Descripción del modelo de negocio.

Se deberá llevar a cabo **alianzas** con cámaras de comercio, patronales hoteleras, ayuntamientos, asociaciones agrícolas, asociaciones de comercio local, turoperadores, agencias de viajes y proveedores.

Las **actividades clave** son: ofrecer un alojamiento exclusivo e íntimo con trato personalizado y realización de servicios extra como cena privada, jacuzzi al anochecer, rutas por la finca, posibilidad de plantar una platanera, etc.

Los **recursos** que oferta el negocio son: un entorno exclusivo y natural, cerca del mar, con un clima templado todo el año y ambientación y diseño interior únicos lo cual transporta

a otra época.

La **propuesta de valor** se centra en tranquilidad, exclusividad, buen clima, entorno singular, ambientación cubana que te lleva a una cultura anterior, posibilidad de hacer ejercicio dentro de la finca con actividades pensadas para ello y contacto con la naturaleza.

La relación con el cliente es directa y no conlleva costes. Por otra parte, los canales por los que se puede llegar al usuario son: web, turoperadores, redes sociales, campañas de *mailing*, recomendaciones de otros clientes, webs de intermediarios y publicidad en Google.

Los **huéspedes** serán principalmente parejas que buscan tranquilidad, de más de 30 años, con estabilidad económica y buenos ingresos, viven en la ciudad y son amantes de la naturaleza.

Los **costes** del servicio son: mantenimiento de infraestructuras, personal de administración y reservas, personal de publicidad y marketing, personal de restauración, personal de limpieza e impuestos.

Los **beneficios** se consiguen mediante la tarifa de la estancia, los servicios añadidos y un pequeño porcentaje en reservas para eventos externos que se promocionen dentro del hotel.

CONCLUSIONES

Estamos ante un servicio innovador que apuesta por la tranquilidad y exclusividad en un entorno inigualable. Los principales aliados de nuestro alojamiento deben ser las entidades públicas, los comerciantes locales y los turoperadores o gestores turísticos. El cliente como se ha explicado con anterioridad está entre 30 y 50 años, tiene dinero y viene en pareja al establecimiento.

En referencia a los costes frente a beneficios vemos como los gastos son elevados, sobre todo los iniciales. Esto debe irse recuperando gracias al alquiler de las habitaciones y los servicios extra que se ofertan.



Capítulo 6: PROYECTO

En el siguiente capítulo se lleva a cabo el diseño interior del denominado Ecohotel Trinidad. Para ello se busca inspiración en las casas coloniales cubanas. Se escogen acabados, texturas, diversos colores y mobiliario que nos recuerde a la antigua Cuba de los años 60. Es por esto, por lo que los colores pasteles cobran protagonismo. Un hotel pensado para el descanso donde cada rincón alberga una historia.

INTRODUCCIÓN

Un espacio ambientado en Cuba. Se pierde el miedo a la mezcla de texturas y acabados. Se potencia el verde ya que es el color de la naturaleza y uno de los más abundantes en el país. El estilo se centra en la época colonial con mobiliario en madera. Una vivienda que recuerda a las casas antiguas cubanas de La Habana.

El establecimiento contará con cinco habitaciones. Además, posee una cafetería abierta de acceso público donde se podrán degustar todo tipo de platos criollos y postres con plátano. El horario de la cafetería para el público será de 10:30 a.m a 18:00 p.m. De esta forma se respeta la intimidad de los clientes puesto que el desayuno del hotel se servirá de 7:30 a.m a 10:00 a.m.

Las zonas exteriores están acondicionadas para el paseo. En ciertos puntos existen lugares de lectura donde sentarse y relajarse con unas bonitas vistas a la costa. Otras zonas están preparadas para llevar a cabo distintas actividades dentro de la plantación como yoga, pintura al aire libre, técnicas de relajación, etc.

Toda la finca estará provista de letreros explicativos sobre el proceso de cultivo del plátano y la historia de la plantación. Existirá un servicio añadido de ruta guiada por la finca donde se podrá ver el proceso de cultivo en directo e incluso plantar tu propia platanera. Las rutas guiadas están disponibles para los huéspedes del hotel en horario de mañana y para cualquier persona externa de 12:00 a.m a 2:00 a.m. De esta forma se respetan los horarios de sueño e intimidad de los clientes del hotel.

También hay una zona de piscina y otra con un pequeño jacuzzi en lo más alto de la finca. El servicio de *jacuzzi* debe contratarse a parte.

Se escoge el nombre de Trinidad por ser una palabra muy utilizada tanto en Canarias como en Cuba.

Se intenta que todos los procesos del hotel sean lo más respetuosos con el medio ambiente desde la compra de los productos hasta la generación de residuos.

MOODBOARD

A modo de inspiración se realiza un *moodboard* con imágenes representativas de Cuba. Colores y texturas cobran protagonismo. Se buscan imágenes no solo de los edificios sino también de las personas, su cultura y sus formas de vida. Todos los elementos son importantes.





DESCRIPCIÓN TÉCNICA DE LA FINCA

Se describe cada una de las zonas del hotel según los criterios de diseño establecidos a lo largo de la memoria.

Para más información sobre planimetría e infografías ver el ANEXO II.

1. VIVIENDA

La vivienda se ha dividido en cinco habitaciones, cada una con baño propio, una cafetería, un hall y un pasillo. Para el diseño interior se ha intentado asemejar lo máximo posible a las casas coloniales cubanas construidas durante la época de la población de américa. Predominan los colores pasteles y los contrastes entre acabados.

Las cuatro habitaciones que se encuentran en el ala de la entrada cuentan con dos plantas con el fin de optimizar el espacio al máximo. Por otra parte, en el ala contraria se encuentra la cafetería y una habitación de mayor tamaño. Esta solo posee una planta.

PLANTA BAJA

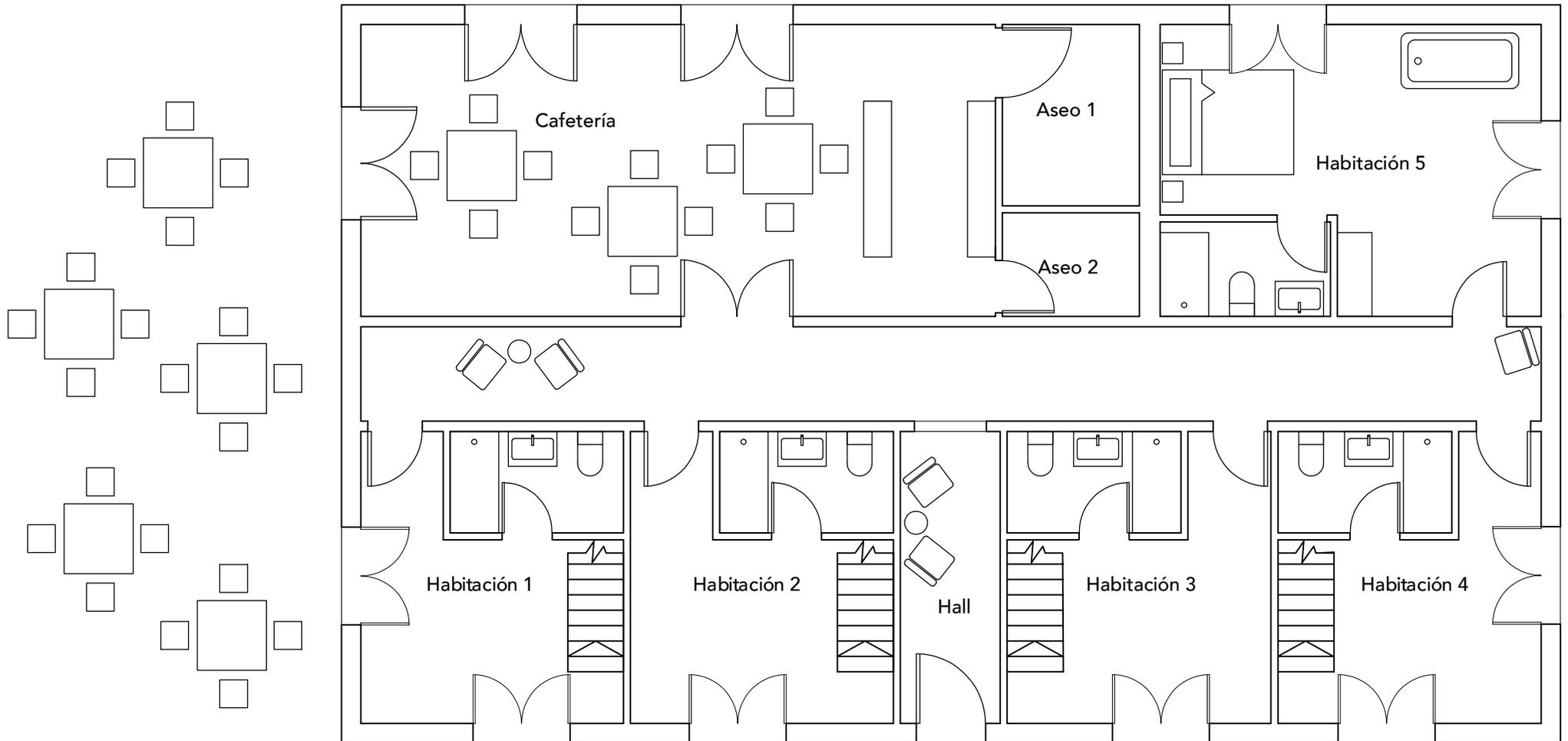


Ilustración 26: Plano Hotel trinidad. Planta baja. Sin escala.

PLANTA ALTA

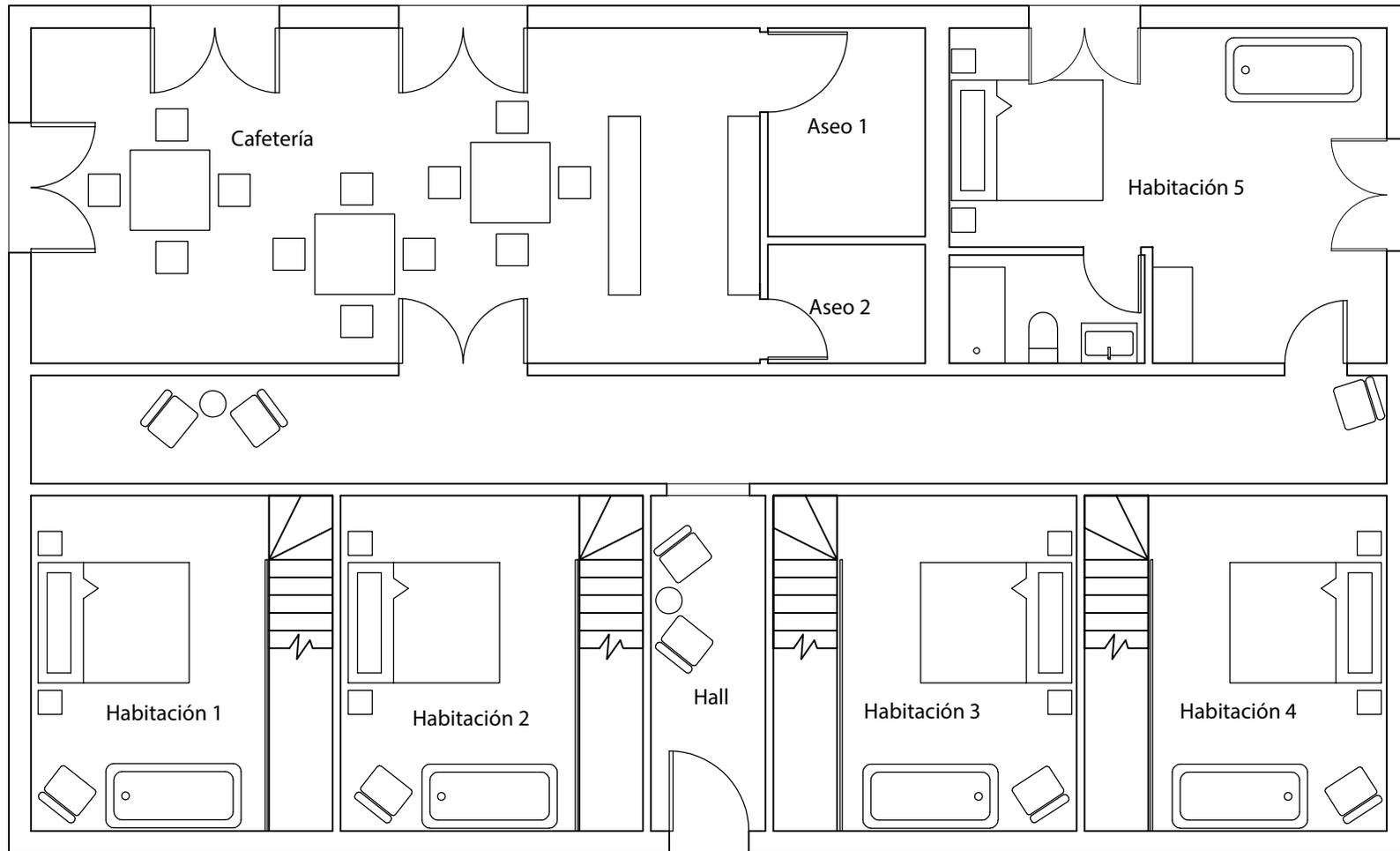


Ilustración 27: Plano Hotel trinidad. Planta alta. Sin escala

2. ZONAS COMUNES

Para el hall y el pasillo se ha escogido la misma línea de diseño ya que se encuentran conectados. Ambas estancias se mantienen sin cambios estructurales con respecto a la edificación inicial. Se utilizan tonalidades verdes para las paredes puesto que son un color referente de la arquitectura cubana. Así, cuando el cliente entre por primera vez en el establecimiento, no tendrá ninguna duda de que se encuentra en el Caribe.



