



GRADO EN COMERCIO

“El Rincón de San Pedro”

Plan de negocio sobre un hostel en la
ciudad de Valladolid

Fernando Rodríguez Muñoz

FACULTAD DE COMERCIO VALLADOLID,

JULIO 2020



UNIVERSIDAD DE VALLADOLID

GRADO EN COMERCIO

CURSO ACADÉMICO 2019/2020

TRABAJO FIN DE GRADO

“El Rincón de San Pedro”

Plan de negocio sobre un hostel en la ciudad de
Valladolid

Trabajo presentado por: Fernando Rodríguez Muñoz

Firma:

Fernando Rodríguez

Tutor: Marta Niño Amo

Firma:

Marta Niño Amo

FACULTAD DE COMERCIO

Valladolid, Julio 2020

ÍNDICE

1.INTRODUCCIÓN.....	8
1.1 Objetivos y desarrollo del plan de empresa	8
1.2 Generación de la idea de negocio	8
1.3 Descripción de la idea de negocio	9
1.4 Situación extraordinaria pandemia Covid-19.	10
2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO.....	10
2.1 Misión, visión y valores	10
2.2 Definición y descripción del sector	10
2.2.1 Sector turístico en España	10
2.2.2 Sector hotelero en España.....	16
2.2.3 Sector hotelero en Castilla y León	24
2.3 Análisis DAFO	26
3.PLAN COMERCIAL.....	27
3.1 Análisis del mercado	27
3.1.1 Mercado objetivo	27
3.1.2 Identificación y análisis de la competencia.....	29
3.2 Estimación de las ventas anuales y cuota de mercado	32
3.3 Precio objetivo.....	33
4. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONAL	36
4.1 Diagrama de flujo	36
4.2 Localización del hostel	37
4.3 Contrato de Arrendamiento.....	38
4.4 Público Objetivo	39
4.5 Ambientación y distribución interior	39

4.6	Instalaciones y equipamiento.....	41
4.7	Costes fijos anuales	41
4.8	Sistemas de gestión de la calidad.....	42
5.	PLAN DE RRHH.....	42
5.1	Análisis de los puestos de trabajo y asesores	42
5.2	Horario	43
5.3	Estructura organizativa	43
5.4	Reclutamiento	44
5.5	Evaluación.....	46
5.6	Selección y contratación	46
6.	PLAN ECONÓMICO FINANCIERO	47
6.1	Inversión y financiación inicial.....	47
6.2	Tabla de inversión inicial.....	49
6.3	Estados financieros previsionales a 3 años.....	49
6.4	Ratios.....	50
7.	ASPECTOS JURIDICOS Y TRÁMITES EMPRESARIALES.....	52
7.1	Forma jurídica.	52
7.2	Trámites para la constitución de la empresa.	52
7.2.1	Trámites para la constitución de la sociedad.	52
7.2.2	Trámites en Hacienda	53
7.2.3	Tramites laborales.	54
7.2.4	Trámites en el Ayuntamiento y Junta de Castilla y León	55
7.3	Recomendaciones y normativa Covid-19.	58
7.3.1	Recepción y acogida en el albergue.	58
7.3.2	Habitaciones compartidas.	59
7.3.3	Aseos y duchas de uso común.....	59

7.3.4 Cocina y comedor.....	60
7.3.5 Zonas de uso común.....	60
8.CONCLUSIONES.....	61
9.BIBLIOGRAFÍA Y WEBS CONSULTADAS.....	63

