



Universidad de Valladolid

ESCUELA DE CIENCIAS EMPRESARIALES Y DEL TRABAJO DE SORIA

Grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos

TRABAJO FIN DE GRADO

Creación y Gestión de una Microempresa

Presentado por: Alberto Martín Marín

Tutelado por: Pilar Romero Pérez

Soria, 19 junio de 2013

INDICE

INTRODUCCIÓN.....	5
--------------------------	----------

CAPÍTULO 1 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1. JUSTIFICACIÓN	10
1.2. OBJETIVOS.	
1.2.1. PRINCIPAL.....	12
1.2.2. ESPECÍFICOS.....	12
1.3. ENFOQUE METODOLÓGICO.....	13

CAPITULO 2 ANÁLISIS DE SITUACIÓN

2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO	18
2.2. ANÁLISIS DEL MERCADO	
2.2.1. TURISMO RURAL EN ESPAÑA.....	19
2.2.2. TURISMO GLOBAL EN SORIA.....	22
2.2.3. TURISMO RURAL EN SORIA	23
2.2.4 PERFIL DEL CONSUMIDOR Y PERFIL COMPORTAMIENTO.....	24
2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	26
2.4. ANÁLISIS INTERNO	28
2.5 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO	31
2.6 DAFO	34

CAPÍTULO 3 PLAN DE EMPRESA

3.1.	CONSIDERACIONES GENERALES.....	38
3.2.	DATOS BÁSICOS DEL PROYECTO.....	40
3.3.	ACTIVIDAD DE LA EMPRESA.....	41
3.4.	RRHH Y ORGANIZACIÓN	
	3.4.1. RELACION DE PUESTOS DE TRABAJO QUE SE CREARÁN.....	44
	3.4.2. SELECCIÓN DE PERSONAL.....	45
	3.4.3. ORGANIGRAMA DE EMPRESA.....	45
	3.4.4. DETERMINACIÓN DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO.....	46
3.5.	PLAN DE VIABILIDAD.....	48

CAPÍTULO 4 ASPECTOS FORMALES

4.1.	ELECCIÓN DE LA FORMA JURÍDICA.....	52
4.2.	PROCESO DE CONSTITUICIÓN.....	54
4.3.	PUESTA EN MARCHA.....	56
4.4.	CONTRATACIÓN LABORAL.....	58

CAPÍTULO 5 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

5.1. MODALIDAD ELEGIDA PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PREVENTIVA.....	62
5.2. INTEGRACIÓN DE LA ACTIVIDAD PREVENTIVA EN LA EMPRESA.....	63
5.3. PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES.....	63
5.4. EVALUACIÓN DE RIESGOS LABORALES Y PLANIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD PREVENTIVA.....	64
5.5. VIGILANCIA DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES.....	64
5.6. FORMACIÓN E INFORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES.....	65
5.7. PLAN DE EMERGENCIA.....	66
CONCLUSIONES.....	67
BIBLIOGRAFÍA.....	69
ANEXOS.....	71

INTRODUCCIÓN

El Trabajo Fin de grado que voy a presentar a continuación, abarca distintas materias del Título de Grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos al estar enmarcado dentro del contexto socio-económico y laboral de los últimos años.

El Trabajo Fin de Grado se entiende como una asignatura cuya materia es complementaria y por lo tanto asociado a varias materias.

Es importante puntualizar cuáles han sido las competencias tanto genéricas como específicas del Grado de Relaciones laborales y Recursos Humanos, que se han aplicado.

CG.2. Capacidad de organización y planificación

CG.8. Toma de decisiones

CG.14. Razonamiento Crítico

CE.1. Marco normativo regulador de las relaciones laborales

CE.2. Marco normativo regulador de la Seguridad Social y de la protección social complementaria

CE.3. Dirección y Gestión de recursos humanos

CE.8. Salud laboral y prevención de riesgos laborales

CE.10. Economía y mercado de trabajo

CE.12. Contabilidad y análisis contable

El presente estudio se enmarca en el ámbito temporal del 2013, puesto que es en el mes de Junio cuando tiene lugar la apertura del “Hotel Rural Fuerte de Garray”. Además, y como veremos a lo largo del proyecto, todos los datos expuestos, son totalmente reales y actualizados a 2013, ya que han sido fundamentales para la elaboración de estudios como el plan de viabilidad, o a la hora de realizar la contratación de personal y el cálculo de sus nóminas.

El ámbito geográfico sobre el que se ha realizado dicho estudio, es la comarca de Garray, teniendo en cuenta la situación actual de crisis por la que estamos pasando, pero sobre todo valorando los aspectos positivos que me han llevado a realizar este proyecto en este entorno que a continuación veremos, pero no sin antes dedicar unas líneas a un campo tan importante en nuestro país como es el turismo.

El sector del turismo se ha posicionado en los últimos años como una de las áreas de actividad más reseñables para la economía y sociedad españolas. En la actual crisis económica en la que se encuentra inmerso el país, esta actividad adquiere, si cabe, un interés aún mayor, al plantearse como uno de los sectores sobre los que apoyar la estrategia de crecimiento, tanto por las nuevas tendencias del mercado como por sus posibilidades de generación de empleo y riqueza.

Esta importancia queda contrastada al analizar los ingresos generados por el sector turístico en España y su capacidad de empleabilidad. Según datos de la Organización Mundial del Turismo (OMT), nuestro país, es uno de los principales destinos turísticos a nivel mundial

España es el segundo país del mundo que más ingresa por turismo extranjero con 43.000 millones de euros (un 8,6% más que en 2010), sólo por detrás de EE.UU. Además es el primer destino del mundo en turismo vacacional, y el cuarto en número de turistas.

Por otra parte, los datos obtenidos por la encuesta de Familitur (por el Instituto de Estudios Turístico IET) muestran como los viajes realizados por los turistas españoles dentro del país se mantuvieron durante el 2012, acaparando 9 de cada diez escapadas, mientras que los realizados al extranjero sufrieron una importante bajada. Estos resultados indican que el turismo de interior se mantiene a pesar de la crisis, siendo el turismo hacia el extranjero el principal perjudicado.

Atendiendo a datos del primer trimestre del año (2013), se observa que cinco de cada diez viajes tuvieron como destino Andalucía, Cataluña, Comunidad Valenciana y Castilla y León, mientras que por procedencia, indican que en torno a la mitad de los viajes tuvieron su origen en Andalucía, Cataluña y la Comunidad de Madrid (IET)

En el plano social, cabe señalar que España se encuentra en unas alarmantes cifras de desempleo, por lo que podría ser el momento para crear negocios que puedan paliar en parte ese problema.

El liderazgo de nuestro país en el sector turístico, hace que dicha actividad suponga más de un 10% del PIB y que ofrezca un 11% de empleo, incluso en estos momentos de crisis, por lo que es considerado como uno de los ejes estratégicos para la recuperación económica. En base a esta consideración, se puso en marcha el Plan Nacional e Integral de Turismo (2012-2015) que consta de 28 medidas y 104 acciones, y que a 1 de abril se encuentra ejecutado al 39%. El Plan contempla entre otras, la política de agilización de visados turísticos, impulso al Plan de Marketing de Turespaña, el apoyo a los emprendedores turísticos a través de las líneas de financiación Emprendetur, así como la apuesta por la innovación en la oferta turística.

En cuanto al turismo rural en concreto, el apoyo, principalmente financiero, que en sus inicios tuvo esta actividad por parte de todas las administraciones, locales, autonómicas, nacionales e incluso de la Unión Europea, a través de los distintos programas europeos en España, ha permitido consolidar unas estructuras productivas y una actividad económica de especial importancia para las zonas rurales.

El turismo rural se ha consolidado dentro de la oferta turística española como un producto característico y diferente, especialmente vinculado a aquellas Comunidades Autónomas en donde el turismo como actividad económica se ha desarrollado más recientemente. Su desarrollo ha contribuido

notablemente a la diversificación de la oferta turística, así como a la dinamización de las economías de regiones y zonas, sobre todo en comarcas y áreas de interior.

El turismo rural ha sufrido una importante evolución desde sus orígenes, tanto desde el punto de vista cuantitativo como del cualitativo. Cambios influenciados por numerosos aspectos como modificaciones en la demanda, en los destinos, o en los aspectos sociales y demográficos, por ejemplo, que ha hecho del turismo rural un producto turístico nuevo y diferente de aquél inicial.

El turista rural, sin embargo, está cambiando. Disfrutar de la naturaleza es su prioridad, busca estar en contacto con el entorno rural y demanda la autenticidad, pero además, ahora demanda también una experiencia sensorial, que sea más emocional y sobre todo vivir algo original. Su objetivo es obtener una experiencia única, no desea tanto “una casa” cómo “un trato “muy personalizado”.

Algunas de estas conclusiones sobre el perfil del nuevo turista rural fueron debatidas con acierto en el IV Congreso Internacional de Turismo Rural de Navarra el pasado mes de febrero y las tomaremos como base para el diseño de nuestra propia estrategia como veremos más adelante. Tomaremos esta nueva tendencia como una oportunidad del mercado hacia la que dirigiremos.

El proyecto que presentamos a continuación, pretende **analizar la viabilidad de un negocio turístico orientado al turismo rural**. Su ubicación es por tanto un factor determinante en la previsión, por lo que analizaremos las particularidades, ventajas e inconvenientes por las que se ha optado por la comarca de Garray como emplazamiento para el “Hotel Rural Fuerte Garray”. (Ley 14/2010 de 9 de diciembre de turismo rural, en su artículo 35.1.a)

En capítulos posteriores analizaremos el sector del turismo rural, centrándonos en la Provincia de Soria y más, concretamente, en la comarca de Garray. Mostraremos las principales conclusiones obtenidas en un análisis de situación realizado de forma paralela para el presente proyecto, de forma que podamos realizar un buen diagnóstico y definir mejor nuestro producto y estrategia.

Igualmente nos servirá para conocer los aspectos que afectan o puedan afectar a nuestro plan de viabilidad. No es objeto de este proyecto trabajar los aspectos referentes al marketing o la comercialización entre otros, sino el de incidir en los aspectos estudiados a lo largo del Grado de Relaciones Laborales. Por esta razón, nos centraremos en las áreas de organización y métodos del trabajo, recursos humanos y factores económicos-financieros, como aparece en el capítulo 3; en los aspectos jurídicos y laborales del capítulo 4, y por último el campo de la prevención de riesgos laborales comentado en el capítulo 5, tan importante y de carácter obligatorio en el mercado laboral. Aunque como entendemos que los aspectos comerciales y de marketing son necesarios para el estudio global de la viabilidad, lo incluiremos de manera resumida.

Entendemos que esta propuesta puede contribuir positivamente a la diversificación y ampliación de la oferta turística local y provincial, dando lugar a una mejor valoración por parte del turista, cada vez más especializado y exigente, y contribuir además a la mejora de la imagen turística global.

CAPITULO 1
IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

CAPITULO 1 IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

1.1 JUSTIFICACIÓN DEL PROYECTO

Este proyecto se encuadra dentro de un fenómeno social de máxima relevancia para el ciudadano de hoy en día que es la ocupación de ocio y tiempo libre. El turismo, ya sea cultural, de descanso, de experiencias, deportivo, etc. es considerado como una forma de satisfacer algunas de las necesidades humanas básicas.

Según los estudios, el turismo ayuda a satisfacer las tres primeras necesidades básicas representadas en la pirámide de Maslow (fisiológicas, seguridad y sociabilización), sin embargo, son ya muchas las opiniones que apuntan a que el turista se vuelve más exigente, por lo que en la actualidad, además de cubrir, mediante la práctica del turismo, necesidades de descanso o de sociabilización entre otras, busca también alcanzar la satisfacción de aquellas necesidades reflejadas en la parte superior del triángulo de Maslow: reconocimiento y autorrealización. Somos más complejos, solicitamos un turismo experiencial, entornos más activos y personalizados.

Sin embargo, hay que señalar, que en los países en los que la crisis más se ha hecho notar, el turista ha bajado de nuevo los dos escalones superiores y se conforma con el turismo que satisface sus necesidades más básicas, a las que no es capaz de renunciar. Es por tanto, **un sector capaz de hacer frente a la crisis con ciertas adaptaciones.**

Sin profundizar más en temas psico-sociológicos, entendemos que el turismo es una actividad capaz de satisfacer las necesidades más básicas del ser humano, y que además, puede satisfacer necesidades superiores cuando el bolsillo o el mercado, lo permite.

Por otra parte, nuestra pretensión es ubicar nuestro Hotel Rural en la localidad de Garray. Garray y su comarca es una zona de gran riqueza y patrimonio arqueológico, natural y cultural que cada vez es más tenido en consideración y su puesta en valor más evidente.

Cuenta con oferta variada en alojamientos turísticos, pero insuficiente, desde nuestro punto de vista, tanto para satisfacer cuantitativa como cualitativamente al turista actual y potencial.

En el aspecto cuantitativo, entendemos que tiene cabida un nuevo alojamiento para cubrir con más plazas la demanda de pernoctaciones en la zona, que en determinadas épocas del año es superior a la oferta.

En el aspecto cualitativo, pretendemos abordar un hueco en el mercado del turismo rural que en la actualidad no se encuentra cubierto con ninguna oferta de la zona, y que sin embargo, tiene probada su viabilidad en

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

otros lugares de características similares. Consideramos, que nuestra oferta cualitativa, orientada a las nuevas tendencias de consumo dentro del sector del turismo rural, será capaz de atraer por sí sola, no sólo a consumidores de la competencia, sino a un grupo de nuevos consumidores que no encuentran satisfechas sus necesidades en la actualidad con ninguna oferta existente. Nuestra oferta cualitativa se define más adelante.

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 PRINCIPAL

El objetivo principal de este proyecto fin de grado es el de **evaluar la viabilidad de un negocio de alojamiento rural** ubicado en el municipio de Garray, tanto a medio como a largo plazo, a través del análisis de situación tanto externo como interno, centrándonos en el estudio económico-financiero y de RRHH.

1.2.2. ESPECÍFICOS

- Analizar la situación para conocer el entorno en el que nos encontramos, el mercado, la competencia, y todos aquellos aspectos que puedan afectar a la hora de desarrollar el plan de viabilidad.
- Evaluación de costes de implementación del hotel-rural y pronosticar las ventas de éste, para decidir si los costes están de acuerdo con los requerimientos de calidad de la empresa y a demás si son factibles desde el punto de vista económico para el desarrollo positivo de la empresa.
- Diferenciar las distintas funciones y cargos de los empleados, así como las situaciones legales de empleo de cada uno de ellos para un cumplimiento óptimo de nuestros objetivos y un desarrollo eficiente de los servicios prestados.
- Analizar la factibilidad económica y financiera del hotel rural con el fin de tener herramientas convincentes a la hora de tomar decisiones empresariales.
- Enumerar todo tipo de documentación e impresos (en los correspondientes anexos) que sean necesarios y obligatorios para la constitución de la empresa.
- Desde el punto de vista de la prevención, llevar un seguimiento minucioso de todos y cada uno de los riesgos que conlleva cada puesto de trabajo, preocupándome al 100% de la seguridad de nuestros trabajadores, con la contratación de un servicio ajeno de prevención y cubriendo la cobertura de contingencias profesionales mediante una mutua.

1.3 ENFOQUE METODOLÓGICO

La recopilación de datos para este proyecto se elaboró a partir de fuentes de información propias.

Pero también, este proyecto se ha elaborado a través de fuentes de información secundaria, con diversa bibliografía consultada en la Biblioteca Pública de Soria y la biblioteca del Campus de Soria y a través de diversas páginas web. Y, es que, actualmente en la red existen una gran cantidad de datos, de acceso público y gratuito, que provienen de diversas fuentes, pero dado que los datos estadísticos suponen el motor de arranque de este proyecto, he decidido utilizar, consultar y tener en cuenta los datos oficiales de índole nacional, regional y provincial.