Ilustración 29: Pasillo central 2. Hotel Trinidad.



Ilustración 28: Pasillo central 1. Hotel Trinidad.



Ilustración 30: Hall 1. Hotel Trinidad.



Ilustración 31: Hall 2. Hotel Trinidad.

Además, se añade un pavimento compuesto por azulejos diseñados en Cuba. Este tipo de baldosas se inspiran en dibujos florales. Esta es una de las principales características de los azulejos cubanos frente a los de otros lugares como España o Portugal.

El modelo escogido es el siguiente:



Ilustración 32: Azulejo cubano 1.

Toda la carpintería de la vivienda se coloca en blanco puesto que se sigue la línea de diseño de las casas de La Habana. Este color hace contraste con el mobiliario en madera de roble.

Finalmente, se coloca una iluminación sencilla, pero que recuerda al movimiento Arts and Crafts puesto que se observa un trabajo de labrado manual en las zonas de madera. —

Una combinación de colores, acabados y materiales muy diferenciados que consiguen una apariencia de vivienda lujosa habitada en una época antigua por un terrateniente cubano.

3. HABITACIONES

Todas las habitaciones seguirán la misma línea de diseño. Sin embargo, cada una de ellas estará diferenciada por el nombre de una ciudad cubana distinta al del nombre del hotel.

- Habitación 1: Santa Clara.
- Habitación 2: Cienfuegos.
- Habitación 3: Varadero.
- Habitación 4: La Habana.
- Habitación 5: Santiago de Cuba.



Ilustración 33: Nombre habitaciones.

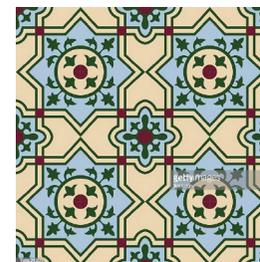


Ilustración 44: Azulejos cubanos 3. Baños y habitación.

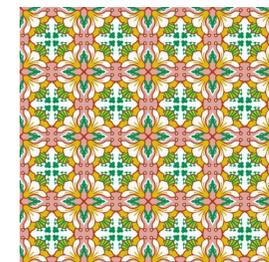


Ilustración 43: Azulejos cubanos 2. Habitaciones.

Predominan los colores fuertes. Todas las habitaciones excepto la número 5, Santiago de Cuba, poseen dos plantas de altura. Con esto se aprovechan los techos altos que posee la casa y se puede introducir un baño en cada estancia. En la parte baja se encuentra una cómoda de madera de roble junto a una butaca victoriana donde poder dejar las maletas y relajarse observando las vistas a la plantación.



Ilustración 34: Habitación Santa Clara 1.



Ilustración 35: Habitación Santa Clara 2.

En este caso se utiliza un nuevo pavimento con un diseño propio de la isla caribeña. La carpintería sigue siendo en blanco. Como elemento diferenciador se añade una barandilla de hierro lacado en blanco con formas curvas que recuerdan a la naturaleza. Este tipo de barandillas predominan tanto en interior como en los exteriores de numerosas casas coloniales criollas. Esto se debe a que recuerdan a los forjados victoriana que usaba la burguesía más pudiente de Europa.



Ilustración 36: Habitación Santa Clara 3.

Para la planta alta se escogen colores más sencillos y apagados puesto que debe ser una zona de descanso y relajación. El techo abuhardillado cobra protagonismo en madera oscura. Esto le aporta un toque de romanticismo a la estancia. En este caso se escoge el mobiliario en blanco con el fin de potenciar las diferencias entre materiales.

Junto a la cama, una bañera para relajarse y darse un baño mirando a las estrellas gracias al gran ventanal que hay justo encima de la misma.



Ilustración 38: Habitación Santa Clara 5.

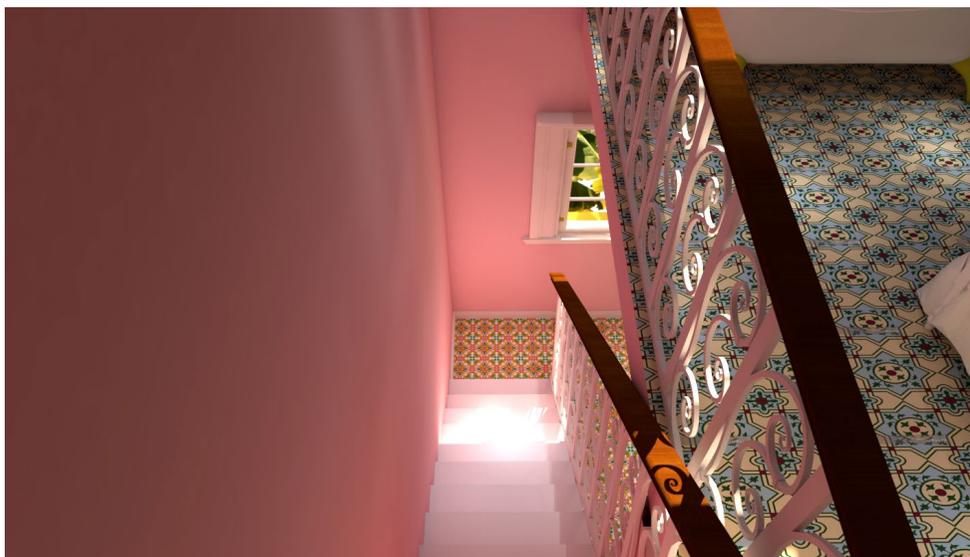


Ilustración 37: Habitación Santa Clara 4.

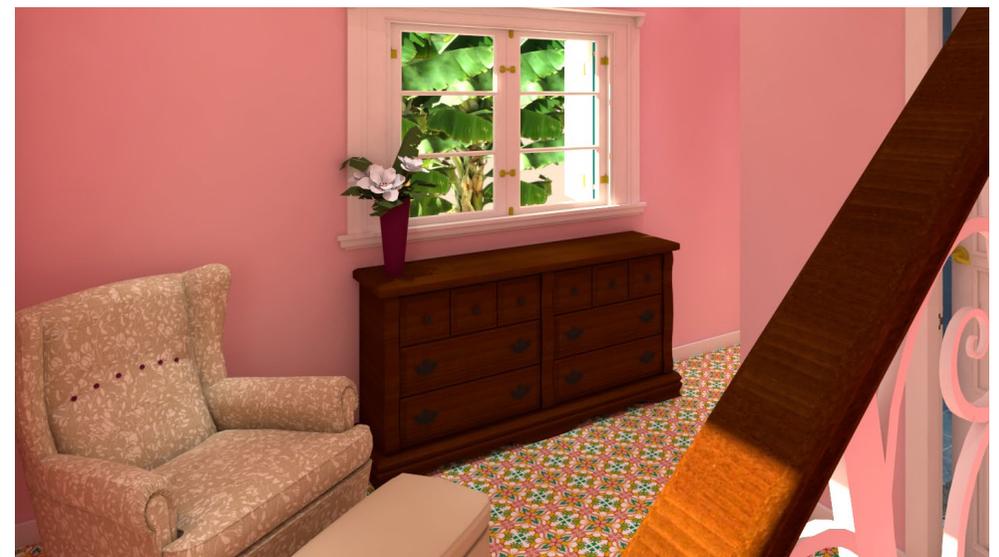


Ilustración 39: Habitación Santa Clara 7.

Finalmente, el baño se encuentra en consonancia con los colores de la segunda planta, aunque sin dejar la huella del estilo colonial. Se escoge un modelo de sanitarios con llaves victorianas.

En la ducha se coloca una mampara de cristal por ser la solución más higiénica, aunque se desvíe del estilo de la vivienda.



Ilustración 41: Baño Santa Clara 2.

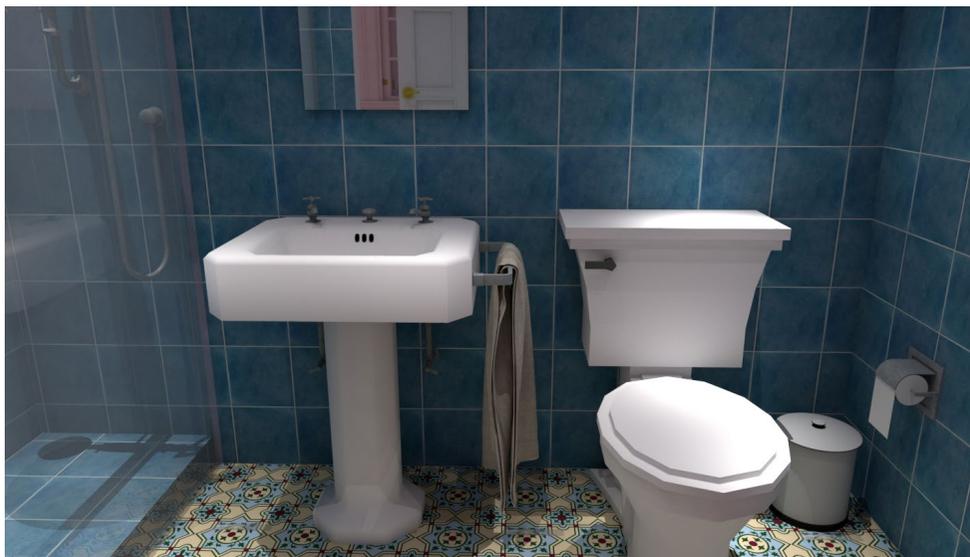


Ilustración 40: Baño Santa Clara 1.



Ilustración 42: Baño Santa Clara 3.

4. CAFETERÍA

Además de las habitaciones el hotel cuenta con una cafetería fría. Esto quiere decir que no se elaborará ningún tipo de comida para la cual se necesite hornos y extractores de humo. Solo se contará con una plancha para calentar los desayunos.

El establecimiento se conecta desde el interior con las habitaciones por una puerta doble. Además, desde él se puede acceder a la zona de terraza y piscina.

Se ha querido dejar espacio suficiente para la zona de preparado de alimentos y bebidas a pesar de que no quepan muchas mesas dentro del local. Sin embargo, gracias al buen clima que posee la Playa de San Marcos, la mayoría de las mesas pueden estar ubicadas en la terraza exterior. Dicha zona se puede ver con claridad en el apartado siguiente.

Finalmente, la cafetería cuenta con dos baños adaptados. Tanto para los huéspedes del hotel como para aquellas personas de fuera que quieran venir a tomarse algo a la cafetería.

Al tratarse de un bar sin cocina, este está pensado en formato dulcería. Los platos estrella son los dulces y batidos de plátano cosechado en la propia finca. Se elaborarán unos postres específicos que solo podrán ser degustados en el establecimiento. Este será el principal reclamo para que clientes no hospedados en el hotel vengan a consumir al mismo.

5. EXTERIORES

Aprovechando la solana de la vivienda se ha acondicionado una zona de terraza donde hay cabida tanto para las mesas de la cafetería como para una piscina. Debido a que la zona de hamacas queda ligeramente reducida se ha optado por habilitar una de las terrazas superiores como *solárium*.

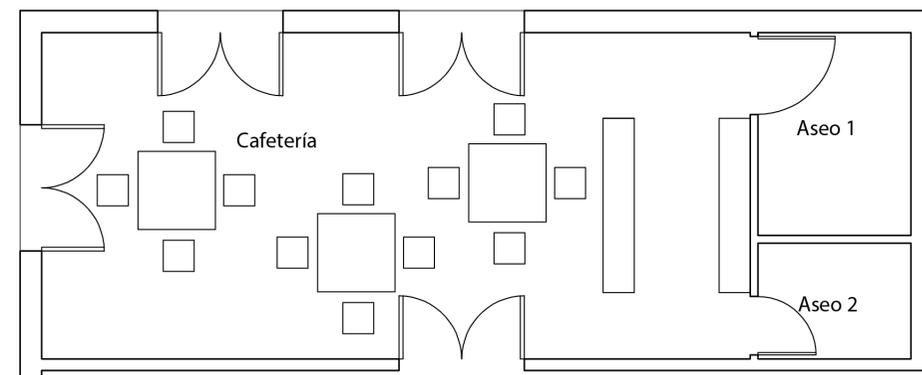


Ilustración 45: Plano de cafetería. Hotel Trinidad.