INDICE DE ILUSTRACIONES

Ilustración 1. Evolución de la llegada de turistas a España	11
Ilustración 2. Variación anual de la llegada de turistas a España	12
Ilustración 3. Evolución del gasto medio diario de turistas extranjeros	13
Ilustración 4. Reino Unido, principal emisor de turistas hacia España.....	14
Ilustración 5. Estancia media de turistas extranjeros en España.....	15
Ilustración 6. Intereses turísticos preferidos por CCAA.....	16
Ilustración 7. Nº de plazas de establecimientos hoteleros en España	17
Ilustración 8. Nº de pernoctaciones hoteleras en España.....	18
Ilustración 9. Variación anual de pernoctaciones hoteleras por provincias.....	19
Ilustración 10. Nº de viajeros que se hospedaron en hoteles españoles	20
Ilustración 11. Evolución del nº de viajeros alojados en hoteles en España.....	21
Ilustración 12. Número de pernoctaciones realizadas por viajeros españoles.....	22
Ilustración 13. Evolución de la estancia media en hoteles españoles.....	23
Ilustración 14. Índices de precios hoteleros de Castilla y León.....	24
Ilustración 15. Tarifas hoteleras en España por CCAA	25
Ilustración 16. Ingresos de alojamientos hoteleros en España por CCAA	25
Ilustración 17. Nº de establecimientos hoteleros abiertos en Castilla y León	29
Ilustración 18. Grado de ocupación de las plazas hoteleras por provincias en.....	30
Ilustración 19. Evolución del número de plazas en hoteles y V.U.T España	31
Ilustración 20. Grado de ocupación en % de los hoteles de Valladolid.....	32
Ilustración 21. Estancia media por meses en los hoteles de Castilla y León	32
Ilustración 22. Imagen principal del local.....	37
Ilustración 23. Imagen del local (1).....	37
Ilustración 24. Imagen del local (2).....	38
Ilustración 25. Ubicación del local	38
Ilustración 26 Plano	40
El Rincon de San Pedro	6
Rodriguez Muñoz, Fernando	

INDICE DE TABLAS

Tabla 1. Análisis DAFO	26
Tabla 2: Pagos mensuales	33
Tabla 3. Resumen Costes Fijos anuales.....	41
Tabla 4. Resumen gastos de personal (anual).....	41
Tabla 5. Inversión inicial	47
Tabla 6. Financiación inicial	48
Tabla 7. Datos del préstamo	48
Tabla 8. Inversión Inicial.....	49
Tabla 9: Tabla de ingresos	49
Tabla 10. Cuenta de PyG	50
Tabla 11: Ratios	51

1. INTRODUCCIÓN

1.1 **Objetivos y desarrollo del plan de empresa**

En el presente proyecto se realizará un plan de empresa con el objetivo de simular lo más detalladamente posible la creación y puesta en marcha de un hostel en la ciudad de Valladolid, llamado *El rincón de San Pedro*. Se examinará y analizará la viabilidad del negocio en todos los aspectos posibles, con la intención de poder tomar conclusiones al respecto. Se tendrán que analizar tanto los puntos fuertes como los débiles del negocio, intentando que, a la hora de llevarlo a la práctica, se corrijan esos puntos débiles que, gracias al plan de empresa, han sido capaces de pronosticarse. El objetivo del plan de empresa es, por tanto, un reflejo de la viabilidad del proyecto para ayudar a tomar una decisión en cuanto a su puesta en marcha, o no, según los intereses y capacidades del emprendedor, el cuál podrá anticiparse en cierta medida a las consecuencias negativas del negocio.

Se deben tener en cuenta una serie de aspectos que son fundamentales para el correcto desarrollo del plan de negocio. Definir claramente la idea del negocio, así como establecer una planificación precisa antes de comenzar la actividad, de esta forma las conclusiones tomadas al estudiar el plan de empresa estarán más acordes a la realidad. Por lo tanto, las áreas objeto de estudio para este plan de empresa, que serán en su conjunto las responsables de una decisión final, serán las siguientes:

- Definición precisa de la idea de negocio.
- Escoger una ubicación para el negocio acorde a lo que este necesita.
- Identificación de los competidores
- Evaluación concreta del entorno y estudio de mercado.
- Establecer un plan comercial o de ventas
- Establecer un plan de producción
- Financiación para el desarrollo del proyecto
- Gestión adecuada de los recursos humanos.
- Análisis económico-financiero y ratios, que serán decisivos para una evaluación concluyente.

1.2 **Generación de la idea de negocio**

La idea originaria de este plan de empresa surgió a través de una larga lista de viajes realizados por el autor. Por ejemplo, en visitas a Bilbao y Salamanca tuvo la

oportunidad de hospedarse en dos hostels que resultaron objeto de gran interés por su parte. El aspecto más relevante para él fue la organización tan precisa de las labores necesarias en el hostel, así como la efectividad y la gratitud que pueden percibir los huéspedes.