Algunas de estas páginas son:

Instituto de Estudios Turísticos (I.E.T.), dependiente del Ministerio de Industria, Energía y Turismo. Y de dicha página he obtenido los siguientes enlaces:

- FAMILITUR: Encuesta de movimientos turísticos de los españoles.
- EGATUR: Encuesta de gasto turístico.
- OCUPATUR: Encuesta de ocupación hotelera.
- COYUNTUR: Analiza los principales indicadores de la actividad turística.

De la página web de TURESPAÑA (secretaría de estado de turismo), he obtenido, **el plan nacional de turismo 2012-2015,**

A continuación detallaré los puntos a los que he acudido durante el transcurso de la elaboración de este proyecto:

1/ Oficina de Turismo, es la organización encargada de proveer información a los turistas potenciales, y turistas que visitan un determinado lugar con el fin de facilitar su decisión de viajar. Suele ser de carácter público con el fin de mantener neutralidad y calidad de la información, sin sesgamientos comerciales. Facilitándome el resumen ejecutivo del **Plan de estratégico de turismo de Castilla y León,** así como **el Resumen ejecutivo del Plan de Marketing.**

2/ Diputación Provincial de Soria, es un órgano de gobierno de carácter territorial y cuya función es gestionar los intereses económicos – administrativos de la provincia. Es, pues otro punto interesante de recopilación de información. Proporcionándome diversos datos del patrimonio de la provincia

3/ Instituto Nacional de Estadística, como organismo autónomo de carácter administrativo adscrito al Ministerio de Economía y con un papel destacado en la actividad estadística pública, se le encomienda la realización de las

CAPÍTULO 1

operaciones de gran envergadura. Por lo tanto, se trata de la fuente más importante de datos y estadísticas de nuestro país, por ello es esencial para cualquier tipo de recopilación de datos e información.

4/ Asothur: Agrupación soriana de hostelería y turismo, defiende los intereses de sus asociados y potencian el tejido turístico de nuestra provincia.

Éstos, son los dos motores que mueven todas y cada una de las iniciativas que emprenden desde Asothur.

5/ Ventanilla Única, es un servicio desarrollado al objeto de dar cumplimiento a los requisitos y obligaciones exigidos tanto en la Ley 17/2009 de 23 de noviembre sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio como en la Ley 25/2009, de 22 de diciembre, de modificación de diversas leyes para su adaptación a la Ley sobre el libre acceso a las actividades de servicios y su ejercicio. Es decir, te explican todos los trámites administrativos que has de cumplir para la creación de una empresa, las subvenciones a las que tienes derecho a acogerte, etc.

6/ Oficina de empleo del Ectl. Gracias a sus agentes de empleo y desarrollo local, te facilitan información sobre asuntos de contrataciones, orientación de autónomos, formación, etc.

7/ Excmo. Ayto. de Garray. Casa consistorial encargada de potenciar todo tipo de actividades y servicios para atraer turismo a la zona, principalmente en las temporadas altas, como son las de veranos y semana santa.

8/ Asociación Cultural Celtibérica Tierraquemada.

9/ Soria Prevención S.L. es un Servicio de Prevención de riesgos laborales autorizada por la Junta de Castilla y León para actuar como Servicio de Prevención Ajeno por resolución 23 de julio de 2001, en las especialidades: Seguridad del trabajo, Higiene Industrial, Ergonomía y Psicología Aplicada.

La mayor parte de los datos que se han utilizado pertenecen a organismos oficiales, dado que la fiabilidad de los datos es de gran importancia para el presente proyecto.

Pero a parte de los datos estadísticos, hay que darle importancia a la parte práctica. Me refiero a las entrevistas, visitas, citas, encuestas que he realizado a lo largo de este proyecto, destacando los siguientes:

Dña. María José Jiménez, alcaldesa de Garray. Reuniéndome con ella el 19 abril del 2013, y comentándome las actividades que tienen intención de hacer para los próximos años.

D. Alfredo García Tejero, miembro vocal ejecutivo de Asothur, citándome para vernos el día 25 abril, explicándome las ideas que tienen en mente para promocionar el turismo hostelero en la provincia.

IDENTIFICACIÓN DEL PROYECTO

D. Felipe Las Heras García, médico especialista en medicina del trabajo de Soria Prevención S.L., entrevistándome con él el 6 de mayo y comentándome cuál es procedimiento a seguir, para la implantación en una empresa de nueva creación de un completo sistema de gestión de riesgos laborales.

D. César Jiménez, y Oscar Chacobo, empresarios hosteleros de Garray. Uno tiene un hostel y bar restaurante y otro una casa rural. Con ellos pude mejorar el análisis de la competencia de mi negocio en Garray, planteando ventajas e inconvenientes de la competencia. En este caso en el campo de la hostelería.

CAPÍTULO 1

CAPITULO 2
ANÁLISIS DE SITUACIÓN

CAPITULO 2 ANÁLISIS DE SITUACIÓN

2.1. ANÁLISIS DEL ENTORNO

No es objetivo del presente proyecto presentar un análisis exhaustivo del entorno, ni extendernos en el mismo. Baste decir que se ha tenido en cuenta para la elaboración de nuestro diagnóstico y para la toma de decisiones empresariales que inciden la “viabilidad del proyecto”.

El entorno político-económico, la actualidad jurídica y legislativa, el estado de las infraestructuras (especialmente en la provincia de Soria), entre otros aspectos como las leyes y el entorno medioambiental o los aspectos (movilización geográfica, distribución de la renta, etc.) se han tenido en cuenta para extraer los datos más relevantes para el posterior diagnóstico.

2.2. ANÁLISIS DE MERCADO: SECTOR TURISMO

En este punto analizaremos nuestro mercado y nuestro público objetivo para poder elaborar un diagnóstico lo más exhaustivo posible.

La información estadística, y en especial la referente a los movimientos de viajeros ha sido obtenida de diversos organismos como el Instituto Nacional de Estadística y la Junta de Castilla y León. De estos estudios, se han extraído los datos más importantes para nuestro análisis y se ha procedido a la elaboración de gráficos propios, para una mejor visualización de la situación propia.

Los datos relativos al comportamiento del consumidor, su perfil sociodemográfico, el gasto medio por viajero, su forma de buscar información, reservar, o sus preferencias y valoraciones entre otros aspectos, han sido extraídos principalmente del Instituto de Estudios Turísticos perteneciente al Ministerio de Industria, Energía y Turismo, y más concretamente del estudio Familitur (2011-2012), aunque también se han consultado los estudios Egatur y Frontur. Como consulta secundaria se ha recurrido al estudio que cada año realiza Top Rural, y que publica bajo el nombre de “Radiografía del Turista rural”.

La información aportada por otras fuentes ya mencionadas en el capítulo 1, ha sido tenida en cuenta para el análisis en esta sección, aunque su principal aporte informativo ha servido para el análisis de secciones que veremos más adelante.

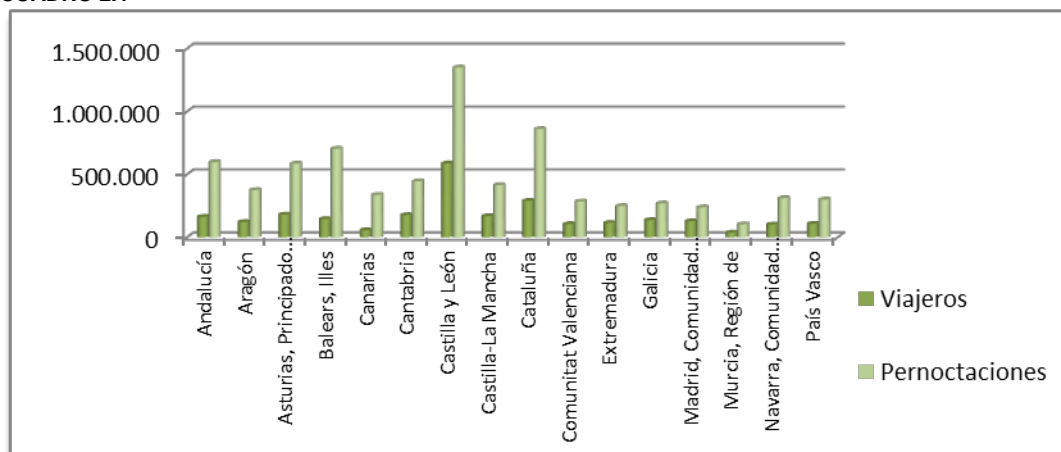
La información a la que se ha podido tener acceso es de gran riqueza y variedad y nos ha proporcionado una gran cantidad de datos, imposibles de reflejar por su extensión en estas páginas. A continuación mostramos algunos

de los datos que hemos estudiado y analizado, pero sólo a modo de ejemplo, ya que como ya hemos señalado, no es nuestro objetivo el estudio de mercado sino el de centrarnos en los aspectos relacionados con el grado de Relaciones Laborales.

2.2.1 ANÁLISIS TURISMO RURAL EN ESPAÑA

Número de viajeros y pernoctaciones según CC.AA. en 2012 (Alojamientos Turismo Rural)

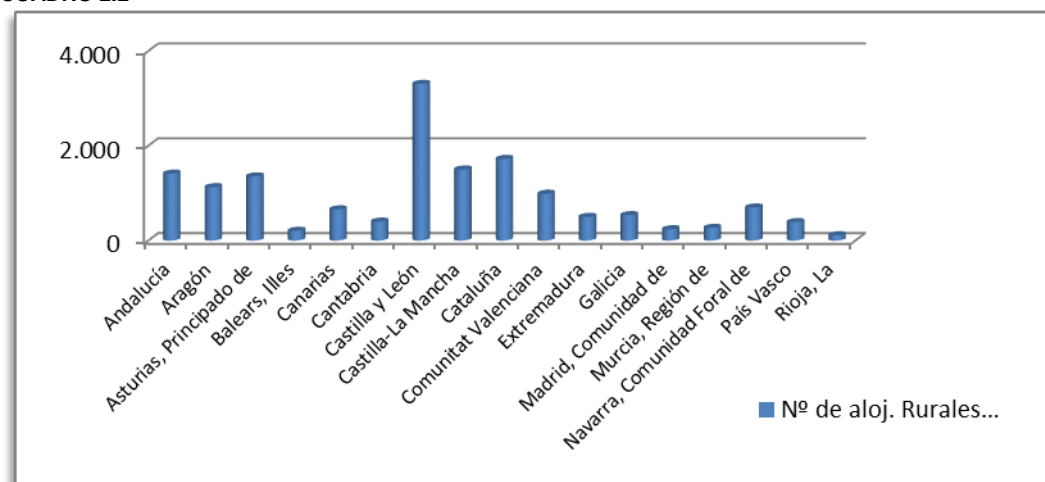
CUADRO 2.1



Datos INE. Elaboración propia

Número de alojamientos rurales abiertos por CC.AA. (2012)

CUADRO 2.2

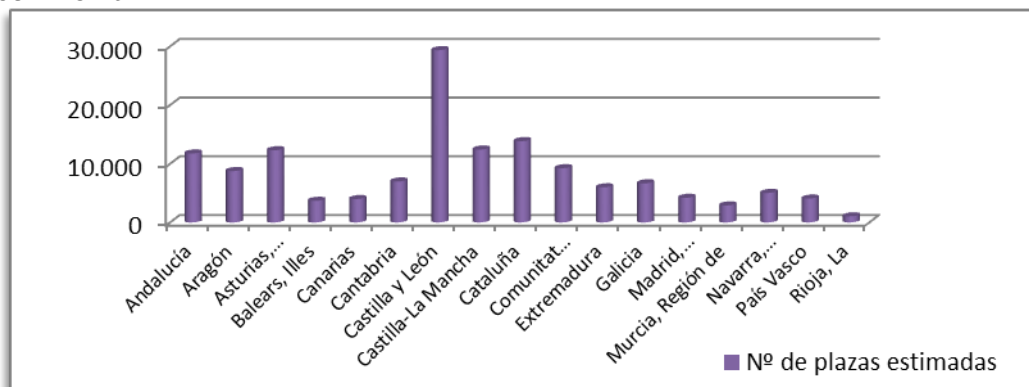


Datos INE. Elaboración propia

CAPÍTULO 2

Número de plazas por CC.AA. (2012)

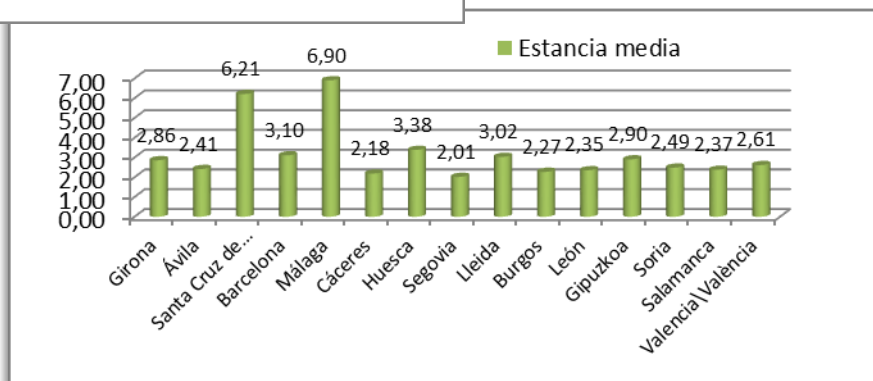
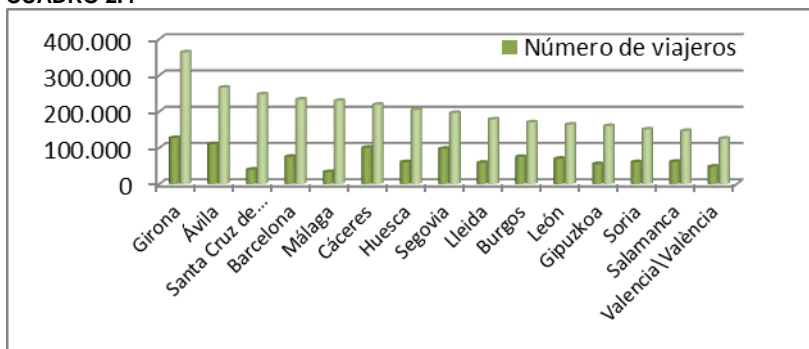
CUADRO 2.3



Datos INE. Elaboración propia

Provincias con mayor número de pernoctaciones y estancia media (2012)

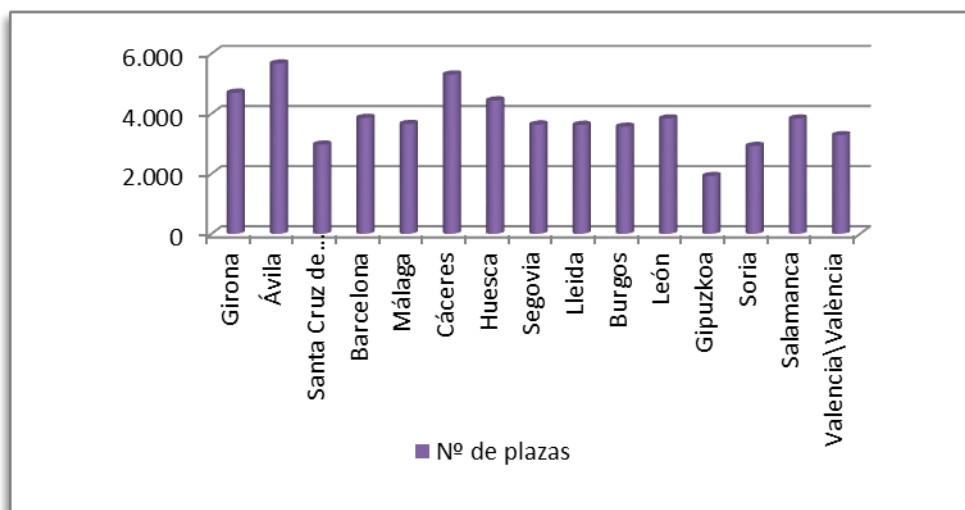
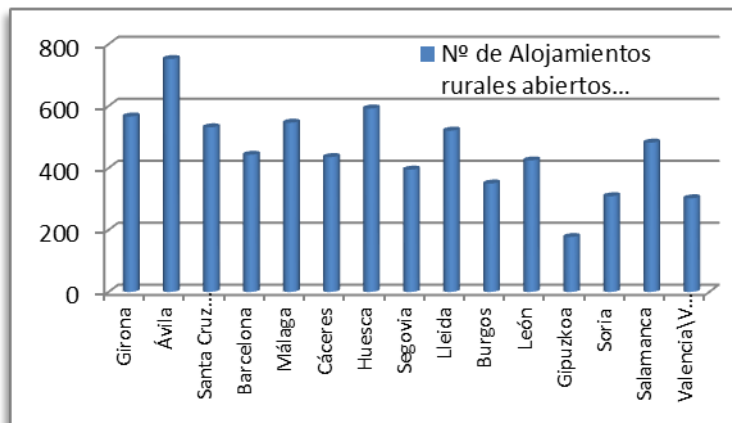
CUADRO 2.4