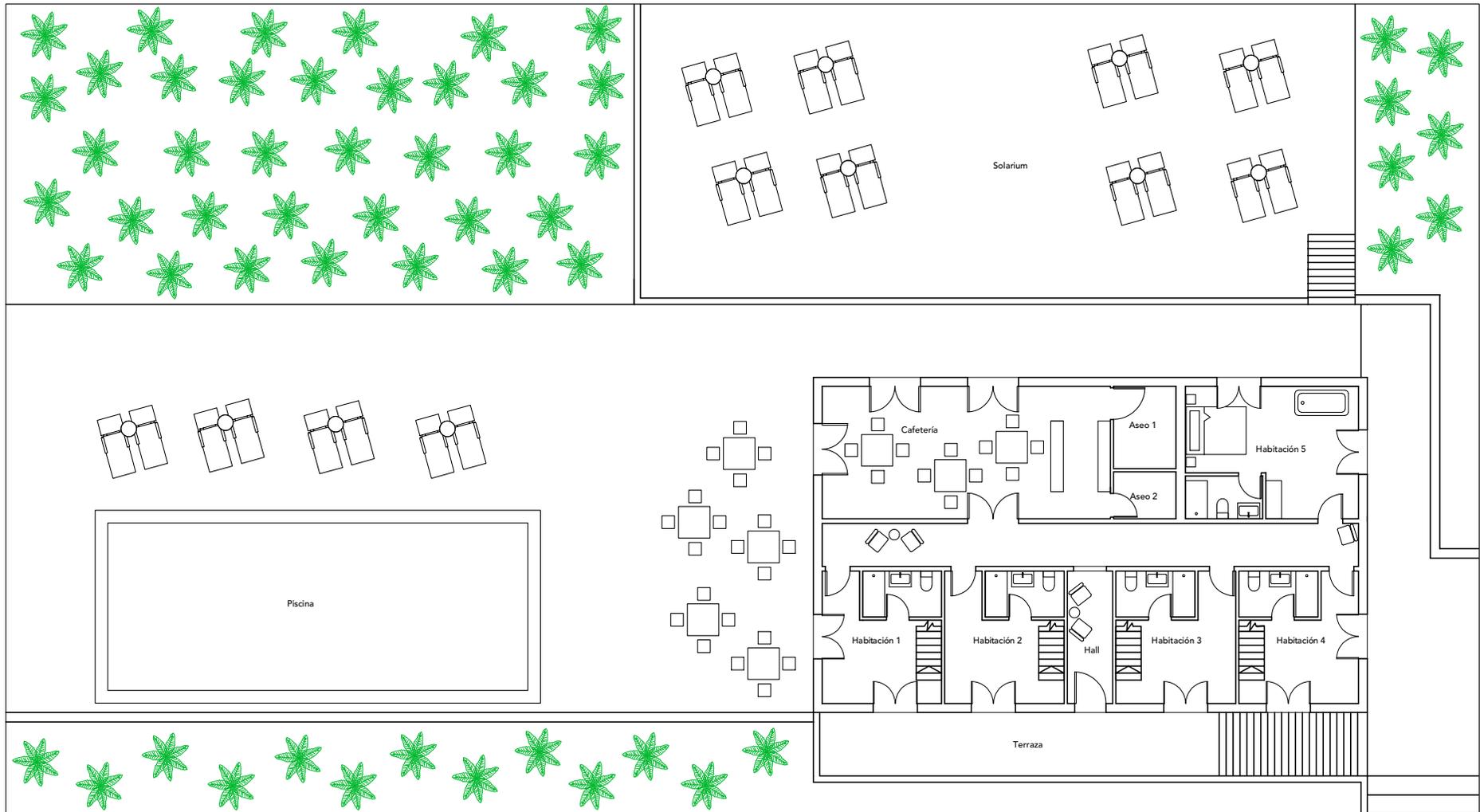


Ilustración 46: Plano zonas exteriores. Hotel Trinidad.

Para acceder a la solana debe hacerse pasando por la cafetería. Si se desea tomar el sol, se puede hacer frente a la piscina o accediendo a la zona de solárium trasera. Se ha ubicado esta zona en detrás de la casa debido a que es el lugar de la finca donde menos viento suele haber debido a que la propia vivienda hace de pantalla contra el mismo.

Para el diseño exterior se opta por una línea sencilla. El pavimento en marrón claro rústico recuerda a una casa de campo. El mobiliario de la cafetería con toques victorianos en color blanco responde al que solía utilizarse en las viviendas cubanas. Por último, las hamacas tienen un diseño sencillo y un poco más moderno debido a que son elementos que suelen cambiarse en cortos periodos de tiempo gracias al desgaste del sol y elegir unas de diseño elevaría mucho los costes.



Ilustración 48: Exteriores 2. Hotel Trinidad.



Ilustración 47: Exteriores 1. Hotel Trinidad.



Ilustración 49: Exteriores 3. Hotel Trinidad.



Ilustración 50: Entrada 1. Hotel Trinidad.

En la entrada al hotel se colocan varias sillas y sillones formando un espacio de lectura y tranquilidad para todo aquel que desee disfrutar de aire fresco y bonitas vistas.

Además, se colocarán zonas de descanso por toda la parcela. Pequeños bancos donde disfrutar de un ambiente singular. Estos bancos contarán con un sistema de comunicación con la cafetería desde donde se podrá pedir lo que se quiera y los camareros lo sirven donde estés.

También se añadirán letreros que explican la flora y fauna de la finca y el proceso del cultivo del plátano. Un recorrido temático que se podrá disfrutar de forma autónoma o guiada.



Ilustración 51: Exteriores 5. Hotel Trinidad.



Capítulo 7: VIABILIDAD TÉCNICA

Al tratarse de un proyecto de gran envergadura en el que intervienen diversos elementos se puede abordar la viabilidad técnica desde dos puntos de vista. Por un lado, viendo la posibilidad de realización del diseño interior y rehabilitación del hotel Trinidad. Por otro lado, llevando a cabo el estudio de viabilidad de todo el hotel como servicio, es decir, teniendo en cuenta todos los elementos que intervienen en el mismo como recursos humanos, comunicación, reservas, gestión económica, limpieza, restaurante, etc.

No obstante, para este proyecto se llevará a cabo la viabilidad del proyecto de diseño interior por ser en lo que se centra el proyecto. Se deja abierta la posibilidad a futuro de llevar a cabo el desglose de todos los elementos necesarios para poner en marcha el hotel en el caso de que el proyecto siguiera adelante.

Por consiguiente, se realiza una aproximación de los elementos necesarios para el correcto desarrollo del proyecto.

PROYECTO DE REHABILITACIÓN

1. Licencias.

Será necesaria una licencia de rehabilitación de la vivienda para llevar a cabo el proyecto. Unida a esta, una licencia de obra para construir las zonas exteriores de piscina y solárium. Por último, terminada la rehabilitación se pedirá la licencia de apertura como hotel rural con cafetería fría.

2. Materiales.

A lo largo del proceso de construcción y rehabilitación se necesitarán diversos materiales como cemento, hormigón,

hierros, bloques, materiales impermeabilizantes, madera, azulejos, baldosas, pinturas, aislamientos, papel pintado, etc.

Exteriores

Vivienda

Pintura



C = 40 Y = 44
M = 0 K = 0



C = 93 Y = 98
M = 44 K = 52

Barniz
Masilla
Tejas



Ilustración 52: Ejemplo teja plana.

Terraza / Piscina

Loza



Ilustración 53: Ejemplo loza exterior terraza

Hierros
Hormigón
Bloques
Cemento
Poliespán
Tela asfáltica

Interiores

Cal

Arena

Pintura



C = 3 Y = 0
M = 24 K = 0



C = 1 Y = 18
M = 6 K = 0

Azulejos



Ilustración 32: Azulejo cubano 1.º

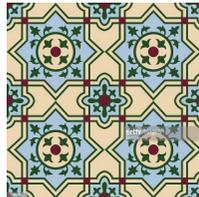


Ilustración 44: Azulejos cubanos 3.º
Baños y habitación.

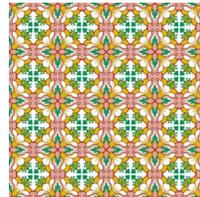


Ilustración 43: Azulejos cubanos 2.º
Habitaciones.

Madera

Bloques

Hierros de acero

3. Saneamiento.

Será necesaria la implantación de una nueva red de saneamiento para lo que se dispondrán de tuberías de PVC, codos de conexión, llaves, etc. Esto se debe a que la de la vivienda es muy antigua y escasa.

Para llevar a cabo este proyecto será necesaria la subcontratación de una empresa que se dedique a la instalación de fontanería en viviendas.

4. Electricidad e Iluminación

Se colocará una nueva red eléctrica en la casa para disponer de tomas de electricidad en todas las habitaciones.

Por otra parte, se añadirán nuevas tomas de iluminación en los techos.

Para llevar a cabo este proyecto será necesaria la subcontratación de una empresa que se dedique a la instalación eléctrica.

5. Mobiliario

Será necesaria la renovación por completo del mobiliario tanto de cada una de las habitaciones como de la cafetería.

Habitaciones

Cama doble

Cómoda

2 mesillas de noche

Bañera

Ducha

WC

Lavabo

Espejo

Sofá

4 lámparas

Cómoda

Cafetería

- 10 mesas
- 40 sillas
- Plancha
- Cafetera
- 2 WC
- 2 lavabos
- 3 lámparas

Exteriores

- 10 a 15 tumbonas
- 7 sombrillas
- 10 bancos de madera
- 1 jacuzzi
- 3 sets de sillones de jardín

6. Montaje, transporte e instalación.

Para llevar a cabo todo el proceso de construcción y montaje será necesaria la contratación de personal especializado en cada uno de los campos. Distintas empresas realizarán cada uno de los pasos. Una empresa de construcción y reformas será la encargada de llevar a cabo la obra de la piscina y rehabilitación del interior de la vivienda. Otra realizará el saneamiento y otra la instalación eléctrica. Por último, distintas empresas suministrarán el mobiliario y elementos de decoración y menaje como cortinas, ropa de cama, cubertería, vajilla, etc.





Capítulo 8: VIABILIDAD ECONÓMICA

Al tratarse de un proyecto complejo y extenso en el que aún quedan elementos por definir como la cafetería. Se ha realizado una estimación aproximada de los costes que va llevar el rediseño de la vivienda.

Sin embargo, puesto que muchas cosas serán subcontratadas, muchos de los precios expuestos son aproximados. Se ha contactado con algunas empresas del sector para tener una idea del coste de los elementos. Es por esto por lo que se da una cifra general que en el caso de implementarse el proyecto habría que reajustar.

PRESUPUESTO

1. Licencias

Licencia de rehabilitación (vivienda).....	178,50 €
Licencia de obra (exteriores).....	329,70 €
Licencia de apertura (hotel).....	1.200,00 €

2. Materiales

Exteriores.....200 €/m2.....	65.800,00 €
Vivieenda.....300 €/m2.....	51.000,00 €

3. Saneamiento.....40 €/m2.....8.000,00 €

4. Iluminación.....80 €/m2.....16.000,00 €

5. Mobiliario

1 Habitación	
Cama doble.....	200,00 €
Cómoda.....	200,00 €
2 mesillas de noche.....	80 €
Bañera.....	300 €

Ducha.....	200,00 €
WC.....	100,00 €
Lavabo.....	100,00 €
Espejo.....	100,00 €
Sofá.....	200,00 €
4 lámparas.....	320,00 €
Total.....	1.800,00 €

Habitaciones (x5).....9.000,00€

Cafetería

10 mesas.....	500,00 €
40 sillas.....	1.200,00 €
Plancha.....	200,00 €
Cafetera.....	1000,00 €
2 WC.....	200,00 €
2 lavabos.....	200,00 €
3 lámparas.....	160,00 €
Total.....	3.460,00 €

Exteriores

10 a 15 tumbonas.....	2.500,00 €
7 sombrillas.....	2.800,00 €
10 bancos de madera.....	1.000,00 €
1 jacuzzi.....	2.000,00 €
3 sets de sillones de jardín.....	600,00 €
Total.....	8.900,00 €

7. Montaje, transporte e instalación...80 €/h.....3.200,00 €

Importe total: 167.068,20 €

Finalmente, para llevar a cabo el proyecto será necesario un presupuesto que ronda los 200.000 €.

Para hacer frente a esta cantidad de dinero se tendría que pedir un préstamo de al menos 150.000 €. Suponiendo que se vayan devolviendo aproximadamente 2.000 € al mes, estaría pagado en 6 años y medio.

Para hacer frente a esta deuda suponemos que el hotel tendrá una ocupación media del 80 % a lo largo de todo el año puesto que se trata de un lugar entre la playa y la montaña.

El precio medio por habitación y noche para dos personas en este enclave exclusivo será de 100 €.

Estimando que durante todo el mes estén llenas 4 de las 5 habitaciones y sin contar los servicios extra, los ingresos serían de 4.000 € al mes.

Los 2.000 € restantes se utilizarían para pagar a los empleados de limpieza y cafetería.