El autor identificó una clara necesidad en la ciudad de Valladolid ya que no existe hasta el momento ningún tipo de alojamiento tan económico como un hostel, encontrando así una clara oportunidad para desarrollar un plan de empresa para determinar su viabilidad.

1.3 Descripción de la idea de negocio

El Rincón de San Pedro será un hostel ubicado en la zona centro de la ciudad de Valladolid y que ofrecerá la posibilidad a sus clientes de disponer de un alojamiento de bajo coste en habitaciones compartidas, así como poder hacer uso de otros espacios comunes como una sala de estar, cocina y aseos.

Además, el huésped dispondrá en la recepción de toda la información necesaria sobre la ciudad, para que así puedan conocer y disfrutar de Valladolid aprovechando al máximo aspectos como la gastronomía y los diferentes edificios y monumentos históricos.

La función principal del hostel será ofrecer a los turistas un alojamiento económico, localizado en una de las mejores zonas de la ciudad; el casco histórico. Debido a esta prestigiosa ubicación, el alojamiento será aún más atractivo y despertará mayor interés al turista.

El edificio que albergará el hostel estará situado en la calle Vega de Valladolid, en una zona muy cercana al casco histórico de la ciudad. Esta además muy bien comunicado mediante transporte público con las estaciones de tren y autobús. El hostel se encontrará en la primera planta de un edificio y estará compuesto por recepción, cocina y comedor comunes, dos vestuarios con duchas y baños para hombres y mujeres, una sala de estar y 5 habitaciones con 7 camas que harán que el número máximo de huéspedes que puedan acogerse sea de 35.

Entre las utilidades del hostel, se pretende ofrecer a los huéspedes una oportunidad de relacionarse con sus compañeros de habitación, con los que compartirán mucho tiempo y experiencias. Se busca que todos los clientes obtengan una agradable sensación de satisfacción no solo por el servicio de hospedaje, si no por una convivencia armoniosa y provechosa.

1.4 Situación extraordinaria pandemia Covid-19.

Estando prácticamente finalizado este proyecto, apareció en nuestras vidas el virus Covid-19 que se desarrolló mundialmente en forma de pandemia y va a cambiar muchos de nuestros hábitos al menos en un futuro inmediato a corto medio-plazo.

Evidentemente en estas circunstancias la apertura de un negocio como un hotel quizá no sea lo más recomendable, aun así al tener desarrollado ya previamente el plan empresarial hemos decidido continuar con él.

En el apartado 7 detallamos las medidas y normas hasta la fecha conocidas que deben fijarse en un establecimiento hotelero para prevenir posibles contagios del virus Covid-19.

2. ANÁLISIS ESTRATÉGICO

2.1 Misión, visión y valores

- Misión: conseguir ofrecer un servicio y una estancia de calidad que el huésped no dude en volver a hospedarse con nosotros en futuras visitas a la ciudad.
- Visión: llegar a ser un lugar de hospedaje reconocido y valorado de Valladolid obteniendo buenos comentarios de los clientes en plataformas que valoran la reputación del establecimiento.
- Valores:
 - Ofrecer a los huéspedes la mejor relación precio-calidad
 - Atender a los huéspedes con amabilidad y cariño
 - Contar con mobiliario de calidad para asegurar un confort absoluto

2.2 Definición y descripción del sector

Para un análisis completo del sector, además de tratar información sobre el sector hotelero español, también se reflejará información esencial sobre el sector turístico español. Dada la fuerte relación que existe entre ambos sectores, se ha considerado vital hacer referencia a ambos con similar prioridad.

2.2.1 Sector turístico en España

El sector turístico es el que más riqueza aporta a la economía española:

- España gana 176.000 millones de euros al año gracias al turismo

- Sólo el sector turístico representa el 14,6% del PIB español
- El turismo crea al año 2,8 millones de puestos de trabajo, lo que equivale al 14,7% del empleo de España.