Datos INE. Elaboración propia

Nº Alojamientos y plazas estimadas en las provincias con mayor número de pernoctaciones (2012)

CUADRO 2.5



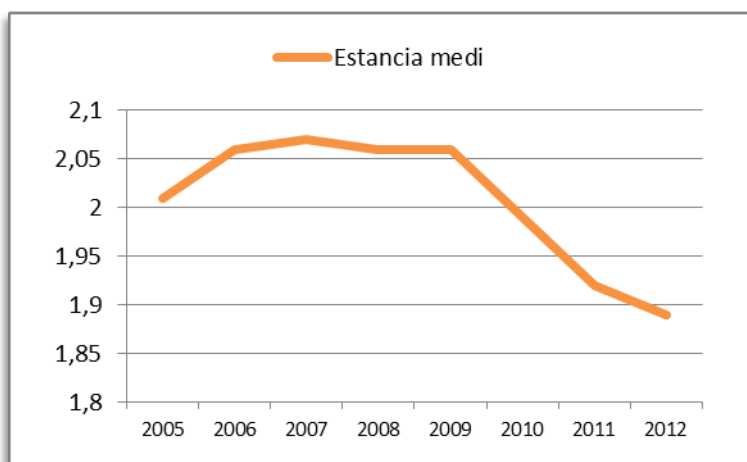
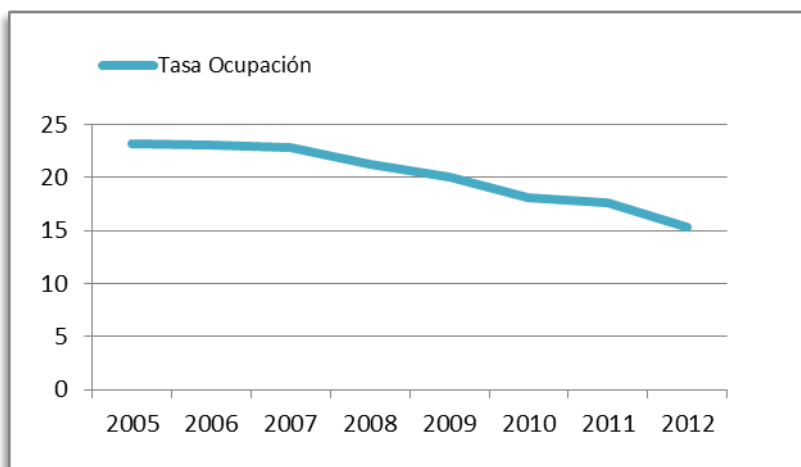
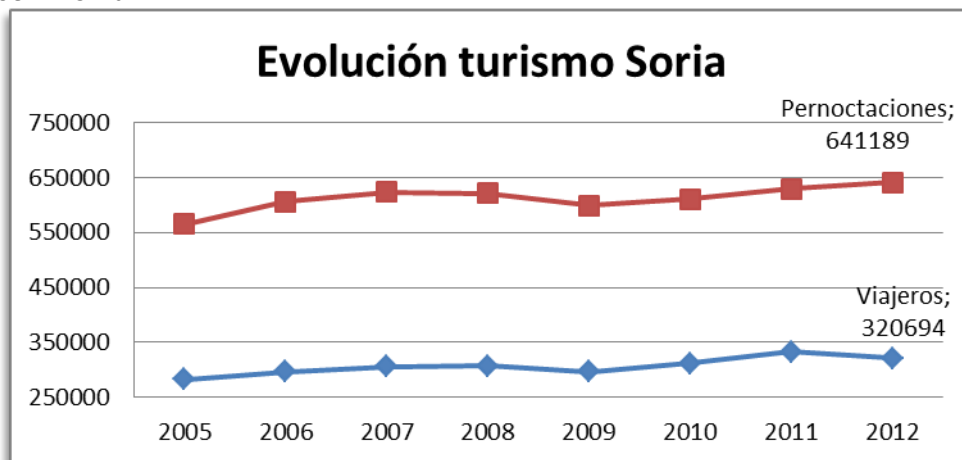
Datos INE. Elaboración propia

CAPÍTULO 2

2.2.2 ANÁLISIS TURISMO GLOBAL EN SORIA.

Evolución 2005-2012. Turismo global (hoteles, hostales, rural y camping)

CUADRO 2.6

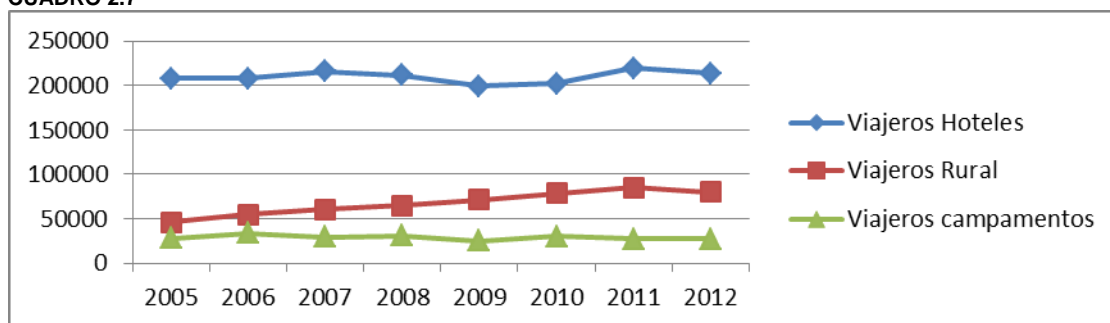


Datos Junta de Castilla y León. Elaboración propia

2.2.3 ANÁLISIS TURISMO RURAL EN SORIA

Viajeros según tipo de alojamiento (Hotel, Alojamiento rural o camping)

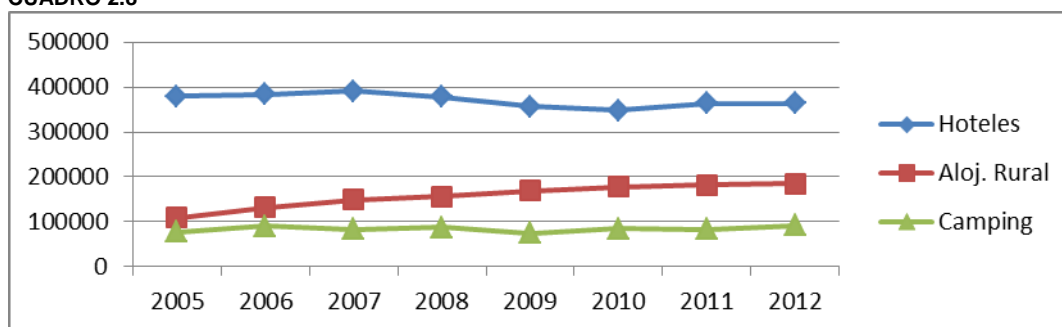
CUADRO 2.7



Datos Junta de Castilla y León. Elaboración propia

Pernoctaciones según alojamiento (Hotel, Alojamiento rural o Camping)

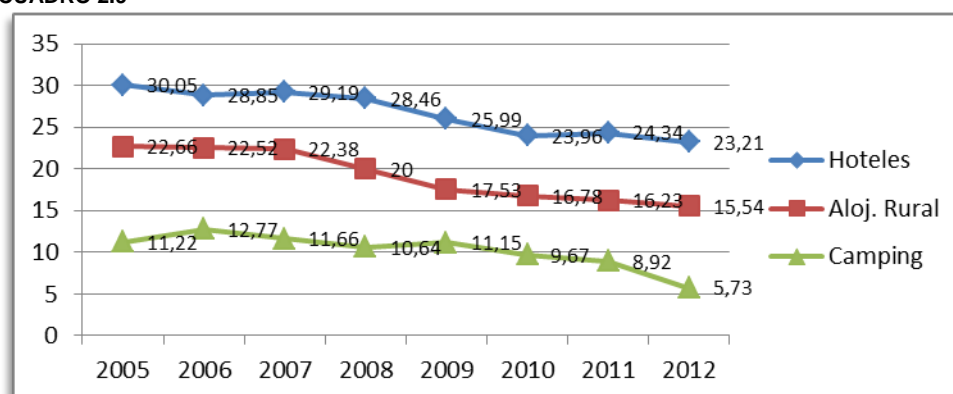
CUADRO 2.8



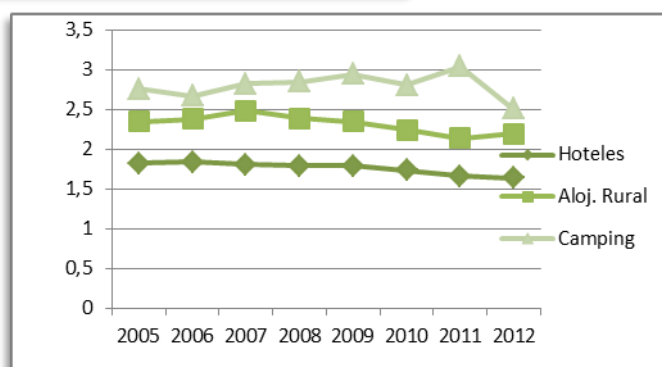
Datos Junta de Castilla y León. Elaboración propia

Tasa ocupación y días de estancia media, según tipo de alojamiento

CUADRO 2.9



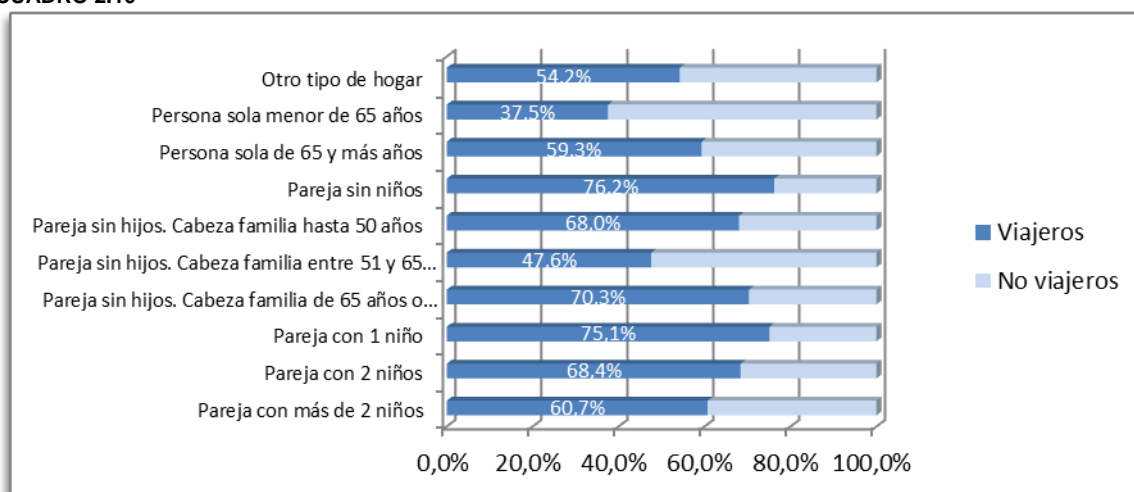
Datos Junta de Castilla y León. Elaboración propia



2.2.4 ANÁLISIS DEL CONSUMIDOR. PERFIL Y COMPORTAMIENTO

Hogares viajeros y no viajeros según composición

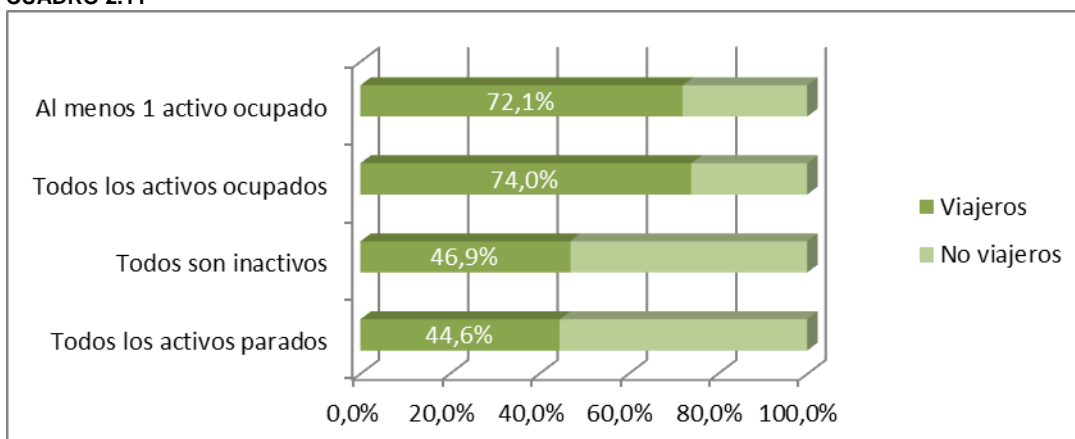
CUADRO 2.10



Fuente IET Familitur Datos 2011. Elaboración propia

Hogares viajeros y no viajeros por situación laboral

CUADRO 2.11



Fuente IET Familitur Datos 2011. Elaboración propia

Perfil individuos

Perfil socio-demográfico del turista residente

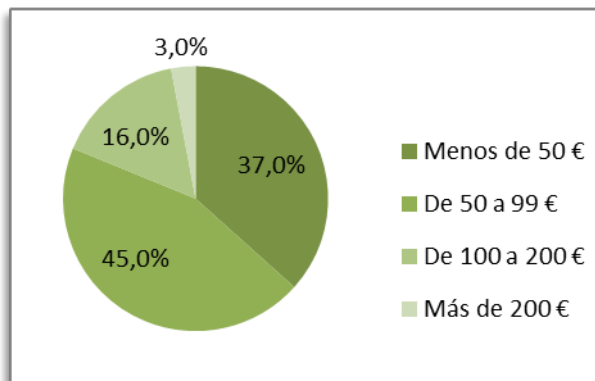


Fuente IET Familitur Datos 2011. Elaboración Familitur

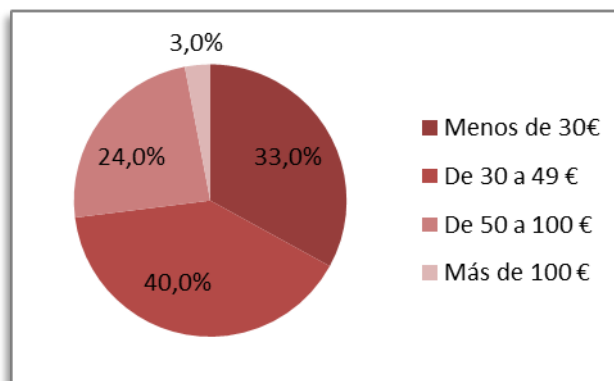
Gasto medio por persona y día del turista rural y parte destinada al alojamiento

Gasto medio por persona y día

CUADRO 2.12



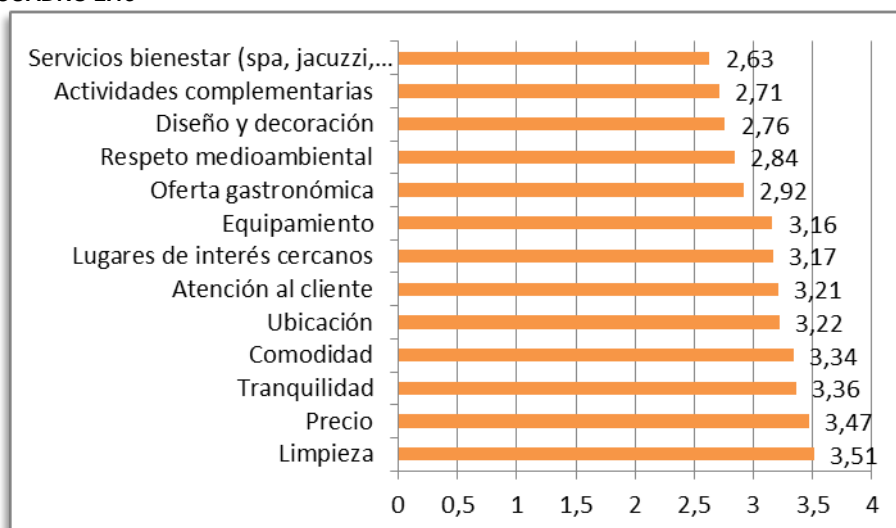
Parte destinada al alojamiento (persona y día)



Datos Radiografía del Viajero Rural Toprural. Elaboración propia.