Por consiguiente, el hotel se mantendría sin gastos ni beneficios aproximadamente durante 9 años. A partir de estos se comenzaría a obtener beneficio. Sin embargo, las tarifas de habitación son aproximadas ya que en temporada alta podrían aumentarse los precios. Por otra parte, de los servicios extra también se obtendrán beneficios aunque no se contemplen.

Por todo lo anterior, se considera que a largo plazo el hotel sería un proyecto de gran rentabilidad.





Capítulo 9: BIBLIOGRAFÍA E ILUSTRACIONES

BIBLIOGRAFÍA

[1] Sergio Torres y Javier Torres, Plátano de Canarias en la Cocina, Tenerife, Asprocan y Plátano de Canarias.

[2] E. Press, «La sinergia entre turismo y agricultura en Canarias permite un aumento del consumo de los vinos, los quesos y las carnes», 04-dic-2017. [En línea]. Disponible en: <https://www.europapress.es/turismo/destino-espana/canarias/noticia-sinergia-turismo-agricultura-canarias-permite-aumento-consumo-vinos-quesos-carnes-20171204181445.html>. [Accedido: 06-jul-2019].

[3] T. Santana y J. Berastegui, «No hay mercado para tanto plátano canario», El País, Madrid, 19-feb-2018.

[4] «Sede Electrónica del Catastro». [En línea]. Disponible en: <https://www1.sedecatastro.gob.es/Cartografia/mapa.aspx?del=38&mun=22&refcat=38022A00400047>. [Accedido: 04-may-2019].

[5] C. F. Hernández, «El turismo rural en el desarrollo local», p. 39.

[6] F. Ortiz, Contrapunteo Cubano del Tabaco y el Azucar. La Habana, Universidad Central de Las Villas 1963, 1963.

[7] C. Ortiz García, «Islas de ida y vuelta. Canarias y El Caribe en contexto colonial», Rev. Dialectol. Tradic. Pop., vol. 59, n.º 2, pp. 195-220, dic. 2004.

[8] «Los canarios en Cuba». [En línea]. Disponible en: <http://www.radioenciclopedia.cu/noticias/los-canarios-cuba-20140613/>. [Accedido: 18-ago-2019].

[9] «emigrantes-espanoles-canarios | The History, Culture and Legacy of the People of Cuba». .

[10] A. G. Rodríguez, «FINCA LAS MARGARITAS, Banana Experience: INFORMACION PRINCIPAL», .FINCA LAS MARGARITAS, Banana Experience, 04-jul-2017.

[11] «Aloe Park Tenerife», Aloe Park Tenerife. [En línea]. Disponible en: <http://www.aloepark.es/>. [Accedido: 28-feb-2019].

[12] «Casas Rurales Fuerteventura Agroturismo La Gayria Islas Canarias». [En línea]. Disponible en: <https://www.agroturismo-lagayria.com/>. [Accedido: 07-mar-2019].

[13] «Fincapuntadellomo». [En línea]. Disponible en: <https://www.fincapuntadellomo.com/>. [Accedido: 09-mar-2019].

[14] «Inicio - El Navio». [En línea]. Disponible en: <https://elnavio.es/>. [Accedido: 05-may-2019].

[15] «Ecofinca Platanológico», PlatanoLogico. [En línea]. Disponible en: <http://www.platanologico.es/>. [Accedido: 21-mar-2019].

[16] «Finca La Pila», Finca La Pila. [En línea]. Disponible en: <http://www.fincalapila.com/>. [Accedido: 21-mar-2019].

[17] «Bodegas Monje», Bodegas Monje. [En línea]. Disponible en: <https://bodegasmonje.com/>. [Accedido: 21-mar-2019].

[18] A. A. A. M. Cantabria, «Agroturismo Albergue Alto Miera, Cantabria», AGROTURISMO ALBERGUE ALTO MIERA CANTABRIA, 21-mar-2014. .

[19] «Información y descripción: Agriturismo cerca de Firenze en Toscana, Montaione, Agriturismo Il Torrino». [En línea]. Disponible en: <https://es.agriturismo.net/montaione-4883/>. [Accedido: 07-mar-2019].

[20] «huertadecarabana.es - Huerta de Carabaña, pasión por las verduras». [En línea]. Disponible en: <http://huertadecarabana.es/>. [Accedido: 07-mar-2019]

[21] «Restaurante A Tafona Casa de Xantar - Lucía Freitas, cocinera miembro del Grupo Nove, grupo gastronómico formado por cocineros y restaurantes gallegos. Nueva cocina gallega de calidad, cocina contemporánea de vanguardia, de producto, de temporada y creativa.
». [En línea]. Disponible en: <http://www.nove.biz/lucia-freitas/es>. [Accedido: 07-mar-2019].

[22] «(48) Nivarina Flour Power - Inicio». [En línea]. Disponible en: <https://www.facebook.com/nivarinafp/>. [Accedido: 07-mar-2019].

[23] «PGO Icod de los Vinos - DOCUMENTO APROBACIÓN INICIAL PLAN GENERAL DE ORDENACIÓN DE ICOD DE LOS VINOS». .

[24] Toprural, Radiografía del Viajero Rural. [En línea]. Disponible en: <https://www.toprural.com/>. [Accedido: 20-jun-2019].

[25] Hosteltur, «Siete tendencias al alza en hoteles para 2018 según AccorHotels | Innovación», Hosteltur: Toda la información de turismo. [En línea]. Disponible en: https://www.hosteltur.com/126011_siete-tendencias-al-alza-hoteles-2018-accorhotels.html. [Accedido: 26-mar-2019].



LISTA DE ILUSTRACIONES

- Ilustración 1: Vendedor de plátanos.
- Ilustración 2: Canarios llegando a Cuba[8].
- Ilustración 3: Emigrantes canarios partiendo hacia Cuba[9].
- Ilustración 4: Finca Las Margaritas
- Ilustración 5: Aloe Park Tenerife
- Ilustración 6: Agroturismo la Gayria.
- Ilustración 7: Finca Punta del Lomo
- Ilustración 8: Hotel Rural El Navío
- Ilustración 9: Ecofinca Platanológico
- Ilustración 10: Finca La Pila
- Ilustración 11: Bodegas Monje
- Ilustración 12: Agroturismo Albergue Alto Miera
- Ilustración 13: Montaione 4883, La Toscana, Italia.
- Ilustración 14: Nivarina Flour Power
- Ilustración 15: Cartografía catastral finca San Marcos[4].
- Ilustración 16: Cartografía catastral finca San Marcos[4].
- Ilustración 17: Finca caso de estudio 1.
- Ilustración 18: Finca caso de estudio 2.
- Ilustración 19: Finca caso de estudio 3.
- Ilustración 20: Finca caso de estudio 4.
- Ilustración 21: Información catastral de la finca[4].
- Ilustración 22: Plano finca San Marcos
- Ilustración 23: Plano situación actual vivienda finca San Marcos. Sin Escala.
- Ilustración 24: Mapa conceptual cultivo de plátano.
- Ilustración 25: Mapa conceptual finca de plátanos.
- Ilustración 26: Plano Hotel trinidad. Planta baja. Sin escala.
- Ilustración 27: Plano Hotel trinidad. Planta alta. Sin escala.
- Ilustración 28: Pasillo central 1. Hotel Trinidad.
- Ilustración 29: Pasillo central 2. Hotel Trinidad.
- Ilustración 30: Hall 1. Hotel Trinidad.
- Ilustración 31: Hall 2. Hotel Trinidad.
- Ilustración 32: Azulejo cubano 1.
- Ilustración 33: Nombre habitaciones.
- Ilustración 34: Habitación Santa Clara 1.
- Ilustración 35: Habitación Santa Clara 2.
- Ilustración 36: Habitación Santa Clara 3.
- Ilustración 37: Habitación Santa Clara 4.
- Ilustración 38: Habitación Santa Clara 5.
- Ilustración 39: Habitación Santa Clara 7.
- Ilustración 40: Baño Santa Clara 1.
- Ilustración 41: Baño Santa Clara 2.
- Ilustración 42: Baño Santa Clara 3.
- Ilustración 43: Azulejos cubanos 2. Habitaciones.
- Ilustración 44: Azulejos cubanos 3. Baños y habitación.
- Ilustración 45: Plano de cafetería. Hotel Trinidad.
- Ilustración 46: Plano zonas exteriores. Hotel Trinidad.
- Ilustración 47: Exteriores 1. Hotel Trinidad.
- Ilustración 48: Exteriores 2. Hotel Trinidad.
- Ilustración 49: Exteriores 3. Hotel Trinidad.
- Ilustración 50: Entrada 1. Hotel Trinidad.
- Ilustración 51: Exteriores 5. Hotel Trinidad.
- Ilustración 52: Ejemplo teja plana.
- Ilustración 53: Ejemplo loza exterior terraza

ECOHOTEL TRINIDAD



ANEXO I: VIABILIDAD SOCIAL

Índice

Mapa de empatía 77

Storyworld 78

Mapping the service ecology 79

Storyboard 80

(Re)Define the proposition 83

Blueprint 85

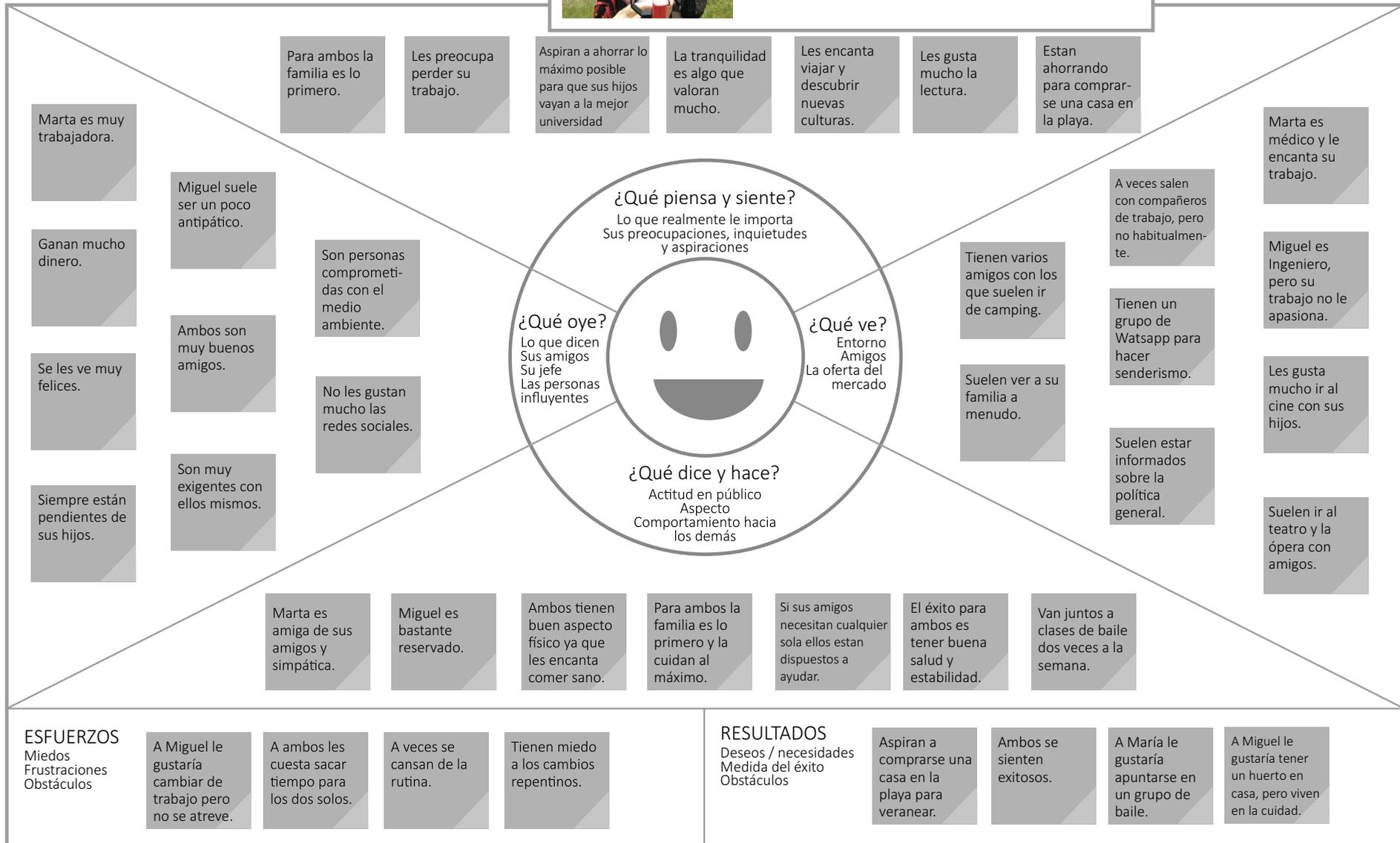
Tabla de modelo de negocio. CANVAS. 87

MAPA DE EMPATÍA

Cliente:



Miguel y Marta son una pareja de unos 40 años que han decidido tomarse unas vacaciones en Canarias. Viven en Bilbao y ambos tienen trabajo estable. Esperan pasar sus vacaciones en una casa rural en el municipio de Los Silos al norte de Tenerife.