Se comienza analizando la llegada de los turistas internacionales a España hasta el mes de octubre del 2019:

Ilustración 1. Evolución de la llegada de turistas a España



Se aprecia cómo los años 2017, 2018 y 2019 (hasta octubre) son los periodos en los que más turistas extranjeros se han acogido. La cifra ha ido ascendiendo poco a poco desde el año 2001. Esto es reflejo de los grandes esfuerzos de España para generar turismo, el sector más importante del país. Por supuesto, estos datos son de gran importancia para el sector hotelero, por lo que todo lo que ocurra en el sector turístico, afectará de manera casi directa al sector hotelero.

Por otro lado, se observa cómo el crecimiento de las cifras disminuye conforme se avanza en el tiempo. Más concretamente, son en los últimos 2 años donde se observa un crecimiento más lento, compartiendo de hecho unos resultados prácticamente similares entre los años 2017 y 2018.

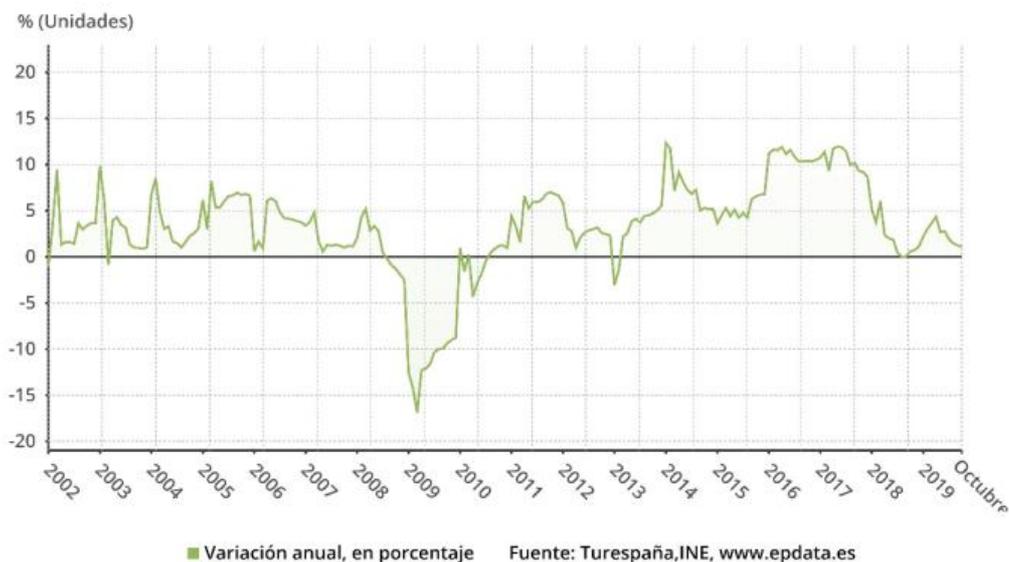
Añadir, además, un dato muy interesante sobre los turistas acogidos este año 2019: se alcanza un récord histórico por los 75 millones de turistas extranjeros

acogidos en España.

Aunque anteriormente se hizo mención al estancado crecimiento de la llegada de turistas a España en los dos últimos años, a continuación se muestra un gráfico que atañe especialmente a las variaciones (crecimiento o decrecimiento) de la llegada de turistas a territorio español.

Ilustración 2. Variación anual de la llegada de turistas a España

Variación anual de la llegada de turistas hasta octubre de 2019



La ilustración 2 refleja el crecimiento o variaciones del turismo extranjero en España. Los periodos donde se observan picos con datos negativos representan que, en ese momento, disminuyó (en porcentajes) el número de turistas extranjeros en España.

Si se compara este gráfico con el anterior, se aprecian fácilmente los crecimientos y frenos de la llegada de turistas. El punto donde España sufrió una recesión turística importante se sitúa entre los años 2009 y 2010, tal y como se aprecia también en la ilustración 1. El crecimiento lento del periodo 2018-2019 del que se habló anteriormente, se aprecia en la ilustración 2 de manera mucho más clara, con un pequeño pico.

A continuación, se muestra un gráfico que arroja información sobre el gasto medio diario de los turistas extranjeros en España.