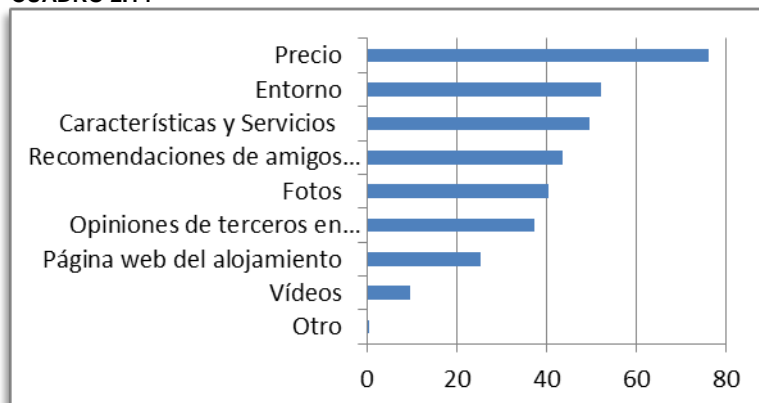
Aspectos más valorados por el viajero rural

CUADRO 2.13



Factores influyentes en la decisión de compra/contratación

CUADRO 2.14



Datos Radiografía del Viajero Rural Toprural. Elaboración propia.

2.3. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

Como competencia tenemos en cuenta un gran abanico de operadores que ofrecen sus servicios dentro de nuestro sector. De esta manera, una posada en Soria capital puede ser parte de dicha competencia, al igual que un hotel rural en La Rioja. Diferenciamos tres grupos de competidores que debemos estudiar y analizar para conocer mejor nuestra posición en el mercado y ubicar nuestros servicios. **La competencia directa** está integrada por los establecimientos de turismo rural ubicados en nuestra zona de influencia, es decir, en la misma localidad de Garray. **La competencia cercana**, está formada por aquellos establecimientos que se encuentran ubicados en zonas muy próximas a nuestra ubicación y que comparten con nuestra empresa la oferta del entorno natural y cultural. Por último, encontramos la **competencia ubicada en las zonas limítrofes**. Sin embargo, para poder comenzar el negocio y llevar a cabo un posicionamiento acertado y conciso, únicamente tendremos en cuenta los alojamientos ubicados en nuestra zona directa de influencia (Garray). Dejaremos para más adelante, cuando se lleve a cabo la aplicación de una estrategia de posicionamiento más ambiciosa, el estudio de un abanico más amplio de competidores.

FACTORES CLAVE DE ÉXITO

Se detallan en la siguiente tabla los factores clave de éxito (FCE) y el peso del mismo en el contexto del proyecto. Se ha tratado, además, de hacer una estimación de la posición que el proyecto que nos ocupa detentará en relación con la competencia directa.

TABLA 2.1: Factores de éxito del Hotel Rural

FACTORES DE ÉXITO HOTEL (FCE)	POSICIÓN DEL FCE	POSICIÓN DEL PROYECTO	MEJOR COMPETIDOR
Posibilidad de vivir una experiencia diferente	1	1º	POSADA NUMANCIA
Instalaciones adecuadas	2	1º	POSADA DE NUMANCIA
Relación calidad-precio	3	2º	EPONA CASA RURAL
Profesionalidad- seriedad en el trato al cliente	4	2º	CASA RURAL EL DENARIO
Gestión anticipada - tiempo de respuesta	5	2º	HOSTAL GOYO GARRAY
Tecnologías	6	1º	POSADA DE NUMANCIA

TABLA 2.2: Factores de éxito del Restaurante

FACTORES DE ÉXITO RESTAURANTE (FCE)	POSICIÓN DEL FCE	POSICIÓN DEL PROYECTO	MEJOR COMPETIDOR
Posibilidad de vivir una experiencia diferente	1	1º	Restaurante GOYO
Instalaciones adecuadas	2	1º	Restaurante GOYO
Relación calidad-precio	3	2º	CASA ABEL
Profesionalidad- seriedad en el trato al cliente	4	2º	CASA ABEL
Gestión anticipada – tiempo de respuesta	5	1º	Restaurante GOYO
Tecnologías	6	1º	CASA RURAL DENARIO

2.4 ANÁLISIS INTERNO

Los aspectos que confieren al funcionamiento interno de la empresa los iremos viendo en capítulos posteriores, por lo que aquí sólo expondremos brevemente algunos de los factores que influyen en la determinación de Fortalezas y Debilidades.

Ubicación: Garray es una comarca con un auge turístico muy importante que se incrementa año tras año, aunque hay que tener en consideración la existencia de otros hostales, casas rurales, bar-restaurantes, etc.

Son muchos los factores turísticos los que me han movido a iniciar este proyecto con un futuro alentador.

En primer lugar y como motor principal del movimiento turístico en esta zona, destacaremos Numancia, situado en el cerro de Garray.

Es inevitable reconocer las múltiples visitas que diariamente (acentuadas en los meses de verano), tienen estas famosas ruinas.

A parte de las múltiples actividades que a lo largo del año realiza la Asociación Cultural Celtibérica Tierraquemada, en verano son 3 momentos temporales importantes de máxima afluencia de turistas.

1. La representación popular, el último fin de semana de julio, de las guerras numantinas
2. La semana celtibérica “*keltiberoi*”, donde los distintos establecimientos de la comarca simulan la gastronomía de los celtíberos, disfrutando de verdaderas delicias
3. Las jornadas de puertas abiertas de Numancia, en las que la gente podrá contemplar a pie de las mismas ruinas, las formas de vida de los numantinos.

Así, Numancia primero y después Garray han controlado el paso obligado sobre el río Duero de las comunicaciones entre la Serranía del Norte y el valle del Duero, como lo refleja su puente de piedra de dieciséis arcos apuntados, construido en el siglo XVI sobre otros anteriores, que ha visto el paso de rebaños y pastores que, desde las Tierras Altas, realizaban su anual trashumancia para dirigirse a los pastos invernales del Sur. En ese mismo punto vadeaba el río la vía romana, que desde Caesaraugusta (Zaragoza) se dirigía a Astúrica (Astorga).

Además Garray, a siete kilómetros de la capital soriana, une a su medio natural privilegiado y a su impresionante patrimonio arqueológico e histórico el ser encrucijada de las comunicaciones con La Rioja, Navarra y País Vasco, así como puerta de acceso a la zona del Valle de Tera, a los puertos de Piqueras y Oncala, y a la comarca de Tierras Altas, zonas de gran valor paisajístico, micológico, cinegético, ecológico (como el acebal de Garagüeta) y

ANÁLISIS DE SITUACIÓN

paleontológico (puerta de la ruta de las icnitas de dinosaurio, entre Soria y La Rioja).

Y por último, la implantación de la Ciudad del Medio Ambiente en el municipio de Garray, es otro factor, que aun no siendo turístico, es para tenerlo en cuenta ya que la propia C.M.A., prevé ofrecer suelo industrial a los emprendedores que deseen formar parte de este proyecto regional.

El proyecto regional Ciudad del Medio Ambiente fue aprobado en 2007 y establecía como objeto la creación de un espacio singular que integre instituciones de I+D+i, en especial en el campo de la preservación del medio ambiente, junto con actividades empresariales y de servicios y usos residenciales, tomando como criterios rectores, la máxima integración en el entorno y la sostenibilidad del desarrollo. Un proyecto ambicioso que sin embargo, se ha visto paralizado como consecuencia de la crisis, tal y como anunciaban los medios el pasado mes de abril. Quedaremos a la espera de conocer nuevos datos relevantes en este sentido para nuestro proyecto.

Producto/Descripción breve: el hotel rural cuenta con la categoría de tres estrellas con capacidad de 15 habitaciones dobles y 2 con cama de matrimonio, y restaurante abierto a todo el público con capacidad para 50 comensales.

Edificio: el edificio destaca al entrar en la localidad. Se trata de un edificio ya construido, nuevo y que ya ha sido habilitado como Hotel Rural, por lo que dispone de la infraestructura básica, acondicionado, señalética, elementos de seguridad y, en general de la mayoría de elementos obligatorios en edificios destinados a la oferta de este tipo de servicios.

Elementos destacables: el hotel destaca por estar decorado y ambientado con una tematización basada en Numancia y su historia en tiempos del Imperio Romano. Desde el Spa inspirado en las termas romanas, hasta determinados platos del menú elaborados en base a los alimentos de la zona en esa época. La ambientación va un punto más allá de la simple decoración temática con el fin de que mejorar la experiencia del huésped y ofrecerle un elemento realmente diferenciador.

Se ofrece un servicio multilingüe para atender a turistas de otros países, por lo que la carta y los elementos informativos de turismo se ofrecen en inglés, francés y castellano. Además, se contará con personal que hable al menos inglés.

Servicios propios: alojamiento en habitaciones dobles o individuales. Servicio de desayuno, comida y cena. Servicio de lavandería. Servicio wifi. Servicio de Spa disponible para huéspedes y visitantes. Servicio de Menú degustación.

Servicios disponibles empresas externas: turismo de aventura, paseos en bici y a caballo, piraguas, zonas de baño, zona de vuelo, etc.

CAPÍTULO 2

Posicionamiento estratégico: Servicio de personalización. Tematización. Gastronomía especial. Turismo experiencial. Accesible, ecoturismo.

Precio: sensiblemente superior a la competencia, pero justificado por la mayor oferta en servicios y calidad.

Conocimientos en hostelería: no se dispone de ningún conocimiento en cocina y gastronomía, lo que nos hace totalmente dependientes.

Conocimientos en áreas de gestión y Relaciones Laborales: el promotor cuenta con los conocimientos necesarios para la gestión diaria de la contabilidad, nóminas, facturas, etc., así como posee una formación adecuada en Relaciones Laborales.

Conocimientos Marketing, Comunicación y Redes: contamos con apoyo en temas de Marketing y Comunicación, así como en aspectos relacionados con la creación de página web y en la elaboración de la identidad corporativa.

Distribuidores: buenos contactos con distribuidores de comida y bebida

2.5 CONCLUSIONES DEL ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

ENTORNO

Nos encontramos ante un entorno de crisis económica que influye en diversidad de factores, desde la creación de una empresa, la consecución de créditos bancarios, a la forma en la que se consume y el gasto medio por habitante, entre otras muchas consecuencias. Según las previsiones, la salida de la crisis se efectuaría de manera lenta y progresiva, por lo que no se esperarían cambios bruscos en los hábitos de consumo actuales.

MERCADO

Turismo global en España

La primera observación que extraemos tras un análisis cuantitativo de los datos, es que el turismo hacia el exterior ha caído en los últimos años como consecuencia de la crisis, tasas aeroportuarias, etc., y sin embargo, el turismo interno (dentro del país) se ha mantenido, lo que refleja que el turismo es tomado como una “necesidad básica”.

Crece el número de viajeros y de pernoctaciones en el turismo de interior, aunque la media de días de estancia se reduce por cada turista, respecto a años anteriores a la crisis.

En Soria, el número de viajeros ha crecido progresivamente desde el año 2005. El año con mayor número de viajeros fue 2011, a partir del cual se ha comenzado a descender levemente. Aun así los datos siguen siendo superiores a los años previos a 2010 y al inicio de la crisis. El dato de evolución más llamativo está en el descenso de la tasa de ocupación y de la estancia media por viajero, pero como veremos a continuación, es debido sobre todo a los alojamientos de tipo “hotel y hostel” y no al turismo rural.

Turismo rural

Castilla y León destaca por encima del resto de CC.AA. en número de viajeros recibidos y de pernoctaciones dentro del sector de turismo rural. También es la Comunidad que cuenta con mayor número de alojamientos rurales abiertos y número de plazas.

Por provincias españolas, Soria se encuentra en el top 15, de provincias con mayor número de viajeros de turismo rural y de pernoctaciones. Este top 15, lo integran Gerona, Cáceres, Santa Cruz de Tenerife, Ávila, León, Salamanca, Málaga, entre otras. Hemos puesto nuestro punto de mira en Salamanca y Valencia, que a pesar de contar con un número de pernoctaciones similares a Soria, tienen un mayor número de establecimientos abiertos (competencia).

CAPÍTULO 2

En Soria se ha incrementado el número de viajeros y de pernoctaciones pero ha descendido notablemente la tasa de ocupación y la estancia media a nivel global. Si profundizamos en los datos, estas estadísticas muestran como el descenso en ocupación y estancia media viene influido por el tipo de alojamiento. Los hoteles y hostales son los que más han visto descender estas dos variables, mientras que los alojamientos rurales han sufrido un descenso bastante leve.

Perfil Consumidores

El perfil de consumidor de turismo rural para nuestra zona de estudio es mayoritariamente: activo ocupado, edad comprendida entre 25 y 45 años, nivel cultural medio-alto, con estudios superiores o medios, usuario de internet.

El 85% de los turistas buscan un alojamiento rural que se sitúe a una distancia de entre 2 y 3 horas como máximo en coche.

Madrid, Cataluña, País Vasco y Valencia son las Comunidades que más demandan este tipo de servicios.

Más del 80% de los turistas rurales acuden al destino en vehículo particular (o alquilado), mientras que la proporción que lo hace en otros medios de transporte es muy reducida.

El consumidor de turismo busca incrementar su experiencia, pasando de un consumo de turismo rural sencillo a la búsqueda de mayores y mejores experiencias.

Internet es el principal medio utilizado para la organización del viaje y la búsqueda de alojamientos rurales, seguido por las recomendaciones de amigos.

La organización del viaje en destinos de turismo rural se hace mayoritariamente de forma directa. Las agencias de viaje en este aspecto juegan un papel poco importante. Las páginas de ofertas y descuentos como Ofertix, Atrapalo, Groupon, etc. si están empezando a ocupar un papel importante en el proceso de selección y reserva de alojamientos rurales.

Los aspectos más valorados en un alojamiento rural son: limpieza, precio, tranquilidad, comodidad y ubicación. Cada vez más son valorados la oferta gastronómica y el respeto medioambiental, cuya valoración va incrementándose positivamente año a año.

Los principales factores que influyen a la hora de seleccionar un alojamiento son: precio, entorno, características y servicios del alojamiento.