STORYWORLD

Josef es ingeniero informático para una gran empresa. En su trabajo tiene un buen grupo de amigos y suelen quedar. Bella trabaja para un gran banco pero la mayoría de sus compañeras no se llevan muy bien con ella.

Conexiones

Ambos piensan que un hotel debe ser confortable e íntimo. Para ellos la tranquilidad es lo más importante. Consideran que el medio ambiente debe cuidarse siempre.

Pensamientos

Móvil- Conectados constantemente.
Coche- John lo utiliza para ir al trabajo.
Bici- Bella la utiliza para ir al trabajo.
Ordenador- ambos están todo el día utilizándolo.

Objetos

Ambos se ven como dos pequeños granos de arena que poco a poco harán una montaña por salvar el planeta y los animales. Se ven como personas sinceras y tranquilas que buscan el equilibrio entre su vida laboral y personal.

Percepción propia

Dónde / Quiénes son?



Josef y Bella son una pareja de 30 años que vive en Berlín. Él trabaja como ingeniero informático y ella es directora de un banco. Ambos son de un pequeño pueblo a 45 minutos de Berlín. Les encanta ir al cine, al teatro y salir de caminata los fines de semana con sus dos mascotas. Ambos tienen un buen sueldo y viven en un apartamento a las afueras de Berlín. Siempre que tienen vacaciones aprovechan para viajar a distintos lugares. Les encanta explorar nuevas culturas.

Suposiciones

- Ambos llevan una vida un poco estresante.
- Ambos están muy centrados en su trabajo.
- Les gustaría tener hijos en un futuro cercano.
- Les gusta viajar.
- Les gusta la naturaleza y la anhelan porque viven lejos de ella.
- No son muy cariñosos con otras personas.
- Aspiran en la vida a tener una familia y una buena estabilidad económica.
- Les gustaría que el trabajo no les absorbiera tanto.

Josef
- Muy inteligente.
- Bueno resolviendo juegos de lógica.
- Es bueno en baloncesto.

Bella
- Con gran capacidad de organización.
- Se le da bien jugar al Trivial.

Habilidades

Josef
- Le encanta el chocolate.
- Le gustan los videojuegos.

Bella
- Le gusta mucho leer.
- Le encanta salir a caminar al campo.
- Le gusta mucho la playa.

Placer

Josef
- Suele jugar a baloncesto los miércoles.
- Todas las mañanas desayuna un café.

Bella
- Va todos los viernes a la peluquería.
- Suele ir al gimnasio antes de trabajar.
- Siempre lee antes de dormir.

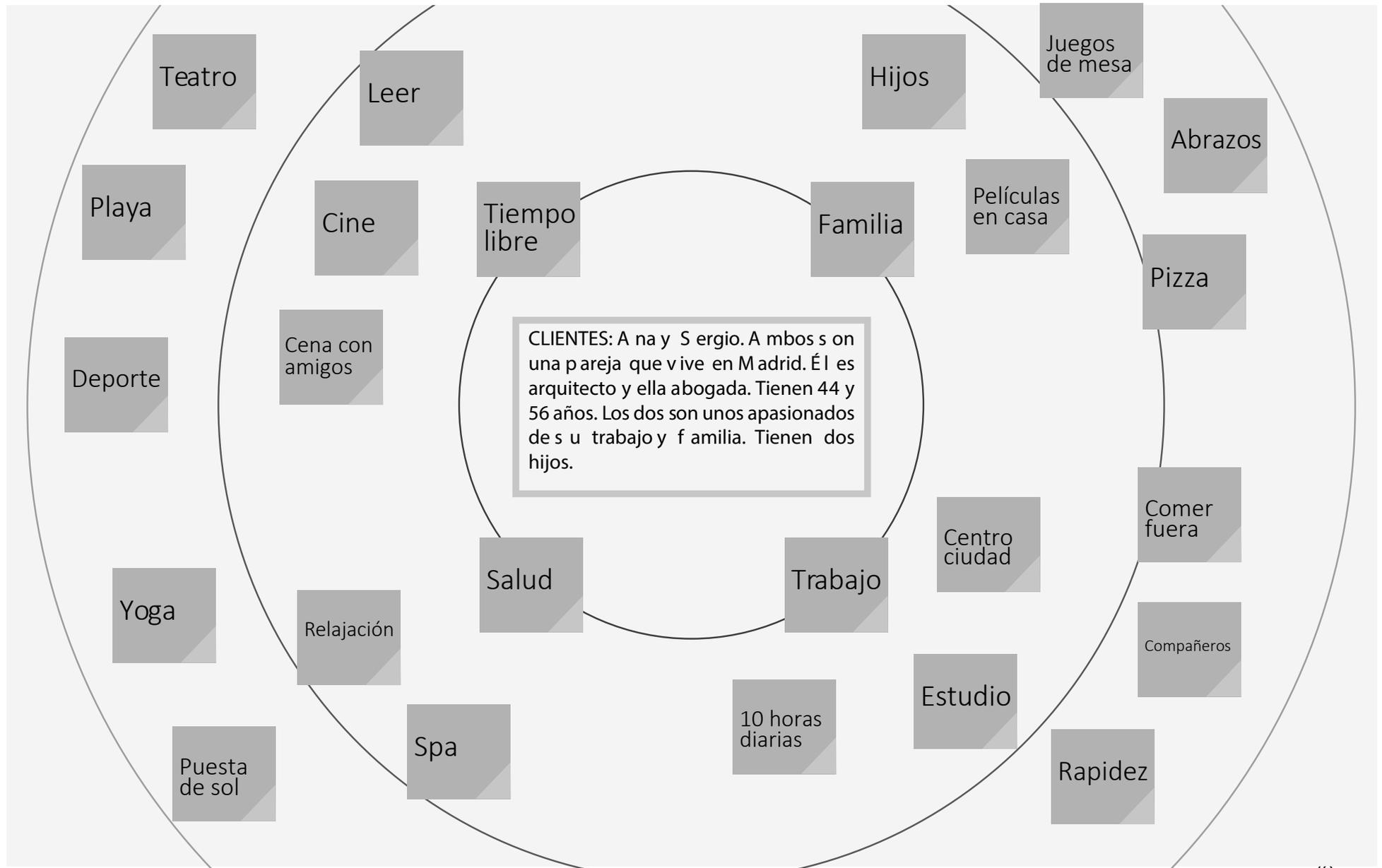
Hábitos

Josef
- Coche Mercedes.
- Su ordenador.
- Su cafetera Nespresso.

Bella
- Su bolso de Chanel.
- Su móvil Apple.
- Un cinturón que le regaló su abuela.

Objetos personales significantes

MAPPING THE SERVICE ECOLOGY



STORYBOARD. Descripción.

1. Los clientes llegan al hotel. Deben buscar aparcamiento en el exterior ya que este carece del mismo. Una vez aparcado deben caminar unos cien metros hasta llegar al destino.

2. Los clientes llegan a la recepción del hotel y se realiza la entrada.

3. La pareja llega a la habitación. Se encuentra con unas vitas a la plantación de plátanos.

4. Los huéspedes se encuentran tumbados en unos de los bancos de la finca mientras leen un libro.

5. Aprovechan para hacer ejercicio por las escaleras de la finca.

6. Deciden plantar una platanera a la que le ponen su nombre. Esta quedará registrada y al cabo de unos meses cuando haya crecido se le enviará una foto a su correo de la planta dando los primeros frutos. En el caso de que decidan volver a hospedarse se les obsequiará con un descuento y podrán probar los plátanos que ellos mismos han cosechado.

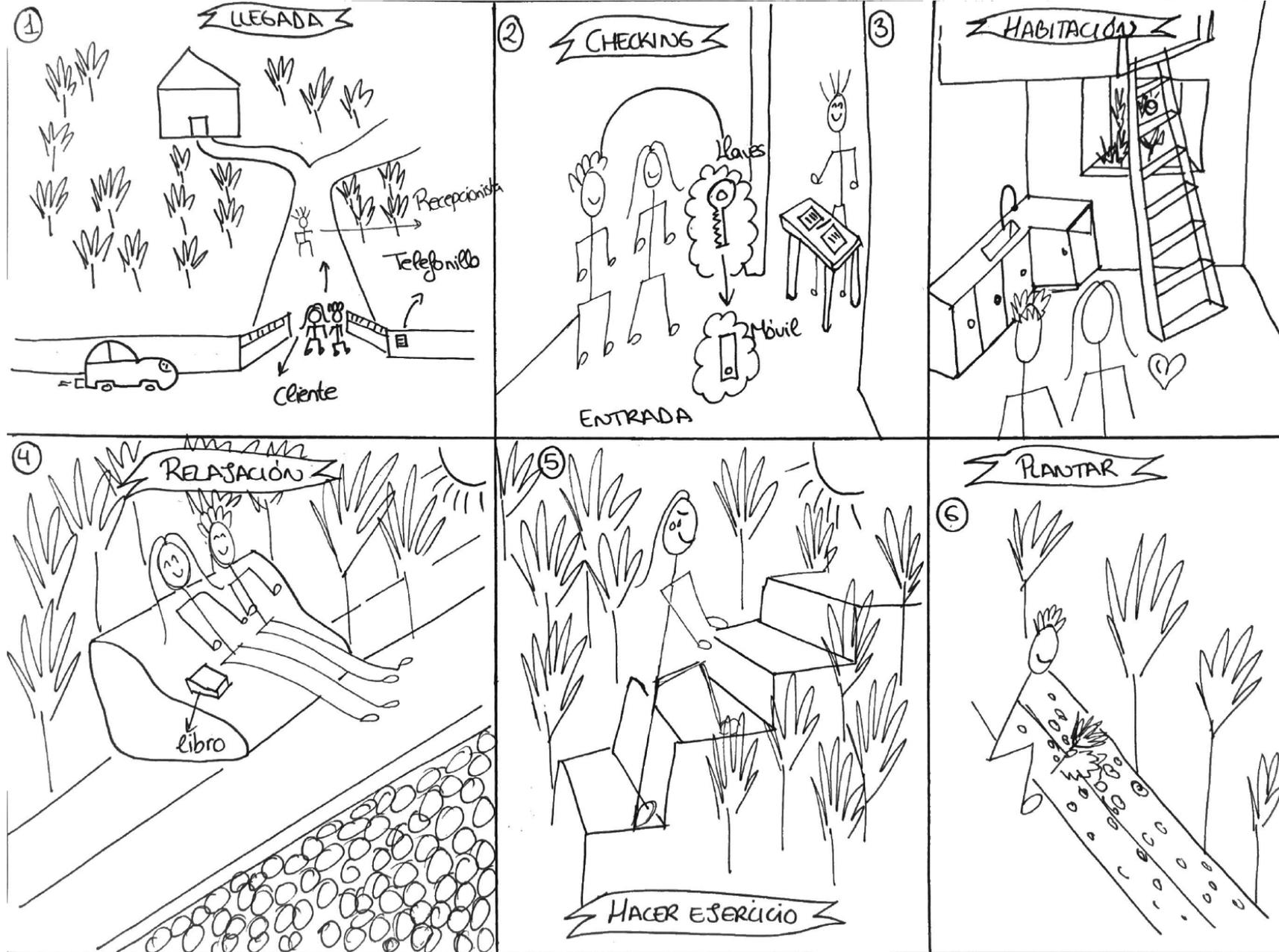
7. La pareja decide tener una cena romántica en medio de la finca.