Ilustración 3. Evolución del gasto medio diario de turistas extranjeros

Evolución del gasto medio diario de los turistas extranjeros



Se puede observar cómo el gasto medio diario ha aumentado a lo largo de los años con bastante intensidad. La peculiaridad de este gráfico, sin embargo, reside en que no está relacionado con la ilustración 1, ya que el gasto medio diario por turista es independiente del número de turistas que visitan España. Por lo tanto, refleja información verdaderamente inspiradora, ya que se aprecia como el gasto medio diario por turista va aumentando con bastante rapidez a lo largo de los años. España se ha convertido en uno de los destinos más valorados por los turistas extranjeros, y los comercios y empresarios españoles han sabido reaccionar en consecuencia; de ahí el aumento del gasto.

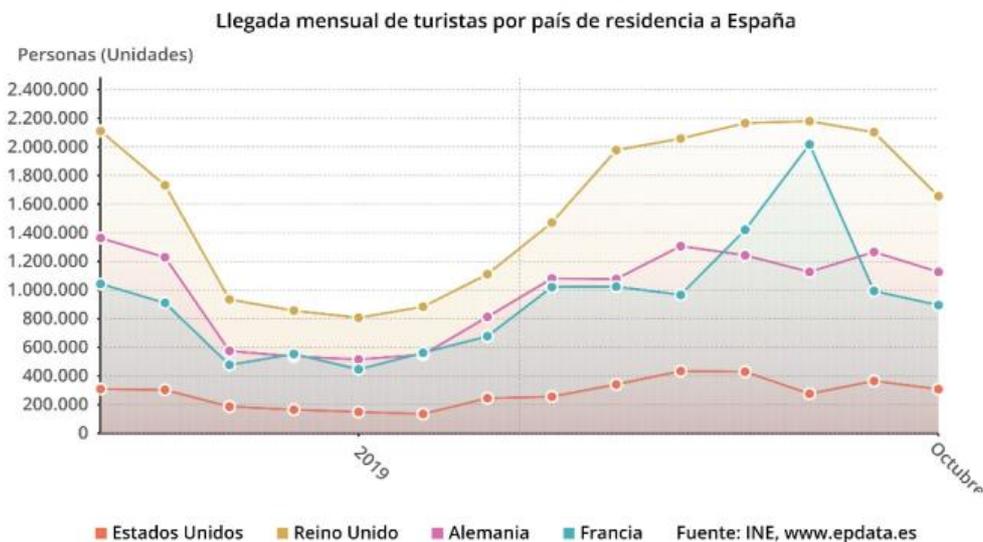
También es relevante apuntar que, al igual que en el 2019 se han alcanzado cifras históricas de turistas extranjeros en territorio español, también se registraron en este mismo año cifras históricas en cuanto al gasto medio diario de dichos turistas, alcanzando hasta casi los 170€ diarios.

Tal y como se mencionó con anterioridad, todo este gasto afecta muy positivamente al resto de sectores relacionados con el turismo, como es el caso del sector hotelero.

En la siguiente imagen se refleja la procedencia de los turistas extranjeros en España:

Ilustración 4. Reino Unido, principal emisor de turistas hacia España

Reino Unido, principal emisor de turistas hacia España



Definitivamente, los turistas procedentes de Reino Unido son los más frecuentes en nuestro país. A pesar de la proximidad geográfica con Francia e Italia, por ejemplo, son los británicos y los alemanes los que más visitan España. Este dato resulta de gran utilidad para el sector turístico español, ya toda su actividad comercial girará en torno a las costumbres, hábitos e idiomas de estos dos turistas frente a los de otras procedencias.

Encuestas recientes han demostrado que, en especial los turistas británicos, viajaban comprando paquetes de tour operadores, lo que incrementaba su coste vacacional. Haciendo referencia a la ilustración 3, el incremento desmesurado del gasto diario por turista puede deberse a la contratación de paquetes turísticos por parte de los visitantes británicos, llegando a sumar hasta un 15,6% de gastos diarios.