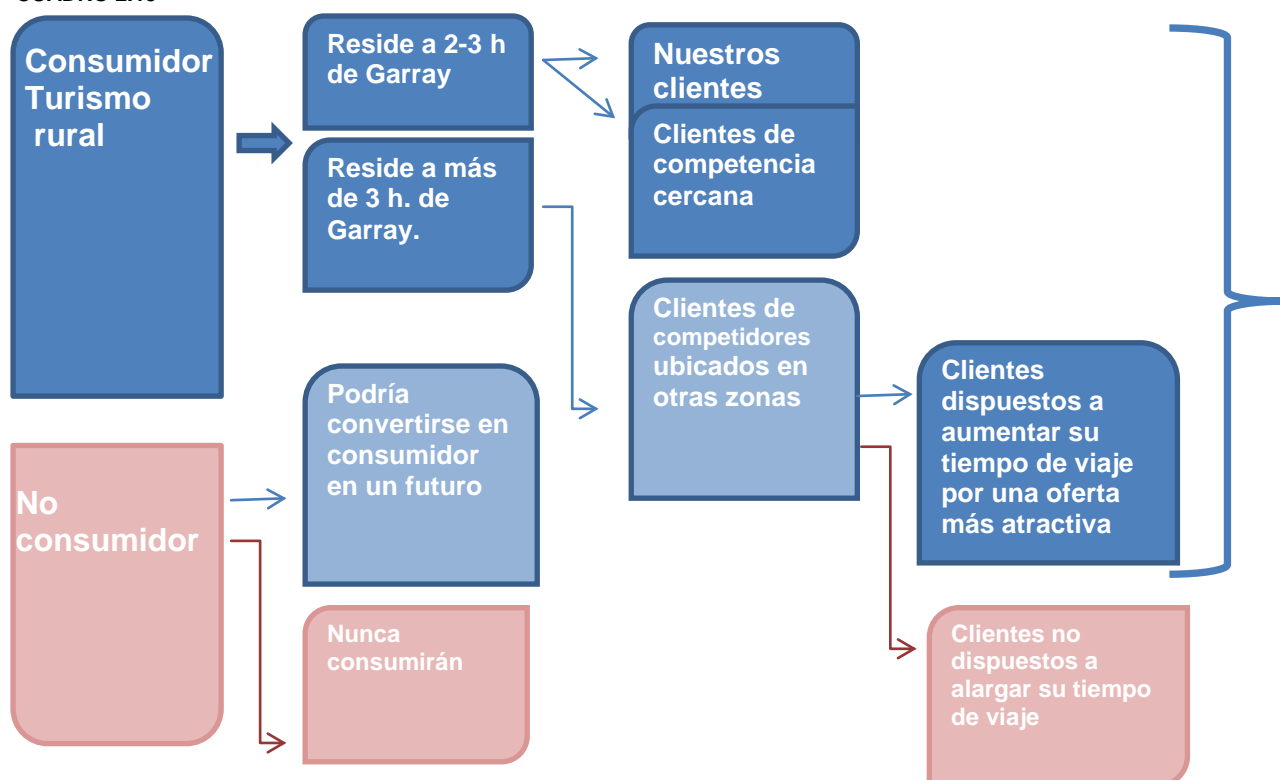
La mayoría suele realizar su reserva con 15 días o más de antelación.

COMPETENCIA

Tal y como hemos señalado, la competencia analizada para la primera fase del proyecto es la “competencia directa”, conformada por aquellos establecimientos ubicados en nuestra misma localidad. El resto de competidores serán analizados en profundidad en fases posteriores del proyecto, en las que se abarcarán nuevas estrategias, aunque si son tenidos en cuenta de forma más superficial en nuestro diagnóstico y en nuestro análisis DAFO.

Determinación Mercado potencial

CUADRO 2.15



Elaboración Propia

2.6 ANÁLISIS DAFO

OPORTUNIDADES

- Políticas de impulso al turismo puestas en marcha en la actualidad por parte de las instituciones, al ser considerarlo éste, como motor de crecimiento dentro de la actual situación de crisis. Ayudas a emprendedores, facilidades para los negocios turísticos, programas para la promoción de la marca España y la marca Castilla y León es vida.
- Incremento de los esfuerzos para la puesta en valor de la comarca de Garay
- Aumento del turismo de proximidad frente a los destinos internacionales.
- Crecimiento del número de viajeros de turismo rural frente a los viajeros con alojamiento en hoteles urbanos.
- Turismo rural de experiencias en auge
- Turismo rural gastronómico en auge
- Alternativa turística poco saturada en la provincia y no masificada
- Potenciación por parte de la Junta de Castilla y León del turismo de idiomas.
- Garray es una zona con fuerte atractivo turístico a largo plazo, ya que no obedece a modas pasajeras, y su patrimonio natural y artístico es de carácter permanente.

AMENAZAS

- Posibilidad de acometer mejoras por parte de los establecimientos existentes en materia de gastronomía y personalización del producto ante una detección de las nuevas tendencias de mercado.
- Inestabilidad financiera en el país, que puede derivar en una mayor caída del consumo de turismo a corto y medio plazo.
- Estacionalidad del servicio
- Tendencia a mayor número de viajes y escapadas, pero menor número de noches de estancia y menor gasto.
- No se cuenta con ningún recurso de distinción y excelencia de turismo en Castilla y León capaz de competir con los potentes distintivos de la competencia extra-comunitaria (Cantabria, Navarra, La Rioja, etc.) aunque está planteada una nueva estrategia por parte de nuestra CHA.

FORTALEZAS

- Partimos de un edificio ya construido y acondicionado para el alojamiento. Completamente nuevo y “listo para su puesta en marcha”, y al que sólo debemos darle el toque decorativo y personalización adecuados, lo que reduce significativamente los costes de construcción, acopio de electrodomésticos, mobiliario, menaje, señalización, etc.
- Nacemos con un valor añadido que se enmarca dentro de las nuevas tendencias y gustos del consumidor actual: personalización, gastronomía, turismo de experiencias y ecoturismo, por lo que

ANÁLISIS DE SITUACIÓN

partiremos con un posicionamiento en el mercado claro y definido desde el principio, y alejados por tanto del concepto de turismo tradicional.

- Formación adecuada en Relaciones Laborales y RRHH
- Buenos contactos con proveedores de hostelería, en particular, con distribuidores de bebida y alimentación.
- Consideración del turista extranjero mediante la adopción del inglés, alemán y francés en los elementos comunicativos de la empresa.

DEBILIDADES

- Escasos conocimientos gastronómicos, por lo que se depende de un empleado cualificado o formación adecuada.
- Necesidad de comunicar el cambio de estrategia y de gerentes del negocio
- Los principales puntos de recepción de visitantes apenas cuentan con información turística sobre la zona de Garray, a pesar de su riqueza.
- La potencial demanda desconoce la amplitud de recursos de la zona, que a veces se reduce a la información sobre las ruinas de Numancia.
- En el ámbito comunitario, se tiende a potenciar las ciudades patrimonio de Castilla y León, por encima de otras ciudades.

CAPÍTULO 2

CAPITULO 3
PLAN DE EMPRESA

CAPÍTULO 3 PLAN DE EMPRESA

3.1. CONSIDERACIONES GENERALES

El Plan de Empresa es un documento utilizado para identificar y analizar alguna oportunidad de negocio. Posteriormente examinaremos la viabilidad técnica, económica y financiera de la misma. Por último, con el Plan de Empresa desarrollaremos aquellas estrategias y procedimientos que sean estrictamente necesarias para llegar a culminar la citada oportunidad de negocio en un proyecto empresarial concreto.

Es una herramienta importante y útil cuando se quiere poner en marcha un proyecto empresarial, sea cual fuere la experiencia profesional del promotor o promotores y la dimensión del proyecto. Pero, el Plan de Empresa, no sólo sirve para la creación de un proyecto empresarial, incluso para empresas ya establecidas, un Plan de Empresa bien diseñado ha de ser la base sobre la que se levanten proyectos de crecimiento o diversificación de la actividad principal.

Los dos objetivos concretos de la elaboración de un Plan de Empresa son:

1. Por un lado permite al promotor de una oportunidad de negocio llevar a cabo un seguimiento exhaustivo de todas las variables que pudieran afectar a dicha oportunidad, aportándole la información necesaria para determinar con bastante certeza la viabilidad del proyecto. Una vez en marcha, el Plan de Empresa, servirá como herramienta interna para evaluar la marcha de la empresa y sus desviaciones sobre el escenario previsto.
2. Por otro lado El Plan de Empresa tiene también como objetivo aparecer como carta de presentación de los emprendedores y del proyecto ante terceras personas: bancos, inversores institucionales y privados, organismos públicos, sociedades de capital riesgo, y otros agentes implicados a la hora de solicitar cualquier tipo de colaboración y apoyo financiero.

Dependiendo de la situación en la que se encuentre el proyecto, el Plan de Empresa puede tener distintas utilidades.

Viendo el primer caso, en que la empresa no hubiera iniciado aún su actividad, la utilidad del Plan de Empresa, podría ser:

- Como guía de planificación y orientación empresarial.
- Perfecto instrumento para la búsqueda de financiación.
- Herramienta para el desarrollo de nuevas estrategias y actividades.

Sin embargo, si la empresa ya hubiese iniciado su actividad, la utilidad del Plan de Empresa sería la de un documento de referencia para los promotores

donde podrán comprobar las desviaciones que estuvieran produciéndose en la marcha del proyecto.

A la hora de elaborar un Plan de Empresa se exige una serie de recomendaciones mínimas que abarquen aspectos formales del mismo como la estructura, el contenido, el vocabulario o la propia presentación del documento, ya que como hemos comentado anteriormente, el Plan de Empresa, es la carta de presentación de la empresa frente a terceros.

Pero en contra posición, en el Plan existe una gran libertad de acción dependiendo de la finalidad del mismo, de las personas y sector a las que va dirigido, y el tipo de actividad empresarial e incluso el lugar donde se llevará a cabo la actividad.

Todo Plan de Empresa debe reunir una serie de requisitos y condiciones para que pueda ser útil, como por ejemplo la calidad de información, puesto que la información y redacción ofrecida debe ser clara, concisa, veraz y comprobable.

El Plan de Empresa abarcará todas las áreas de la actividad empresarial, con la finalidad de que dicho Plan sea completo. Se suele dirigir a más de un lector, por lo que es fundamental e importante usar un lenguaje y vocabulario que sean inteligibles por más de un colectivo: proveedores, bancos, técnicos, etc.

Las personas encargadas de la redacción de Planes de Empresa que tengan como objetivo productos o servicios de alto contenido tecnológico, deberán hacer un esfuerzo especial por acercar su terminología a un lenguaje que sea comprensible por todos aquellos colectivos que estén interesados.

3.2. DATOS BÁSICOS DEL PROYECTO

TABLA 3.1: Características de la empresa

DEFINICIÓN DE EMPRESA	ALOJAMIENTO CON RESTAURACIÓN
CLASIFICACIÓN NACIONAL DE ACTIVIDADES ECONÓMICAS	SECCIÓN I 5.5. SERVICIO ALOJAMIENTO 5.6. SERVICIO BEBIDAS Y COMIDAS
FORMA JURÍDICA	SOCIEDAD RESPONSABILIDAD LIMITADA
LOCALIZACIÓN	EN GARRAY A 7 KILÓMETROS DE SORIA
INSTALACIONES	EL HOTEL CONSTARA DE DIECISIETE HABITACIONES CON BAÑO. QUINCE DOBLES Y DOS INDIVIDUAL CON CAMA DE MATRIMONIO. ASCENDOR, RECEPCIÓN Y UN SALÓN SOCIAL CON CAPACIDAD PARA 20 PERSONAS. EL RESTAURANTE TENDRÁ CAPACIDAD PARA 50 COMENSALES
PERSONAL Y ESTRUCTURA ORGANIZATIVA	EL PROMOTOR SE ENCARGARÁ DE LA GERENCIA DE HOTEL Y RESTAURANTE. COCINA: UN/A COCINERO/A Y UN AYUDANTE/A DE COCINA. SALA: UN/A CAMARERO/A Y UN/A AYUDANTE DE CAMARERO LIMPIEZA: UN EMPLEADO DE LIMPIEZA A MEDIA JORNADA
CARTERA DE SERVICIOS	ALOJAMIENTO. RESTAURANTE A LA CARTA (CON SERVICIO DE BAR)
CLIENTES	PRINCIPALMENTE CLIENTELA DESTINADA AL TURISMO RURAL. PERSONAS FÍSICAS Y JURÍDICAS (TANTO LOCALES COMO FORÁNEOS VISITANTES). TRABAJADORES DE EMPRESAS CERCANAS A LAS COMARCAS.
HERRRAMIENTAS DE PROMOCIÓN	ACTO DE INAUGURACIÓN DEL ESTABLECIMIENTO. DÍPTICO Y TARJETAS DE VISITA. PROMOCIÓN EN EMISORA COMARCAL. ANUNCIOS EN PRENSA. REALIZACIÓN DE PÁGINAS WEB.

3.3 ACTIVIDAD DE LA EMPRESA

Estamos ante la oferta de un servicio de alojamiento en un hotel gastronómico, que constará de servicio de restaurante con especial orientación al mundo celtibérico, huyendo de la figura de bar restaurante. Esta decisión se enmarca en una estrategia de posicionamiento de calidad y ambiente selecto.

La actividad principal por su aportación al volumen de facturación será la restauración en sus dos elementos: restaurante a la carta y jornadas gastronómicas de temática celtibérica, destinado a todo tipo de clientela, aunque especialmente al turista. El alojamiento se entiende, en este caso, como una actividad paralela complementaria a la actividad principal de restauración.

El número de habitaciones de que constará el hotel será de diecisiete habitaciones, quince dobles y dos individuales con cama de matrimonio, con baño, TV, acceso a internet y minibar; una de las habitaciones estará adaptada para uso por minusválidos. El precio de la habitación doble – que oscilará entre 40 € y 50 € - incluirá el desayuno, pero nunca la manutención. Para el caso de las individuales con cama de matrimonio, el precio será igual en las mismas condiciones.

Se ofertará un servicio de comedor para los clientes alojados en el hotel. El establecimiento tiene previsto adherirse a los distintos programas promocionales de ASOHTUR y A.C.C.TIERRAQUEMADA.

El restaurante se compone de 100m² para 50 comensales. Por lo que la carta, será corta y atractiva, basada en productos propios de la zona, y recreando los mismos de la época celtibérica. También se organizarán a lo largo del año jornadas gastronómicas de temporada, coincidiendo con las mejores épocas para la degustación de determinadas especialidades (caza, setas, hongos, trufas, etc.).

La rehabilitación del inmueble se llevará a cabo con sumo cuidado, con el claro objetivo de lograr unos ambientes acogedores, tradicionales y modernos a la vez, en consonancia con la imagen general que el establecimiento pretende proyectar. En el salón social, habilitaremos una biblioteca donde los clientes podrán disfrutar de la lectura o, simplemente, departir con el resto de los huéspedes.

En el mismo salón social, a parte de la pequeña biblioteca, también contará con una acogedora chimenea donde, alrededor de ella, poder disfrutar de tardes de gélido frío.

CAPÍTULO 3

Se percibirán ingresos derivados del desarrollo de otras actividades en una búsqueda de complementar una oferta de calidad, no primando por tanto la obtención de un rendimiento. Las actividades a las que se facilitará acceso son:

- Rutas a caballo.
- Rutas en piragua.
- Rutas turísticas en quad.
- Participación en actividades de caza y pesca
- Etc.