8. Los clientes toman el sol junto a la piscina.

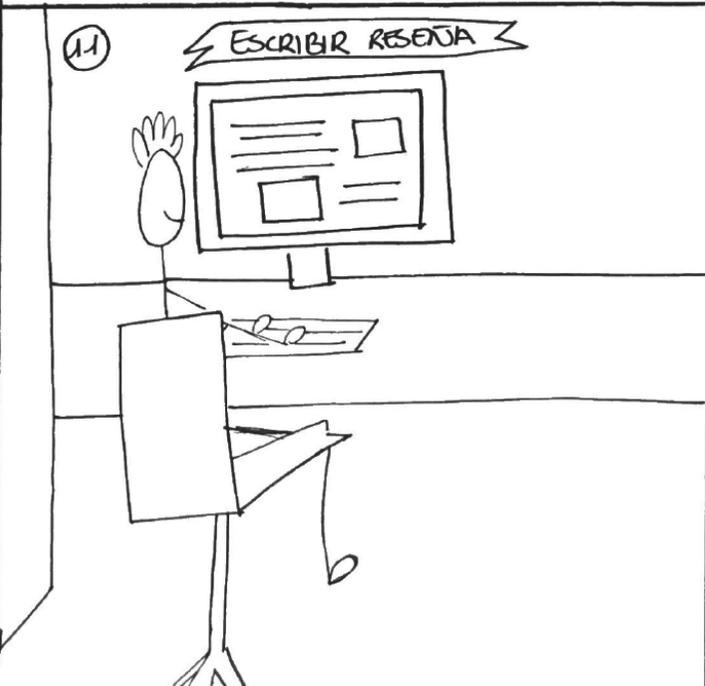
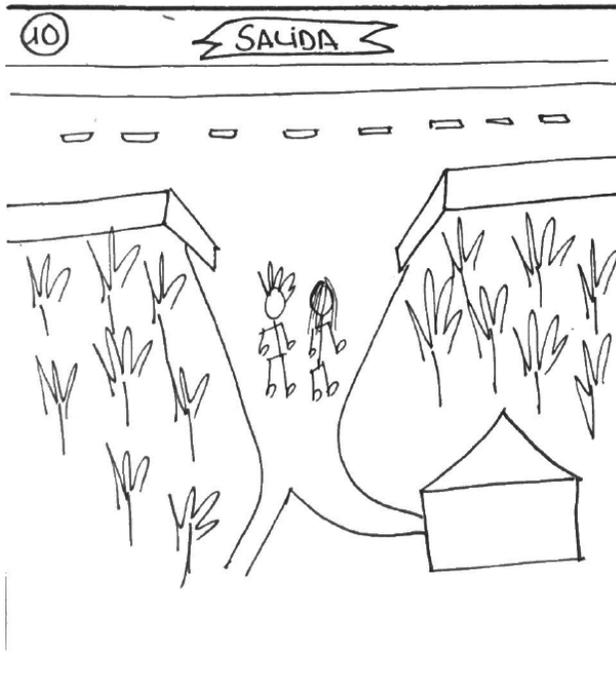
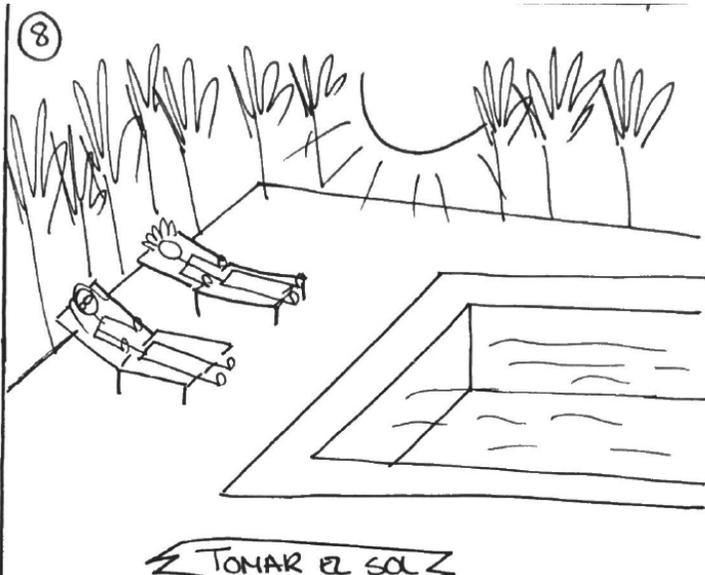
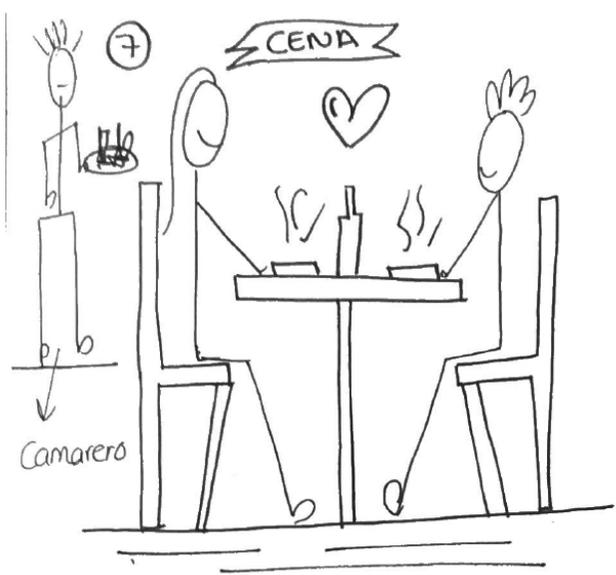
9. Ambos se sientan y observan en mar.

10. Finalmente, regresan a casa.

11. Uno de ellos escribe una reseña en internet sobre qué le pareció la estancia en el hotel.



Storyboard1



STORY BOARD

(RE)DEFINE THE PROPOSITION

Participantes

Empresa: Productor de plátanos de Canarias local, situado en Icod de los Vinos.
 Usuario: Parejas de entre 35 y 55 años con poder adquisitivo medio alto y procedentes de ciudades europeas.

Problema

La finca de plátanos por su orografía en escalera es muy compleja de trabajar. Esto hace que no sea rentable la producción en la finca. Esta vive gracias a las subvenciones.

Desconocimientos

Se desconoce el nivel de sueldos que gana un agricultor de media en Canarias. Se desconoce si en la finca se podría dejar de usar fertilizantes. Se desconoce si hay muchos insectos que puedan molestar a las personas. No se conoce la inversión que pueden hacer los propietarios.

Suposiciones

Se supone que el clima de la zona es templado todo el año menos en verano cuando las temperaturas son elevadas. Se supone que en la calle donde se ubica la finca se podrán acondicionar aparcamientos. Se supone que se va a crear un alojamiento turístico que tendrá interés para turismo europeo.

Desafíos de la organización

Los dueños de la finca se proponen conseguir un alojamiento rural que sea cómodo y con varias habitaciones para que los ingresos no dependan solo de un alquiler de las habitaciones. Todo esto dentro de un margen de gastos lo menor posible.

- Innovación Disruptiva
- Innovación Incremental

Características y Beneficios

Un alojamiento rural de lujo, es decir, con todas las comodidades de cualquier hotel. Además de tranquilidad y descanso en un entorno idílico e íntimo.	Excursiones guiadas dentro de la finca. Entradas para museos en el municipio de Icod de los Vinos. Degustación de plátano cultivado en la finca y productos derivados de este. Posibilidad de plantar un árbol con tu nombre en la finca.	El hotel consigue aportar los precios de un alojamiento rural pero con servicios de un hotel de alta calidad. El objetivo es que aquellas personas que no quieran perder los beneficios de un hotel de playa pero quieren disfrutar del campo puedan tener lo mejor de ambos mundos.
USUARIO		
¿Qué ofrece?	Posibles alternativas	Mejores resultados o beneficios
EMPRESA		
Un hotel rural con un estilo que perdura en el tiempo y consigue tener unos huéspedes con alto poder adquisitivo lo cual se ve reflejado en los ingresos extra. Todo esto en armonía con la explotación agrícola la cual sirve de escenario para el huésped.	Gracias a los servicios extra la empresa consigue aumentar sus ingresos ya que no solo se trata del alojamiento sino del resto de añadidos que puede pagar el huésped como servicios extra.	Nos encontramos ante una propuesta innovadora ya que en Canarias no existen muchos casos de hoteles rurales exclusivos o de lujo. Esto consigue que el precio por habitación pueda aumentarse. Además al estar tematizado estaremos ante un servicio que no podrá igualarse. Todo esto consigue aumentar los beneficios respecto a un hotel rural convencional.

Cualidades

Hotel rural en el campo con todos los lujos de otro cualquiera de ciudad o playa. Servicios extra añadidos. Precio asequible para el tipo de servicio.	Lugar de fácil acceso y a un minuto de la playa. Uso de energía solar gracias al clima de la zona. Checking con el móvil lo cual evita perder la llave de la habitación. Política de sostenibilidad y concienciación del medio ambiente.	Enclave singular con vistas al mar y la puesta de sol. Tranquilidad absoluta ya que no se tienen viviendas alrededor. Lugar para desconectar con un clima templado durante todo el año. Tematización cubana de los años 70.
USUARIO		
Útil / Ayuda a lograr algo	Bueno juntos Fácil de usar Buen uso de los recursos	Encantador Agradable Significativo
EMPRESA		
Servicio único en la isla. Singularidad lo que repercute en mayor número de reservas. Aumento de la tarifa gracias a que se ofrecen servicios de más calidad los cuales no suponen un gran coste pero sí un aumento del precio por habitación con respecto a un hotel rural común.	Estamos ante un público responsable que se familiariza con el entorno y cuida de él. Políticas ecológicas que ayudan a disminuir el gasto energético.	Valores añadidos que posee el entorno como la tranquilidad o intimidad del lugar, así como la magia de sentirte en la época colonial lo cual diferencian este servicio de otros y lo hacen valer por sí mismo.

Con la herramienta **(Re)Define the Proposition** no solo se analiza lo que le puede interesar al cliente sino también a la empresa y más en concreto a los trabajadores.

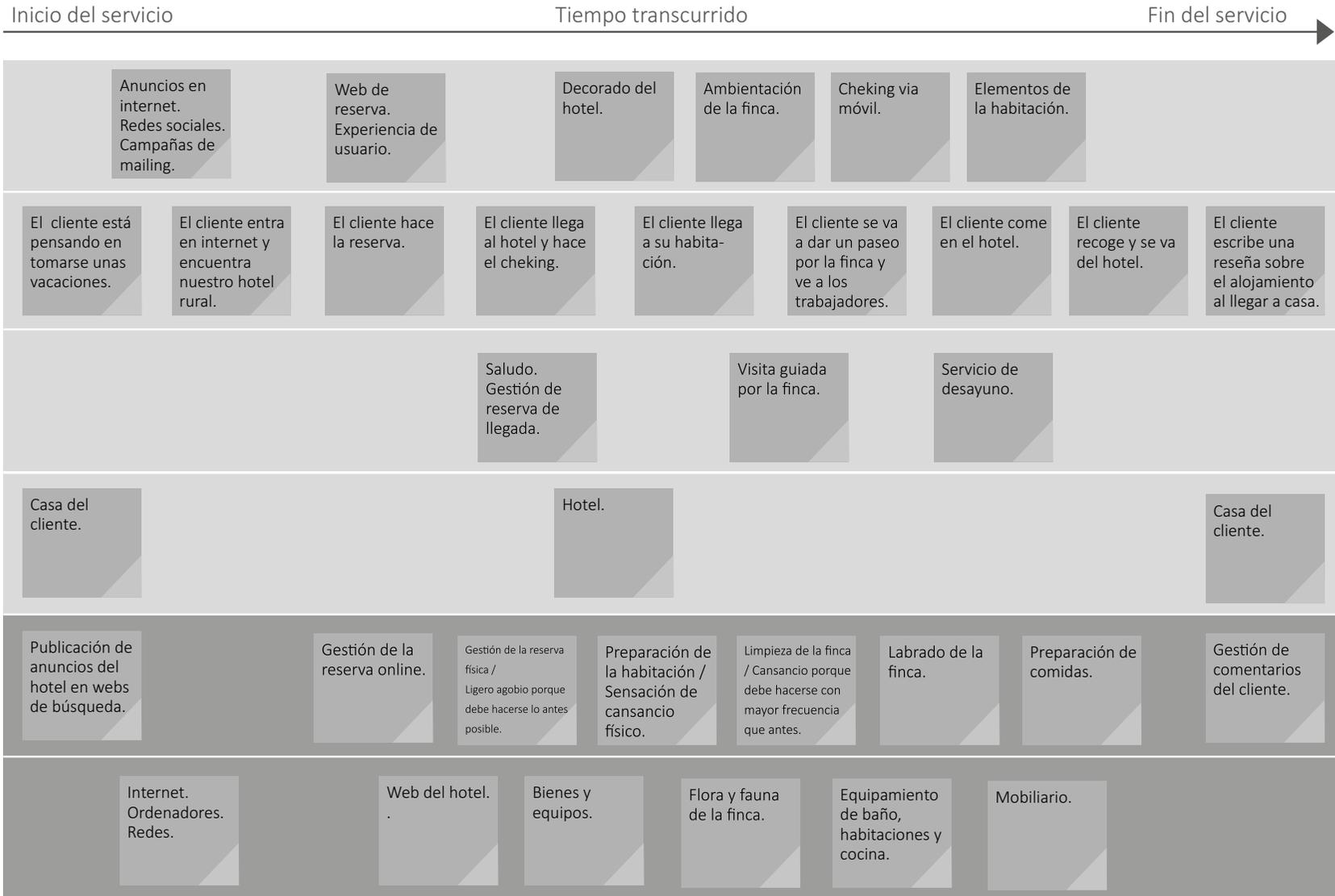
En el primer bloque se exponen las características y beneficios. Se oferta un alojamiento rural de lujo con actividades como excursiones guiadas, entradas para museos de la zona, degustación de plátano o posibilidad de plantar un árbol en la finca. Se trata de un establecimiento que tiene todos los beneficios de un hotel a un precio ligeramente inferior.

Con respecto a la empresa, al tratarse de un hotel, se consigue subir ligeramente el precio en relación con un alojamiento rural. Además, los extras que se añaden ayudan a fidelizar al usuario. A su vez, estos servicios constituyen un extra en los beneficios. Se trata de una propuesta que busca innovar.