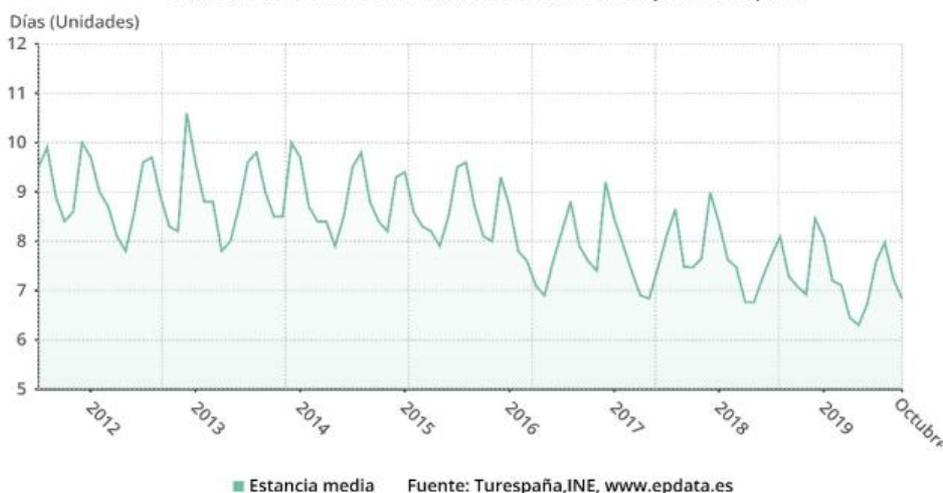
Por último, es vital hacer referencia a la fuerte caída que se observa en la ilustración 4 acerca de los turistas británicos. Esta fuerte caída del número de los visitantes de Reino Unido se debe principalmente al *Brexit* y a la caída de la libra esterlina, ya que una depreciación de su moneda es la causante de que les resulten mucho más costosas unas vacaciones en España, posicionándose como un destino caro. En su lugar, se han estado decantando por destinos como Turquía o Túnez.

La ilustración 5 muestra un notable decrecimiento en cuanto al tiempo de estancia de los turistas españoles.

Ilustración 5. Estancia media de turistas extranjeros en España

Estancia media de los turistas extranjeros en España

Evolución de la estancia media de los turistas extranjeros en España



Se observa una caída en la estancia de los turistas extranjeros, que contrasta con los datos tan alentadores de las ilustraciones anteriores. Sin embargo, si comparamos la ilustración 5 con la ilustración 3, una disminución del tiempo vacacional casi carece de importancia, ya que el gasto medio diario por turista sí refleja crecimiento.

La estancia media de turistas en España ha disminuido un 30% aproximadamente en los últimos años. Por otro lado, como se mencionó con anterioridad, los turistas cada vez más viajan contratando paquetes turísticos. La contratación de estos paquetes ha aumentado un 36%, pero al mismo tiempo, la duración media de estos paquetes (estancia) ha disminuido en un 30%, tal y como se mencionó unas líneas antes.

Más adelante, se muestra una ilustración en la que se podrán distinguir por comunidad autónoma los motivos por los que los turistas visitan esas mismas comunidades autónomas. Esta información es muy relevante para el sector turístico de las distintas autonomías españolas, ya que su esfuerzo comercial enfocado al turismo radicará en actividades muy concretas.

Ilustración 6. Intereses turísticos preferidos por CCAA



Fuente: hosteltur.com

Las actividades turísticas favoritas son la gastronomía y los parques temáticos. En Castilla y León, el lugar de residencia del hostel de este proyecto, es la gastronomía el principal motivo por el que los turistas acuden a la comunidad autónoma, si bien es cierto que el principal cliente objetivo de nuestro hostel no tenga la gastronomía como su objeto primordial en la visita.

Aunque la gastronomía no sea el primer reclamo en todas y cada una de las comunidades autónomas, es cierto que no deja de tener una importante presencia en cada una de ellas. Según La Organización Mundial del Turismo, la gastronomía es en la actualidad el activo más valorado de España, en cuanto al turismo se refiere. Además, el 71% de los itinerarios o paquetes turísticos están enfocados al turismo gastronómico o experiencias culinarias.