Por lo tanto, la configuración inicial de las previsiones de facturación de la empresa resultará como sigue:

TABLA 3.2: Participación en ventas de cada una de las ventas

LINEAS	Enero	Febrero	Marzo	Abril
INGRESOS HOTEL	3160	4760	5280	8010
INGRESOS RESTAURANTE	6200	7000	7750	7500
INGRESOS CAFETERÍA	1550	1400	1550	1500
TOTAL DE VENTAS	10910	13160	14580	17010

LINEAS	Mayo	Junio	Julio	Agosto
INGRESOS HOTEL	3160	7120	13150	13150
INGRESOS RESTAURANTE	7750	9000	15500	15500
INGRESOS CAFETERÍA	1550	2250	3100	3100
TOTAL DE VENTAS	12460	18370	31750	31750

PLAN DE EMPRESA

LÍNEAS	Septiembre	Octubre	Noviembre	Diciembre
INGRESOS HOTEL	8900	6320	4080	3160
INGRESOS RESTAURANTE	10500	10850	7500	7750
INGRESOS CAFETERÍA	2250	1550	1500	1550
TOTAL DE VENTAS	21650	18720	13080	12460

La oferta se ha diseñado de manera que las estacionalidades de las distintas líneas se compensen entre sí. En el hotel se esperan ocupaciones no muy elevadas durante la mayor parte del año (excepto en verano y Semana Santa, donde casi todos los establecimientos de la zona está ocupados al 80% o 90%). Sin embargo, se espera que el servicio de restauración y las actividades con ASOHTUR Y TIERRAQUEMADA reporte los ingresos suficientes para compensar los meses de menor actividad en hospedaje.

Con el objetivo de mantener la rentabilidad del negocio en épocas de poca afluencia de turismo, se adoptarán medidas como potenciar la actividad de restauración organizando jornadas gastronómicas y aunque las actividades complementarias se ofrecerán durante todo el año, se potenciará durante épocas de baja actividad para ocupar el hotel rural.

3.4 R.R.H.H. Y ORGANIZACIÓN

En la elaboración de este apartado al igual que en otros posteriores, se trabajó con la Legislación Laboral que contiene información sobre los tipos de contrato y sus características, así como con la legislación que regula las relaciones laborales y con el convenio de la hostelería del 2013.

3.4.1 RELACIÓN DE PUESTOS DE TRABAJO QUE SE CREARÁN

La empresa se constituye con el promotor del negocio encargado de la gerencia del hotel y del restaurante.

En el primer año de funcionamiento se contratará a 4 personas, distribuyéndose de la siguiente manera:

- Promotor: gerencia y recepción y apoyo a la sala.
- Para la cocina, un cocinero, y un pinche de cocina que se contratará a jornada completa.
- Para la barra, un camarero que será polivalente con la sala
- Para el servicio de limpieza, se contratará a una persona a media jornada

A partir del segundo año y dependiendo de los resultados, en temporada alta (como es el caso de Semana Santa y verano), contrataremos unos refuerzos de fines de semana, contando con un camarero para la barra y un ayudante para la cocina.

Y en temporada muy alta (previsto para el mes de agosto), contrataremos para el hotel a un recepcionista de noche, puesto que nuestro servicio de hotel es de 24 horas, que será polivalente con el servicio de desayunos.

TABLA 3.3 : Relación de puestos de trabajo

PUESTO DE TRABAJO	CATEGORÍA PROFESIONAL	FECHA DE INCORPORACIÓN
Responsable de hotel	Gerente hotel	Año 1
Responsable de restaurante	Gerente restaurante	Año 1
Cocinero	Jefe de cocina	Año 1
Ayte. cocina	Ayudante de cocina	Año 1
Camarero (polivalente)	Camarero	Año 1
Limpiadora	Aux. de pisos y limpieza	Año 1
Ayte. camarero	Ayudante de camarero	Año 2
Ayte. cocina	Ayudante de cocina	Año 2
Recepcionista nocturno (polivalente)	Aux. recepción y conserjería	Año 2

3.4.2 SELECCIÓN DE PERSONAL

Tanto para seleccionar al personal de cocina (cocinero y ayudante) como a los camareros (jefe y ayudante) y servicio de limpieza, se realizará mediante una oferta de empleo a través del Servicio Público de Empleo (SEPE) de la provincia de Soria, que nos mandarán los CV de unos 15 demandantes de empleo o en situación de mejora de empleo para cada uno de los puestos. Una vez estudiados los CV, se preseleccionarán entre 5 o 6 candidatos/as para cada puesto a los que realizaremos, a demás de una entrevista personal, ayudados por un psicólogo, unas pruebas de selección prácticas del puesto a desarrollar.

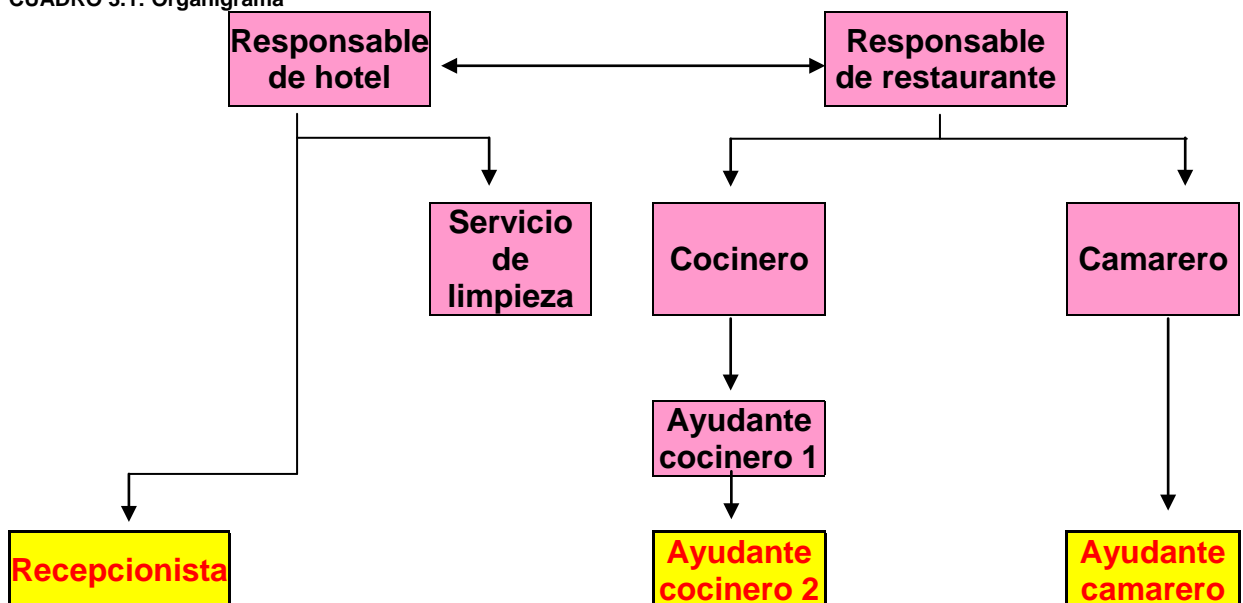
En el servicio de barra y cocina, para fines de semana (para temporada alta), se contratará al personal a través de una empresa de trabajo temporal (ETT). Idéntico procedimiento realizaremos para el mes de agosto (temporada muy alta), al contratar a un recepcionista de noche. (todos ellos en el 2º año).

Si a partir del tercer año, las previsiones del restaurante fueran satisfactorias, se podría contratar a una tercera persona con jornada reducida como ayudante de camarero para los fines de semana, con la finalidad de menos personal contratado por la ETT. Esta persona será una de las contrataciones que puedan facilitar la conciliación de vida laboral y familiar.

Respecto al hotel, dependiendo de la evolución económica-financiera y comercial del mismo, y si el incremento de la ocupación superara lo esperado, se valorará la posibilidad de contratar a la persona encargada de la limpieza, a tiempo completo, aunque para ello habría que esperar como mínimo al ejercicio del Año 3.

3.4.3 ORGANIGRAMA DE EMPRESA

CUADRO 3.1: Organigrama

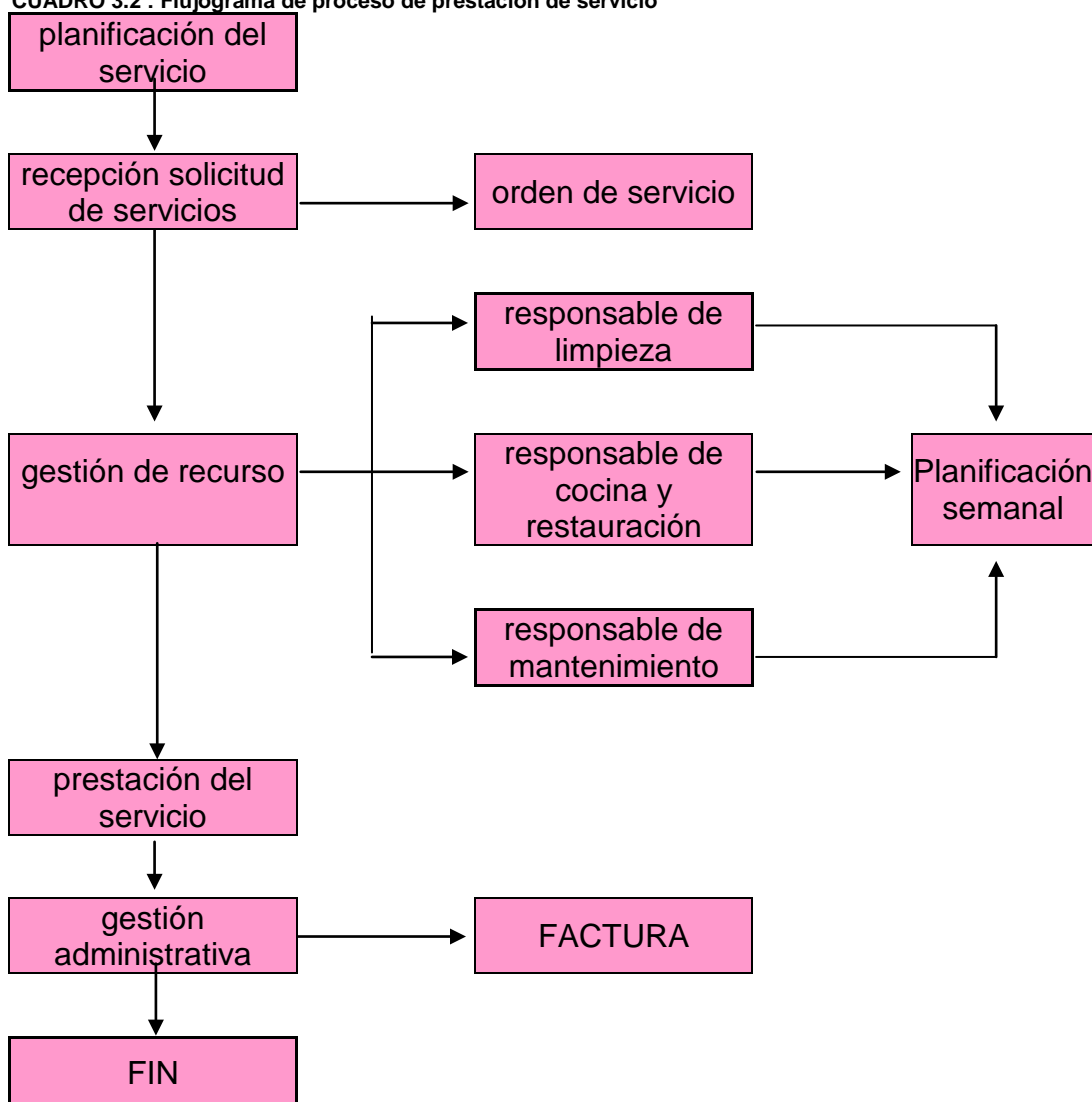


3.4.4. DETERMINACIÓN DEL PROCESO DE PRESTACIÓN DE SERVICIO

Veremos, muy a grandes rasgos, que el proceso de prestación del servicio, es común para las cuatro líneas de servicio contempladas: comienza con la solicitud de reservas por parte del cliente, continúa con la determinación, por parte del responsable, de los recursos materiales y humanos necesarios y finaliza con la facturación del servicio prestado.

Se describe a continuación el flujo del proceso de prestación del servicio.

CUADRO 3.2 : Flujo de proceso de prestación de servicio



El personal de recepción recibe a través de distintas vías (aunque habitualmente por vía telefónica) las peticiones de prestación de servicio por parte de los clientes.

Contacta con los responsables de las reservas de habitaciones y eventos (como banquetes y reserva de instalaciones), quienes conforman la disponibilidad. La reserva se registra en el formato Solicitud de reserva o bien en el programa informático de gestión.

PLAN DE EMPRESA

Durante la conversación, el personal de recepción se interesa por aquellas características personales del cliente que influyan a la hora de prestar el servicio, como cuestiones médicas o familiares (si viene con niños y de qué edades).

La semana previa a la prestación del servicio, una vez confirmada dicha reserva, el personal de recepción imprime el formato Orden de Servicio, en donde se detallarán:

- Fecha de entrega
- Número de personas
- Especificación del servicio de que se trata (alojamiento, comida, etc.)
- Observaciones a tener en cuenta
- Fecha prevista de salida
- La comunicación interna del servicio se realiza distribuyendo una Orden de servicio, ya cubierta por parte del personal de recepción, entre las distintas áreas del establecimiento afectadas por dicha orden.

3.5 PLAN DE VIABILIDAD

Definimos plan de viabilidad como aquel estudio, valoración o simulación de la evolución económico-financiera futura de la empresa, siendo una herramienta importante para poder evaluar si conviene o no de llevar a cabo las inversiones previstas. Para que se pueda considerar viable un proyecto será necesario que el negocio genere beneficios para cumplimentar unos objetivos determinados y liquidez suficiente para su funcionamiento.

La metodología empleada consiste en confeccionar varios presupuestos de inversiones, financiación, plan de tesorería y cuenta de resultados, y coordinarlos entre sí. Todos estos presupuestos los hemos realizado con la aplicación y hojas que detallaremos a continuación y que posteriormente explicaremos cada una de ellas:

- Plan de inversiones iniciales
- Plan de financiación
- Previsión de ventas
- Plan de tesorería (mensual, trimestral y anual)
- Cuenta previsional de pérdidas y ganancias

En el Plan de inversiones, se refleja la decisión que tendremos que tomar para invertir en esta empresa, y por tanto se plasmará en el destino que se dará a unos fondos financieros para obtener una serie de recursos necesarios para la realización de un determinado proceso productivo.

En primer lugar determiné las características de los activos inmovilizados necesarios para el desarrollo de la actividad, al igual que si se deben adquirir bienes nuevos o usados, y para ello hay que plantearse si es preferible comprar o alquilar los diferentes conceptos del activo.

En el Plan de inversión detallado en el **Anexo I**, he invertido en **inmovilizado material** (no destinados a la venta o transformación), cuyo periodo de duración será superior al año y su deterioro o contribución al proceso productivo se materializará a través de las amortizaciones anuales. Por ejemplo, la maquinaria y herramientas, las distintas instalaciones (eléctricas, sanitarias, etc.), los equipos de procesos informáticos y el mobiliario y enseres.

También decidí invertir en **inmovilizado inmaterial**, considerándose éste como aquellas inversiones o elementos intangibles que tiene la empresa con carácter estable y que son susceptibles de ser valoradas económicamente. Este es el caso de las aplicaciones informáticas.

Los gastos amortizables son aquellos gastos en que se inciden desde el comienzo de la actividad. Se consideran gastos plurianuales y por lo tanto son susceptibles de ser amortizados anualmente. Véase en el anexo los gastos de constitución y puesta en marcha.

Cuando la inversión que vamos a realizar está vinculada al ciclo de explotación de la empresa (entendiéndose como el tiempo en el que la empresa completa su capacidad productiva), se llama capital circulante y determinando el volumen de recursos financieros que un proyecto es necesario tener permanentemente para hacer frente a las exigencias.

Aplicado a la práctica de mi empresa, podemos destacar las partidas de activo circulante en el caso de cajas, bancos y existencias iniciales.