Por otro lado, se definen las cualidades del servicio. Un alojamiento tranquilo, sin casas alrededor, con unas vistas inmejorables y toda la tranquilidad que se desee. Todo ello a un precio asequible y con buenos servicios. El acceso a la finca es muy sencillo y las carreteras se encuentran en buen estado. Además, el hotel cuenta con una política de sostenibilidad. Se intenta reciclar el máximo posible de los recursos. Por último, se cuida la estética al máximo. El alojamiento está ambientado en cuba de los años 70 cuando la mayoría de los canarios tuvieron que emigrar. Se trata de sentir que se retrocede en el tiempo buscando lo auténtico.

De cara a los empresarios se oferta un servicio singular y exclusivo. Esto provoca que el número de reservas aumente puesto que hay pocas plazas. El cliente de este tipo de alojamientos se caracteriza por tener solvencia económica y ser respetuoso con el entorno. Todo esto ayuda a mantener un clima de cordialidad y confianza. Además, existen valores añadidos como la ubicación, la tematización del hotel que evoca una época pasada, el buen clima que tiene la zona todo el año o los servicios extra.

BLUEPRINT



Otra de las herramientas más utilizadas en el diseño de servicios es el **Blueprint**. Gracias a ella se puede observar de forma cronológica las acciones que van ocurriendo simultáneamente con el cliente, los empleados y el lugar donde se llevan a cabo.

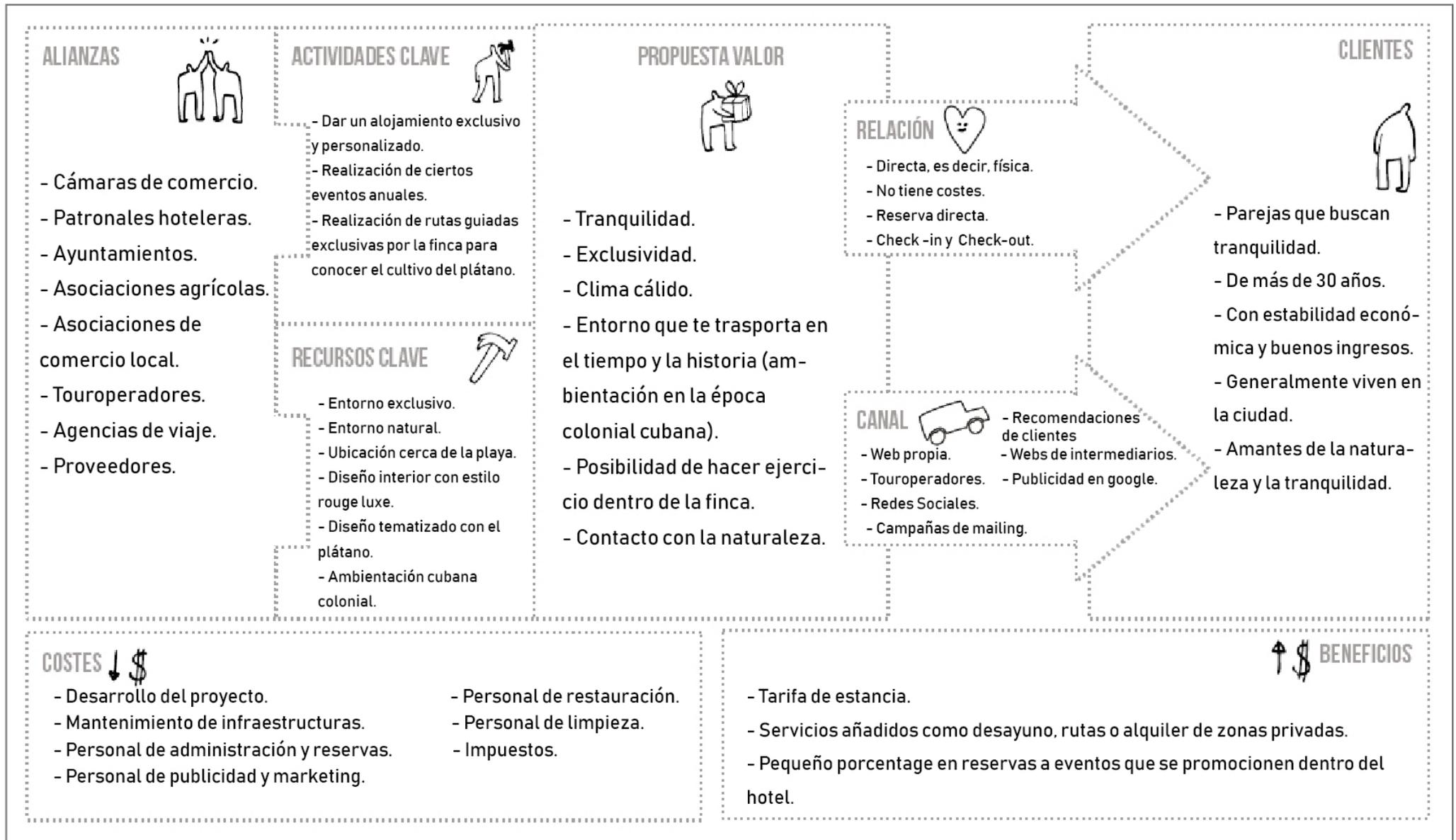
Se observa como ciertos puntos del transcurso de tiempo entre que el cliente reserva el alojamiento y regresa a casa son fundamentales. El momento inicial de reserva es crucial en temas de comunicación. Las campañas publicitarias deben llegar al cliente de forma sencilla, pero sin ser abusivas. Además, este debe estar bien posicionado para que sea fácil de encontrar. La web de reserva también debe ser intuitiva y sencilla.

Otro punto clave es la entrada al establecimiento. Esta debe ser fácil y rápida. Además, se debe abarcar un gran rango horario para que los huéspedes puedan llegar a casi cualquier hora. En este momento el personal juega un papel fundamental puesto que debe causar buena impresión.

Durante la estancia no se requiere gran esfuerzo excepto para intentar dar la mayor comodidad, tranquilidad e intimidad al cliente. Todos los servicios que se oferten deben promover un clima de cordialidad y respeto.

Finalmente, el cliente regresa a casa. Aparece otro punto clave ya que se debe tener en cuenta los posibles comentarios que pueda hacer sobre el alojamiento y responderle para que sienta que se le está dando un trato cercano. Todos los comentarios se irán monitorizando con el fin de mejorar el servicio.

TABLA DE MODELO DE NEGOCIO CANVAS

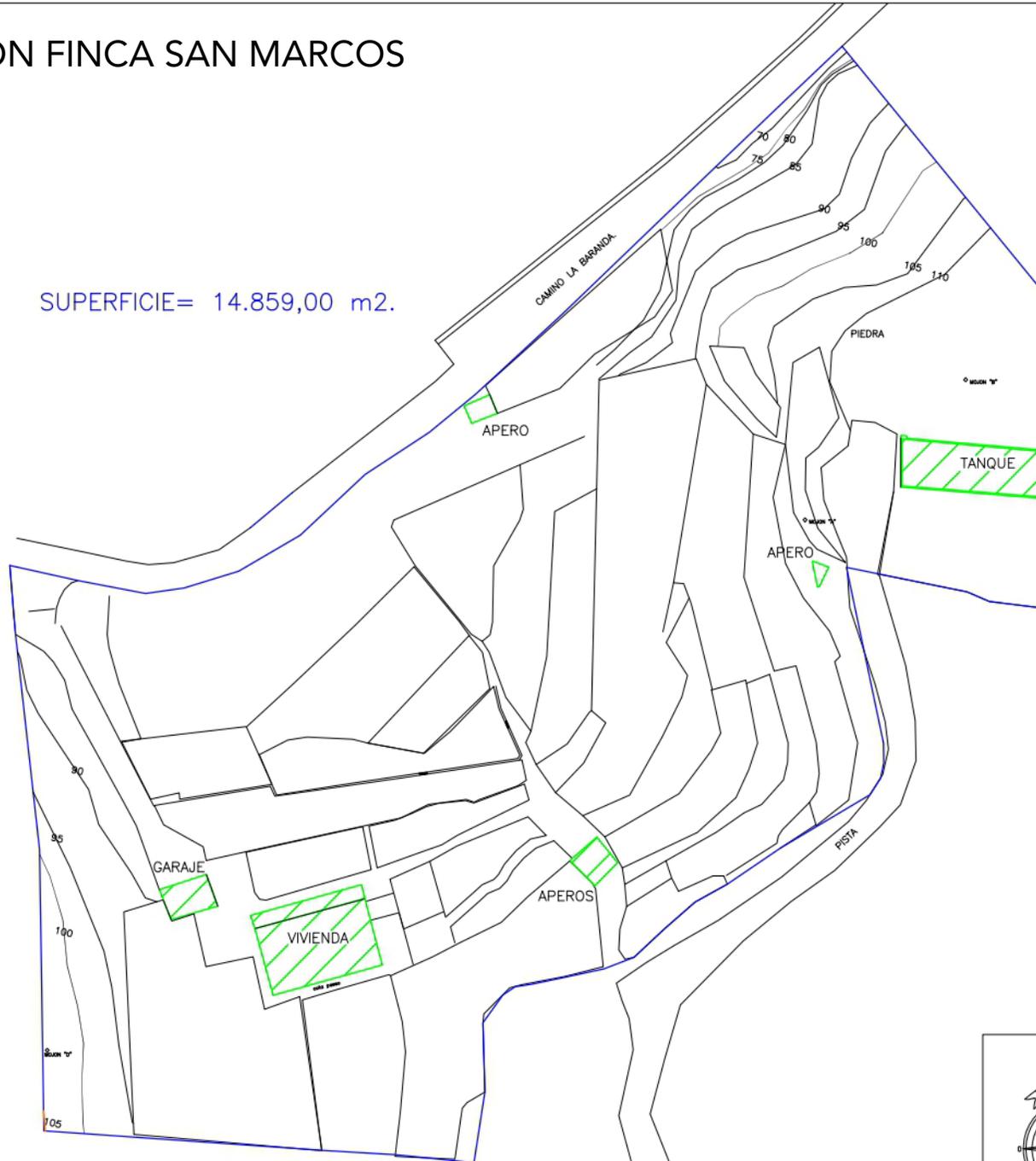




ANEXO II: PLANIMETRÍA E INFOGRAFÍAS

SITUACIÓN FINCA SAN MARCOS

SUPERFICIE= 14.859,00 m².



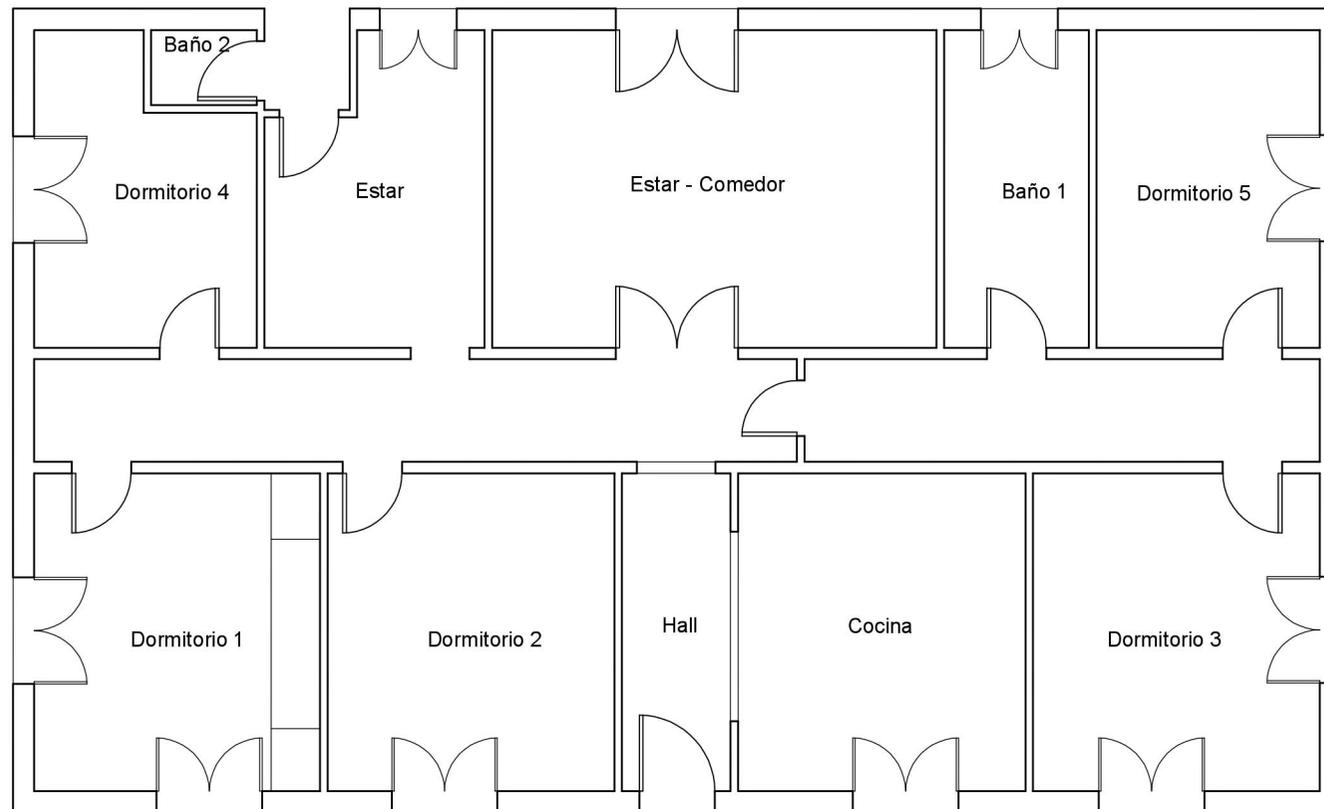
Plano de situación Finca San Marcos

Escala 1:1000

SITUACIÓN: CAMINO LA BARANDA, SAN MARCOS.