2.2.2 Sector hotelero en España

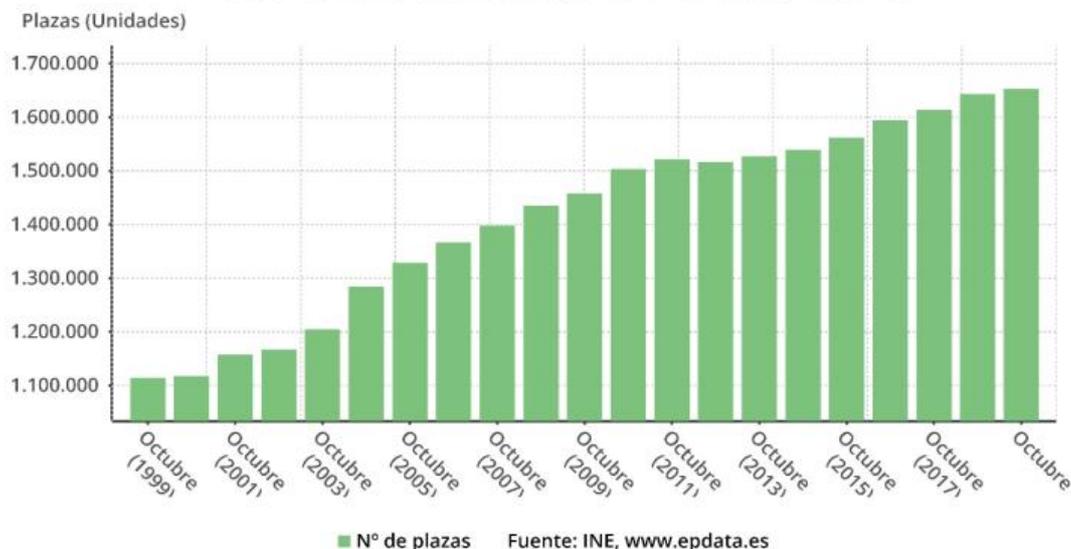
Hoy en día, los viajeros disponen de más opciones que nunca. Si se tienen en consideración las tendencias de los datos históricos, los turistas que visiten España podrán elegir entre casi 930.000 habitaciones en 2019.

A continuación, se muestra un gráfico de la oferta hotelera en España medida en número de plazas.

Ilustración 7. Nº de plazas de establecimientos hoteleros en España

Nº estimado de plazas de los establecimientos hoteleros

Evolución del número estimado de plazas en los hoteles, mes a mes



Es curioso observar el crecimiento de la oferta hotelera en España, cuando el turismo no lo hace en igual medida. Esta tendencia que evoca en el aumento de plazas hoteleras viene provocada por un aumento de los establecimientos hoteleros, lo cual indica que el sector está volviéndose cada vez más competitivo.

Si bien la competencia es un aliciente para la mejora, no hay que olvidar que, un aumento de la oferta conllevará a una dispersión de los ingresos, a no ser que dicho aumento de la oferta venga acompañado de un aumento de la demanda, que, como se ha tratado ya en el epígrafe del turismo en España no es el caso, ya que España sufre actualmente una pequeña recesión en cuanto al turismo extranjero.

Pero ¿podría existir un aumento de la demanda de turistas españoles? Adelantando información, tampoco se cumple esta expectativa. El turismo en España por parte de turistas españoles se tratará en gráficos posteriores.