La necesidad de un Plan financiero es para evaluar el potencial económico de un proyecto empresarial y el de presentar varias alternativas, consideradas viables, de financiación para el mismo.

Para ver la manera de financiación de esas inversiones, distinguiremos entre el pasivo fijo (capital propio, financiación ajena a largo plazo, préstamos, leasing, inmovilizado a largo plazo) y pasivo circulante. De manera que los recursos así obtenidos son utilizados para aumentar los activos existentes, o, como en nuestro caso, para reducir las deudas.

Atendiendo a lo dispuesto en el **Anexo II**, se puede ver que el 84.86% de mis recursos proceden de una financiación ajena a través de la concesión de un préstamo por parte de una entidad financiera, al cual tengo que hacer frente con un 2.5% de tipo de interés y acordando un plazo de 60 meses con una cuota fija de 709.89€

Las previsiones de ventas son herramientas fundamentales a la hora de gestionar y tomar decisiones en una empresa ya que tienen como objetivo adecuar lo más cercano a la realidad las inversiones, la producción, almacenaje y distribución de las cifras que se prevén.

Así mismo estas previsiones de ventas ayudan para la identificación y desarrollo de nuevos productos y mercados y generan otras previsiones financieras en cuanto a flujos de tesorería, inversiones y campañas de marketing y otros presupuestos comerciales.

Disponer de una adecuada previsión de venta me permitirá reducir los inventarios y, por tanto, el capital circulante, mejoraré el conocimiento del negocio a través del análisis de las desviaciones entre los resultados previstos y los reales.

En el **Anexo III**, mi previsión de ventas está realizada mensualmente y desglosada por cada una de las actividades que se realiza en el hotel. Ello me facilita la labor de averiguar cuál es la actividad más rentable y aquella en la que he de hacer mayor hincapié para sacar resultados más notables. Viendo claramente como el servicio de habitaciones es el más rentable puesto que de él sacamos el margen de beneficios más amplio ya que entre otras características, destacaremos sus bajos costes.

El Plan de tesorería, como he reflejado anteriormente, está expuesto mensual, trimestral y anualmente. Adjuntado en **Anexo IV**.

CAPÍTULO 3

El plan de tesorería tiene por objeto calcular cuáles serán los cobros y los pagos previstos para un periodo determinado y gestionar adecuadamente el superávit y los déficit que se produzcan. El cálculo es conveniente realizarlo para periodos mensuales, aunque también se pueden realizar trimestral y anualmente.

En el caso de que el saldo sea negativo, tendría que ver la posibilidad de descontar letras en bancos, aplazar pagos o recurrir a una financiación a través de préstamos a corto plazo que permitan abrir mis necesidades.

Estos préstamos originarían también unos gastos financieros que se deben incluir en la cuenta de pérdidas y ganancias.

Pero si el saldo fuese positivo, como es el caso, tengo que analizar el destino de dichos fondos para obtener el rendimiento máximo posible a los mismos.

Y por último en el **Anexo V** presentamos la cuenta previsional de pérdidas y ganancias, como aquel documento de obligada creación consistente en el desglose de los ingresos y de los gastos en distintas categorías y obtener el resultado, antes y después de impuestos.

Después de ver cada una de las aplicaciones que he tenido que utilizar para realizar este Plan de Viabilidad, apreciamos que el plan económico, presentado con anterioridad, nos lleva a la conclusión de que es un proyecto viable, generador de empleo. Aunque, como en el **Anexo IV** se refleja, haya un par de meses de pérdidas como es el caso de diciembre y enero y con las que ya contábamos, se verá compensado con creces por meses posteriores.

Si viéramos que las pérdidas de esos meses se incrementaran en años posteriores, podría llegar a plantarme cerrar por un mes el Hotel Rural concediendo vacaciones a mis empleados, ya que los gastos de mantenimiento, suministros... en esa época, disparan los costes teniendo unos mínimos ingresos.

CAPITULO 4
ASPECTOS FORMALES

CAPÍTULO 4 ASPECTOS FORMALES

4.1. ELECCIÓN DE FORMA JURÍDICA

Después de ver que el plan de viabilidad es positivo y que por tanto el proyecto futuro de empresa, puede llevarse a cabo, el siguiente paso a tomar es la elección de la forma jurídica de la empresa, teniendo en cuenta varios factores influyentes para dicha elección, como es el caso del número de socios, la cuantía del capital social, y la responsabilidad frente a terceros.

Como hemos visto en el capítulo 3 muy esquemáticamente, hablamos de una Sociedad de Responsabilidad Limitada en las que el capital social integrará por las aportaciones que yo realice, como único socio, sin tener que responder personalmente de las deudas sociales.

Resumiendo este tipo de sociedad, aclararé que soy el único socio ya que se exige un mínimo de un socio, con un capital mínimo de 3000 € y cuya responsabilidad es limitada al capital aportado, que deberá estar íntegramente suscrito y desembolsado en el momento de la constitución. En la denominación deberá figurar la indicación de “Sociedad de Responsabilidad Limitada” o su abreviatura “S.R.L.”.

Mientras que se siga dando la situación de unipersonalidad, se hará constar expresamente en toda la documentación, notas de pedidos, correspondencia etc. tal condición, así como en todos los anuncios que se ha de publicar por disposición legal o estatutaria.

Al ser una sociedad unipersonal, la Junta General de accionistas estará formada por un único socio, que además ejercerá las funciones de un administrador único.

Los libros con los que debo contar serán:

- Libro de inventario
- Cuentas anuales
- Diario: registro diario de las operaciones
- Libro de actas: acuerdos tomados por las Juntas Generales y Especiales

Para adquirir este tipo de documentación, requisitos, características etc. he acudido al marco legal de sociedades capitales como por ejemplo el Real Decreto legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital, al cual, se le añade los preceptos en sus disposiciones:

- “ *A partir de la convocatoria de la Junta General, el socio o socios que representen, al menos el 5% del capital, podrán examinar en el*

ASPECTOS FORMALES

domicilio social, por si o en unión de un experto contable, los documentos que sirvan de soporte y de antecedente de las cuentas anuales, salvo disposición contraria de los estatutos.”

- *“La distribución de dividendos a los socios se realizará en proporción a su participación en el capital social, salvo disposición contraria en los estatutos.”*

También haré especial referencia a la Orden JUS/3185/2010, de 9 de diciembre, por la que se aprueban los Estatutos-tipo de las sociedades de responsabilidad limitada.

4.2. PROCESO DE CONSTITUCIÓN

Después de tomar la decisión de que mi empresa adopte la personalidad jurídica de Sociedad de Responsabilidad Limitada y ver sus características, pasemos ahora a resumir cuáles son los trámites para la constitución de dicha Sociedad, que estarán recogidos en la Ley 2/1995 de 23 de marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada., en su artículo 11 del Capítulo II, Sección I, recoge *“La sociedad se constituirá mediante escritura pública, que deberá ser inscrita en el Registro Mercantil. Con la inscripción adquirirá la sociedad de responsabilidad limitada su personalidad jurídica.”*

En primer lugar obtendré un certificado acreditativo de la NO existencia de otra Sociedad con el mismo nombre de la que pretendo constituir. Deberé llevar al Registro Mercantil Central un impreso oficial normalizado en el cual se recoge el nombre elegido hasta un máximo de cinco. A continuación del nombre hay que indicar de qué tipo de sociedad se trata. Teniendo una reserva de la denominación de seis meses y el certificado caduca a los tres meses.

A continuación, procederé a la firma de la escritura pública de la constitución de la Sociedad que se hará ante notario, adjuntando documentación como el certificado acreditativo de NO existencia de otra Sociedad (visto anteriormente), los estatutos sociales y la acreditación del desembolso del capital social (mediante certificación bancaria).

En dicha escritura pública se ha de recoger:

- La identidad del socio
- La voluntad de constituir una Sociedad de Responsabilidad Limitada
- Las aportaciones que realicé para dicha Sociedad
- Los estatutos de la Sociedad
- La identidad de la persona que se encarga inicialmente de la administración y la representación legal. (En mi caso, es un administrador único).

Y en los estatutos a los que hemos hecho referencia anteriormente, se hará constar al menos:

- La denominación de la Sociedad
- El objeto social, determinando la actividad que lo integran
- La fecha de cierre del ejercicio social
- El domicilio social
- El capital social, las participaciones en que se divida, su valor nominal y su numeración correlativa
- El modo de organizar la administración de la sociedad, en los términos establecidos en la ley

ASPECTOS FORMALES

Para la obtención del Código de Identificación Fiscal (CIF), acudiré al notario, el cual, me facilitará un CIF provisional con duración de un mes, hasta que pueda obtener el definitivo.

Posteriormente, una vez asignado dicho CIF provisional, en la Junta de Castilla y León, tendré que liquidar el impuesto de operaciones societarias (del cual estoy exento).

En el registro mercantil presentaré la escritura pública, la cual, al cabo de un periodo que estimen oportuno, me la devolverán ya inscrita, dándome un número de tomo, folio y hoja.

Una vez inscrita ya en el Registro Mercantil, solicitaremos la tarjeta definitiva del CIF en la Agencia Tributaria correspondiente al domicilio fiscal de la Sociedad. Y cuando tengamos que recogerla presentaremos el resguardo modelo 036, más la fotocopia de la hoja de inscripción, y junto al original de la primera copia de Escritura de constitución inscrita en el Registro Mercantil.

A partir de ese momento, la Sociedad adquiere plena capacidad jurídica.

4.3. PUESTA EN MARCHA

Por último, y después de realizar todos los trámites para que mi empresa tenga personalidad jurídica, hay que seguir una serie de pasos administrativos para poner en funcionamiento el “Hotel Fuerte de Garray”.

Como he dicho antes, estos trámites resultan más laboriosos que complicados, ya que son muchos los que hay que cumplimentar y con el handicap de que abarcan distintos tipos de campos, por consiguiente son varios los organismos oficiales en los que deberemos presentar la documentación oportuna.

Según la Ley Orgánica 15/1999 de 13 de diciembre, de Protección de Datos al manejar datos de carácter personal, estoy obligado a registrarlos en ficheros, de los que seré el responsable. Pues bien, tendré la obligación de inscribir estos ficheros en el Registro General de Protección de Datos, para que la Agencia Española de Protección de Datos (AEPD), pueda velar por el buen cumplimiento sobre la protección de estos datos, en especial a lo relativo a información, accesos, rectificación, oposición, y cancelación de datos.

No podemos olvidar un paso tan importante y necesario como es la Licencia de Actividades e Instalaciones. Solicitud que realizaré en el Ayuntamiento de Garray. Si bien tendré que solicitar la Licencia de Funcionamiento, que tiene por objeto autorizar la puesta en uso de los edificios, locales e instalaciones previa constatación de que han sido efectuados de conformidad a las condiciones de la Licencia de Actividades e Instalaciones.

Y con la misma importancia, destacaré la Adquisición y Legalización del Libro de Visitas, ya que toda empresa está obligada a tener en cada centro de trabajo un Libro de Visitas a disposición del Cuerpo Nacional de Inspección del Trabajo “durante un plazo mínimo de 5 años a partir de la última diligencia, una vez agotado el mismo”, según recoge la Resolución de 11 de abril de 2006, de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social, sobre el Libro de Visitas de la Inspección de Trabajo y Seguridad Social.

Otros tipos de tramites, éstos de carácter fiscal, son por una parte el **Alta en el Censo de Empresarios**, que es la declaración de comienzo de actividad que junto a la copia de primera escritura, NIF y el modelo 036, deberé entregar en la Agencia Tributaria correspondiente al domicilio fiscal. Y por otro lado el **Impuesto sobre Actividades Económicas** que es un tributo derivado del ejercicio, en el territorio nacional, de actividades empresariales, se realicen o no en local determinado y se encuentren o no especificadas en las tarifas del impuesto.

Siguiendo esta misma línea de exposición, es turno ahora para los trámites de ámbito laboral, los cuales paso a enumerar y describir superficialmente, basándome en información obtenida del Real Decreto legislativo 1/1994 de 20 de junio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social.

ASPECTOS FORMALES

- **Comunicación de Apertura de centro de trabajo:** Hay que entregar un formulario oficial que se facilita en la Dirección Provincial del Ministerio de Empleo y Seguridad Social, y se comunicará dentro de los 30 días siguientes a la apertura del centro de trabajo.
- **Alta de los contratos de trabajo:** Daré de alta los contratos de los trabajadores (más detallados en el próximo apartado), en el Servicio Público de Empleo Estatal, en un plazo no superior a 10 días desde la firma del contrato.
- **Inscripción en la empresa:** La Tesorería General de la Seguridad Social me asignará un número para la identificación y control de las obligaciones en el respectivo Régimen del Sistema de la Seguridad Social. Se considera como el primero y principal Código de Cuenta de Cotización, cuya solicitud se realizará por el modelo TA.6.

4.4. CONTRATACIÓN LABORAL

Tanto los contratos de trabajo indefinidos, como los contratos de duración determinada (Real Decreto 2720/1998, de 18 de diciembre, por el que se desarrolla el artículo 15 del Estatuto de los Trabajadores en materia de contratos de duración determinada) cuya duración sea superior a 4 semanas, constarán todos ellos por escrito, ya que de no observarse tal cumplimiento, se presumirá celebrado por tiempo indefinido y a jornada completa, salvo prueba en contrario. Y en este caso tenemos contratos indefinidos a jornada completa y al servicio de la limpieza a tiempo parcial. Aunque posteriormente cuando tenga que contratar a refuerzos por temporadas altas o muy altas, estimaré oportuno legalizar contratos por obra o servicio.

Existe una guía de Modalidades de contratos y medidas de fomento de la contratación. Esta guía refleja los distintos tipos de contratos que puedo realizar, como los contratos indefinidos sin bonificación, recogidos por el Real Decreto Legislativo 1/1995 de 29 de marzo por el que se aprueba el Texto Refundido del Estatuto de los Trabajadores, o bien una contratación indefinida con bonificación según la Ley 3/2012 de 6 de julio.

Ya que las contrataciones con bonificaciones se acogen a una serie de requisitos que a de reunir tanto empresario como trabajador, valoraré cuáles son aquellos puestos de trabajos más aptos y asequibles para estos trabajadores, ya que hablamos de requisitos como la edad. Por contrataciones a personas mayores de 45 años, recibiré mayores incentivos que si contratara a personas de entre 16 a 30 años.

Ha salido una línea de subvenciones para el fomento del empleo estable por cuenta ajena 2013, con fecha de publicación 24 diciembre del 2012. Son subvenciones financiadas por el **Fondo Social Europeo**, teniendo por finalidad fomentar el empleo por cuenta ajena a través de una serie de programas.

En mi caso podría abarcar el Programa I (fomento de la contratación indefinida), pero también me gustaría ser partícipe de la transformación de contratos temporales en indefinidos (Programa III), aunque siendo realistas este primer ejercicio contable no sería posible, teniendo en cuenta que el plazo de inscripción en dichos programas expira el 30 de noviembre.

En el contrato reflejaría las categorías profesionales de cada uno de los trabajadores (adjuntadas en el capítulo III), cobrando lo que corresponde por convenio, a cada uno de su Salario Base, respetando el Salario Mínimo Interprofesional (Real Decreto 1717/2012 de 28 de diciembre por el que se fija el S.M.I.), con los pluses de manutención (30.37€) y ropa de trabajo (27.24€). (ver **ANEXO VI**)

La jornada laboral será de 8 horas para los de jornada completa y 4 horas para el servicio de limpieza, que tiene un contrato a tiempo parcial. Disfrutando de sus 22 días laborales de vacaciones, de los que la mitad los

ASPECTOS FORMALES

elegiría el trabajador de conformidad con el empresario, y la otra mitad elegidos por el empresario.