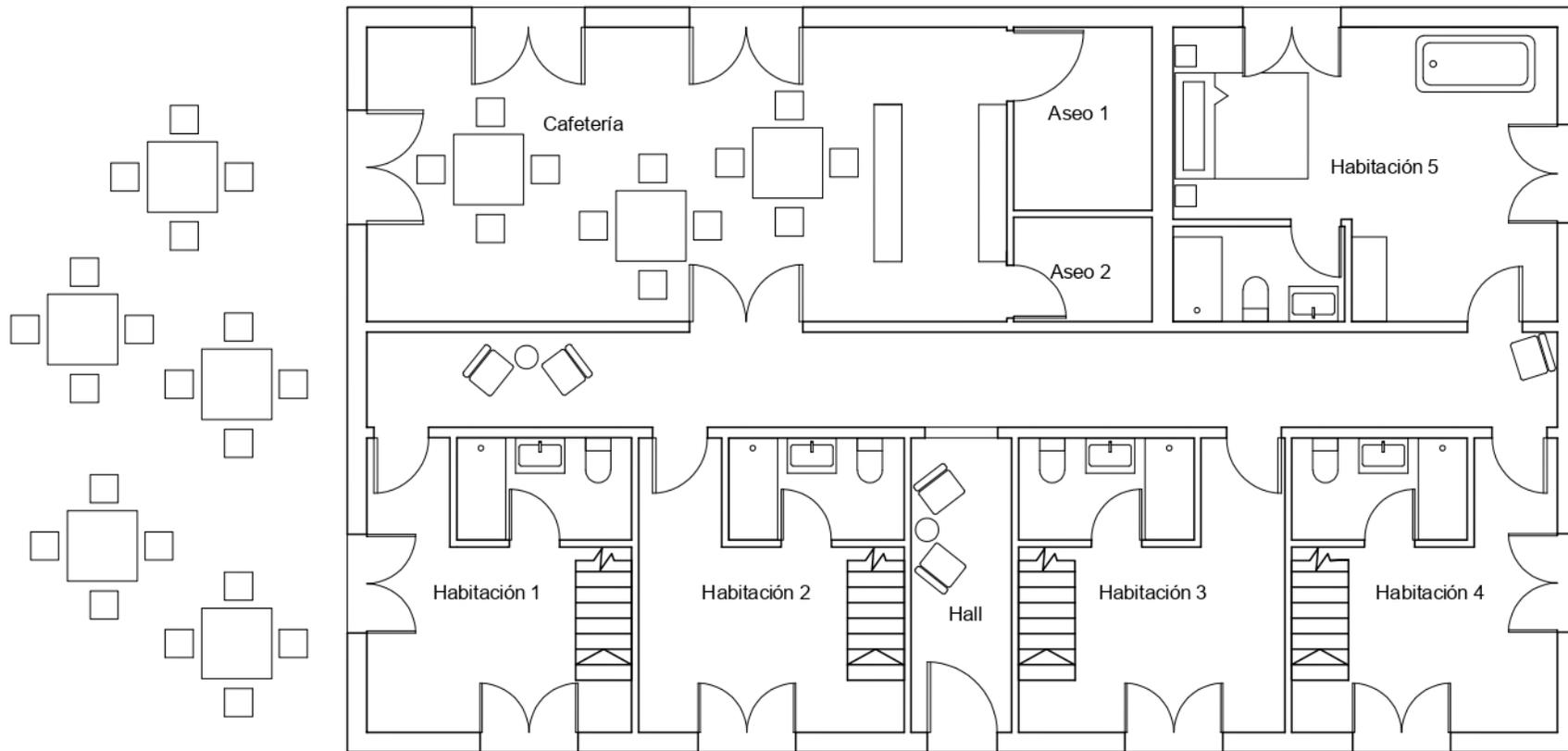
MUNICIPIO: T.M. DE ICOD DE LOS VINOS. 38430.

ESTADO ACTUAL VIVIENDA FINCA SAN MARCOS



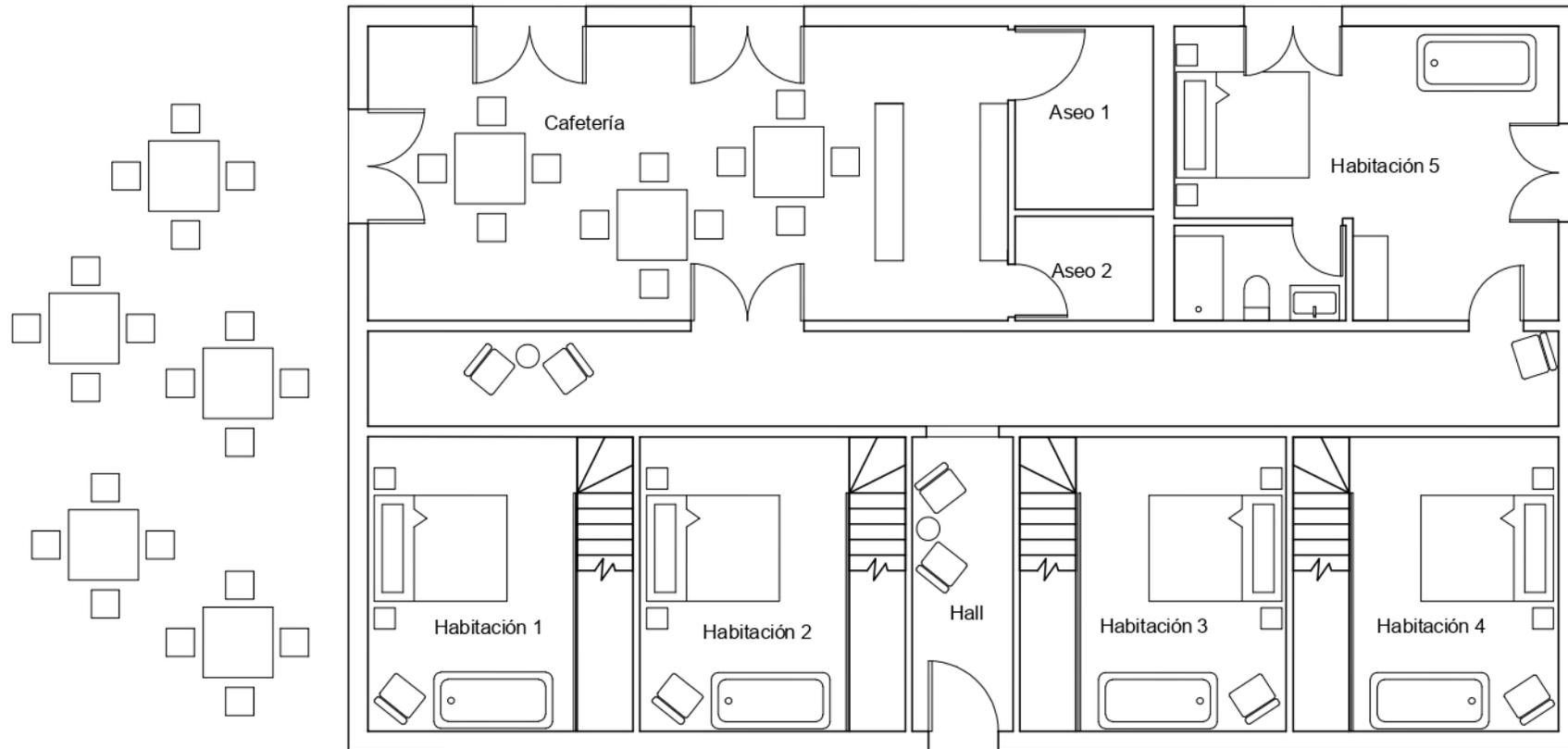
Estado actual.
Vivienda Finca San Marcos.
Escala 1:100.

DISTRIBUCIÓN FINAL. ECOHOTEL TRINIDAD. PLANTA BAJA.



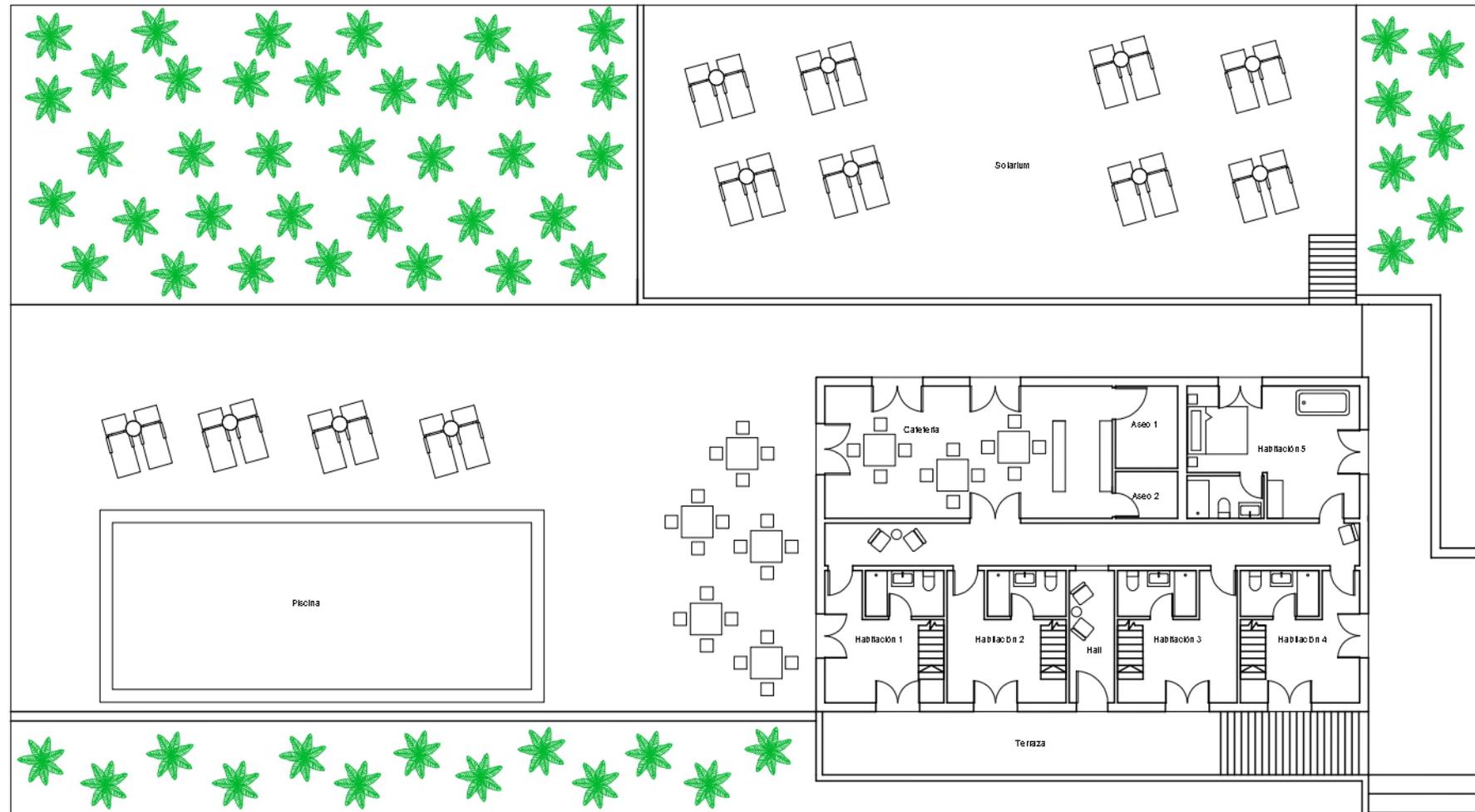
Distribución final. Ecohotel Trinidad.
Planta baja.
Escala 1:100.

DISTRIBUCIÓN FINAL. ECOHOTEL TRINIDAD. PLANTA ALTA.



Distribución final. Ecohotel Trinidad.
Planta alta.
Escala 1:100.

DISTRIBUCIÓN FINAL. ECOHOTEL TRINIDAD. EXTERIORES.



Distribución final.
Ecohotel Trinidad.
Exteriores.
Escala 1:100.

ZONAS COMUNES





























BAÑO