En conclusión, son varios tipos los contratos que realizaría: Indefinidos por jornada completa sin o con bonificaciones (ver **ANEXO VII**), indefinidos a tiempo parcial, y temporales por obra o servicio. (ver **ANEXO VIII**)

CAPÍTULO 4

CAPITULO 5
PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

CAPÍTULO 5 PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

5.1 MODALIDAD ELEGIDA PARA EL DESARROLLO DE LA ACTIVIDAD PREVENTIVA

De acuerdo con lo establecido en la Ley 31/1995, de 8 de noviembre, de Prevención de Riesgos Laborales y en el Real Decreto 39/1997, de 17 de enero, por el que se aprueba el Reglamento de los Servicios de Prevención, el “Hotel Rural Fuerte de Garray” ha elegido como modalidad para el desarrollo de la actividad preventiva la contratación de un Servicio de Prevención Ajeno.

Para ello, y antes de la formalización del correspondiente contrato mercantil (ver **ANEXO IX**), se comprobará su correcta acreditación por la Autoridad Laboral competente y que reúne la correspondiente autorización de funcionamiento sanitario expedida por la Autoridad Sanitaria a los efectos de poder prestar las funciones de vigilancia de la salud de los trabajadores.

Con el fin de actuar como nexo de unión y facilitar la labor del Servicio de Prevención Ajeno se designará en la empresa una persona de contacto a efectos de Prevención de Riesgos Laborales. Esta persona de contacto o coordinador para la prevención será el Gerente de la empresa.

El contrato realizado con el Servicio de Prevención Ajeno incluirá, como mínimo, los siguientes aspectos:

- Identificación de la entidad especializada que actúa como servicio de prevención ajeno a la empresa.
- Identificación de la empresa destinataria de la actividad, así como de los centros de trabajo de la misma a los que dicha actividad se contrae.
- Aspectos de la actividad preventiva a desarrollar en la empresa, especificando las actuaciones concretas, así como los medios para llevarla a cabo.
- Actividad de vigilancia de la salud de los trabajadores, en su caso.
- Duración del concierto.
- Condiciones económicas del concierto.

El Servicio de Prevención Ajeno debe estar en condiciones de proporcionar a la empresa el asesoramiento y apoyo que precise en relación con las actividades concertadas, teniendo en cuenta que la responsabilidad de su ejecución es de la propia empresa, sin perjuicio de la responsabilidad directa que les corresponda a dichas entidades en el desarrollo y ejecución de actividades como la evaluación de riesgos, la vigilancia de la salud u otras contratadas. La gerencia del “Hotel Rural Fuerte de Garray” asume que la contratación de un Servicio de Prevención Ajeno como servicio de prevención de la empresa no exime al empresario de la obligación de integrar la prevención en todos los niveles de la misma.

5.2 INTEGRACIÓN DE LA ACTIVIDAD PREVENTIVA EN LA EMPRESA

El artículo 1 del Reglamento de los Servicios de Prevención estableció que *“La prevención de riesgos laborales, como actuación a desarrollar en el seno de la empresa, deberá integrarse en el conjunto de sus actividades y decisiones... La integración de la prevención en todos los niveles jerárquicos de la empresa implica la atribución a todos ellos y la asunción por éstos de la obligación de incluir la prevención de riesgos en cualquier actividad que realicen u ordenen y en todas las decisiones que adopten”*.

Posteriormente la Ley de Reforma del Marco Normativo de Prevención de Riesgos Laborales modifica este supuesto en el apartado 1º del artículo 16 de dicha Ley estableciendo que *“La prevención de los riesgos laborales debe integrarse en el sistema general de gestión de la empresa, tanto en el conjunto de sus actividades como en todos los niveles jerárquicos de ésta, a través de la implantación y aplicación de un plan de prevención de riesgos laborales...”*.

La gerencia del “Hotel Rural Fuerte de Garray” asume esta función como propia y así lo recoge en su compromiso para la prevención de riesgos laborales (ver **ANEXO IX**). Para ello desarrollará, implantará y aplicará su propio plan de prevención de riesgos laborales.

5.3 PLAN DE PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

El Plan de Prevención, describe el Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales y los criterios de actuación para la integración de la Prevención de Riesgos Laborales en todas las actividades de nuestra empresa.

El Plan de Prevención del “Hotel Rural Fuerte de Garray” incluirá:

- La descripción de la empresa
- La estructura de la organización
- Las responsabilidades de cada uno de los integrantes de la organización
- Los procedimientos y los procesos necesarios para el desarrollo de la actividad
- Los recursos necesarios para las actividades de prevención de riesgos laborales..

El Plan de Prevención debe constituir un Manual del Sistema de Gestión de Prevención de Riesgos Laborales de la empresa.

5.4 EVALUACIÓN DE RIESGOS Y PLANIFICACIÓN DE LA ACTIVIDAD PREVENTIVA

Con el fin de promover el máximo nivel de protección entre sus trabajadores el “Hotel Rural Fuerte de Garray” revisará todos los procedimientos, medios y lugares de trabajo con el fin de eliminar aquellos riesgos que sean evitables. Así mismo, solicitará al Servicio de Prevención Ajeno contratado la realización de una exhaustiva evaluación de los riesgos laborales dirigida a estimar la magnitud de aquellos que no hayan podido evitarse y facilitar a la empresa la información necesaria para la adopción de las medidas preventivas oportunas.

Esta evaluación inicial deberá ser revisada periódicamente sobre todo cuando se hayan producido daños para la salud en los trabajadores, ante cambios en sus sistemas de trabajo y ante la utilización de nuevos equipos o productos.

Cuando el resultado de la evaluación pusiera de manifiesto situaciones de riesgo, la empresa planificará las actividades preventivas que sean oportunas de acuerdo con la información del Servicio de Prevención Ajeno. Se pondrán a disposición de los trabajadores los equipos de protección individual necesarios para su seguridad en función de la información obtenida en la evaluación de riesgos.

5.5 VIGILANCIA DE LA SALUD DE LOS TRABAJADORES

El “Hotel Rural Fuerte de Garray” garantizará a todos sus trabajadores una vigilancia periódica de su salud mediante la realización de los correspondientes exámenes de salud en los términos expresados en el artículo 22 de la Ley de Prevención de Riesgos Laborales.

La vigilancia de la salud se gestionará con el área sanitaria del Servicio de Prevención Ajeno contratado y será específica en función de los riesgos propios de cada puesto de trabajo.

Tendrá carácter voluntario para los trabajadores salvo en los supuestos expresamente recogidos en la normativa vigente y en caso de negativa por parte del trabajador a su realización se recogerá por escrito su correspondiente renuncia.

Se garantizará la absoluta confidencialidad de la información relacionada con el estado de salud de los trabajadores y la empresa sólo será informada de las conclusiones en relación con el grado de aptitud de los trabajadores para el desempeño de su puesto de trabajo.

El “Hotel Rural “Fuerte de Garray”” garantizará la protección de aquellos trabajadores que por sus propias características personales o estado biológico

PREVENCIÓN DE RIESGOS LABORALES

conocido o tengan reconocida una situación de discapacidad física, psíquica o sensorial, hayan sido considerados como especialmente sensibles a determinados riesgos tal como indica el artículo 25 de la citada Ley de Prevención de Riesgos Laborales. Esta situación será tenida en cuenta para adoptar las medidas preventivas y de protección necesarias.

Así mismo se garantizará la protección a la maternidad en los términos que recoge el artículo 26 de la ya referida Ley de Prevención de Riesgos Laborales. Para ello se solicitará del Servicio de Prevención Ajeno contratado que esta situación sea tenida en cuenta en la evaluación de riesgos para determinar aquellas situaciones y condiciones de trabajo que puedan influir negativamente en la salud de la trabajadora embarazada, del feto o afectar a su periodo de lactancia. Se elaborará, también, una relación de puestos de trabajo exentos de riesgo para gestación y lactancia.

5.6 FORMACIÓN E INFORMACIÓN DE LOS TRABAJADORES

El “Hotel Rural Fuerte de Garray” garantizará que cada uno de sus trabajadores reciba una formación teórica y práctica suficiente en materia preventiva, tanto en el momento de su contratación como cada vez que se produzcan cambios en sus funciones.

Para ello se programarán con el Servicio de Prevención Ajeno contratado las siguientes actividades formativas:

- Curso básico de Prevención de Riesgos Laborales en el sector de hostelería.
- Manipuladores de alimentos.
- Medidas de emergencia.

Por otro lado se diseñarán diversos folletos impresos relativos a diversas medidas preventivas que serán repartidos entre los trabajadores. En esta línea se facilitará información sobre:

- Manipulación manual de cargas y posturas forzadas
- Manejo de agentes químicos de limpieza
- Planes de emergencia y evacuación.

5.7 PLANES DE EMERGENCIA-

Se solicitará del Servicio de Prevención Ajeno contratado la redacción, implantación y revisión cuando proceda de un plan de emergencias y evacuación del “Hotel Rural Fuerte de Garray”.

Para ello se analizarán las posibles situaciones de emergencia considerando el tamaño y la actividad de nuestra empresa y teniendo en cuenta, además, la presencia habitual de otras personas (clientes) en nuestras dependencias.

Se dispondrán las medidas necesarias en materia de lucha contra incendios, primeros auxilios y evacuación tanto de trabajadores como de clientes. Se designará al personal encargado de poner en práctica estas medidas y se comprobará periódicamente su correcto funcionamiento.

Así mismo se dispondrá la adecuada señalización de seguridad, evacuación y medidas contra incendios y los correspondientes planos de ubicación y salidas de emergencia.

CONCLUSIONES

El proyecto de Creación y Gestión de una Microempresa se ha realizado por iniciativa propia con el propósito de poder demostrar que, a pesar de los tiempos en los que estamos, hay cavidad para gente emprendedora y que es posible llevar a cabo un proyecto empresarial con la contratación de personal, ligado, eso si, al sector del turismo que como hemos visto en capítulos anteriores ha sufrido también una recesión, aunque de manera más leve que otros sectores.

Podemos comprobar que para llamar la atención del cliente tenemos que ajustarnos a sus necesidades, y ofertar una serie de productos que sirva de reclamo para el negocio. Por ello, desarrollaré estrategias y nuevos modelos de negocio que lleve consigo una innovación en varios campos a la vez y supongan propuestas de valor, diferentes de la competencia y mejores para el cliente.

Creo que el Hotel acertará mas en su apuesta porque el esfuerzo en visualizar el futuro y dedicaré más tiempo a pensar en cómo pueden evolucionar las necesidades de los clientes, y cómo podrían influir ellos en el futuro, tomando decisiones con agilidad, en ocasiones arriesgadas y sin excesivo miedo al fracaso.

En otros aspectos, me parece tan importante realizar una buena gestión de negocio como elaborar un plan de viabilidad detallado y minucioso.

Para un correcto funcionamiento del Hotel es necesario una buena selección de personal, estructurar y definir cada una de las categorías profesionales que conformaran la plantilla del "Hotel Rural Fuerte de Garray", intentando llevar una política de empresa que sea sello e insignia del negocio de cara al exterior y sea asequible a los trabajadores a la vez que exija un cierto compromiso de éstos con el hotel, ya que intentaré que el ambiente de trabajo sea inmejorable y a la par que motivador, y en caso que se requiera, formando.

Respecto a la manera de gestionar el hotel, podría plantearme un modo de dirección por objetivos, llegados a ellos de una manera consensuada con todos los empleados que aportarían sus opiniones y experiencia.

Pero todo ello no sería posible sin antes realizar una parte fundamental del estudio de mercado, como es el plan de viabilidad.

Todos los datos con los que he elaborado este plan de viabilidad, costes, pagos, cobros, existencias, primas de seguros, etc. son reales, por lo que la credibilidad de este proyecto es del 100%.

Tras el análisis económico-financiero del hotel, podemos observar que es un hotel rentable, que puede llegar a generar grandes beneficios. Para años

posteriores, previendo un grado de satisfacción aceptable por parte de nuestros clientes, me arriesgo a prever un aumento de la ocupación hotelera.

Aunque, es verdad que el plan ha resultado ser viable anualmente, nos muestra en la tabla mensual que hay un par de meses (diciembre y enero) que generan pérdidas, compensadas claramente por meses posteriores, pero que es claro objetivo intentar subsanar ese problema, tal vez con un cierre temporal (por un mes) del hotel, pudiendo, de esta manera, disfrutar los empleados de un periodo de vacaciones.

Para gestionar los aspectos relativos a la Prevención de Riesgos Laborales y conseguir una protección eficaz de la seguridad y salud de sus trabajadores, el "Hotel Rural Fuerte de Garray" ha decidido la contratación de un Servicio de Prevención Ajeno.

En todo caso la empresa asume como propias las responsabilidades en materia de integración de la prevención en todas sus actividades y niveles jerárquicos para lo cual desarrollará el correspondiente Plan de Prevención de Riesgos Laborales, garantizando la evaluación de los riesgos laborales y la planificación de las medidas preventivas, la formación, información y la vigilancia de la salud de sus trabajadores, así como la puesta en marcha de las correspondientes medidas de emergencia.

BIBLIOGRAFÍA

- **BOHLANDER, G y SNELL, S.** (2008): Administración de Recursos Humanos. Gengage Learning Editores S.A, Mexico D.F
- **GUERRAS, L.A. y NAVAS, J.E** (2007): La dirección estratégica de la empresa. Teoría y Aplicaciones. Thompson Civitas, Madrid
- **GRAY, W. / LIGORI** (1995): Hoteles y Moteles, administración y funcionamiento. Editorial Trillas, México.
- **PINILLAS MAS, F.M. y J.I. MARTINEZ BEORLEGUI** (2007): Proyecto empresarial. J. Sangüesa Orti, Madrid
- **QUINTO, FRANCISCO** (2005): Todas las claves para crear una empresa. Servi Doc, Barcelona
- **2009. Guía técnica para la integración de la Prevención de Riesgos Laborales en el sistema general de gestión de la empresa.** Madrid. Instituto Nacional de Seguridad e Higiene en el trabajo
- **2010 Creación y Puesta en marcha de una Empresa.** Madrid. Ministerio de Industria, Comercio y Turismo
- España. Real Decreto Legislativo 1/1994 de 20 junio, por el que se aprueba el Texto refundido de la Ley General de la Seguridad Social. *Boletín Oficial del Estado* 29 de junio de 1994: 20658-20708
- España. Ley 2/1995 de 23 marzo, de Sociedades de Responsabilidad Limitada. *Boletín Oficial del Estado* nº71 de 24 marzo de 1995: 9181-9206
- España. Real Decreto Legislativo 1/1995 de 29 marzo por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de los Estatutos de los Trabajadores. *Boletín Oficial del Estado* nº 75 de 29 marzo de 1995: 9654 – 9688
- España. Ley 31/1995 de 8 noviembre de Prevención de Riesgos Laborales. *Boletín Oficial del Estado* nº 269 de 10 noviembre de 1995: 32590 – 32611
- España. Real Decreto 39/1997 de 17 de enero, por el que se aprueba el reglamento de los servicios de prevención. *Boletín Oficial del Estado* nº 27 de 31 de enero de 1997: 3031 – 3045
- España. Real Decreto 2720/1998, de 18 de diciembre, por el que se desarrolla el artículo 15 del Estatuto de los Trabajadores en materia de

contratos de duración determinada. *Boletín Oficial del Estado* nº 7 de 08 de enero de 1999. Referencia BOE-A-1999-346

- España. Ley 54/2003 de 12 de diciembre de reforma del marco normativo de la prevención de riesgos laborales. *Boletín Oficial del Estado* nº 298 de 13 de diciembre de 2003: 44408 – 44415
- España. Real Decreto Legislativo 1/2010, de 2 de julio, por el que se aprueba el texto refundido de la Ley de Sociedades de Capital. *Boletín Oficial del Estado* nº 161 de 3 de julio de 2010: 58472 - 58594

ANEXOS