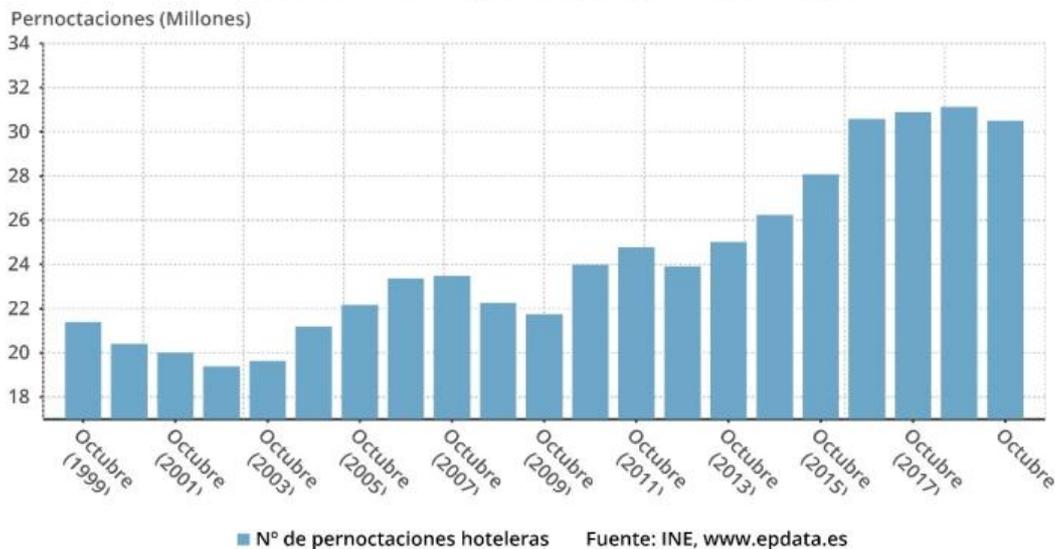
El próximo gráfico trata sobre las pernoctaciones¹ totales de turistas (extranjeros y españoles) en hoteles en España en los meses de octubre.

¹ Pernoctación: hecho de pasar la noche en un lugar que no es el habitual.

Ilustración 8. N° de pernoctaciones hoteleras en España

N° de pernoctaciones hoteleras en España

Evolución del número de pernoctaciones en hoteles en España

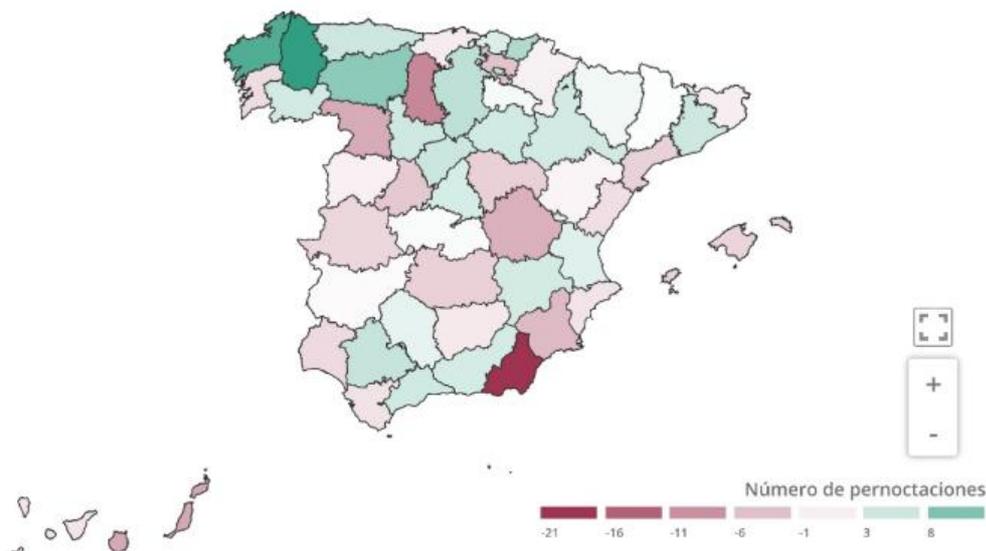


El turismo español ha crecido a lo largo de los años, encontrándose en su mayor plenitud en los últimos 3 años. Se puede decir que, en los años 2016, 2017, 2018 y 2019 se han obtenido cifras históricas en cuanto a pernoctaciones en hoteles españoles. Sin embargo, la primera, aunque pequeña recesión de estas magníficas cifras se encuentra en el año 2019, en el que ha habido un pequeño decrecimiento del 2% en comparación con el año anterior. En el mes de octubre del 2019 se registraron un total de 30,51 millones de pernoctaciones en hoteles ubicados en España.

En la ilustración 9 aparecen las variaciones de las pernoctaciones del año 2019 con respecto al 2018. Los datos se reflejan por provincia.

Ilustración 9. Variación anual de pernoctaciones hoteleras por provincias

Variación anual del número de pernoctaciones hoteleras por provincias



Fuente: epdata.es

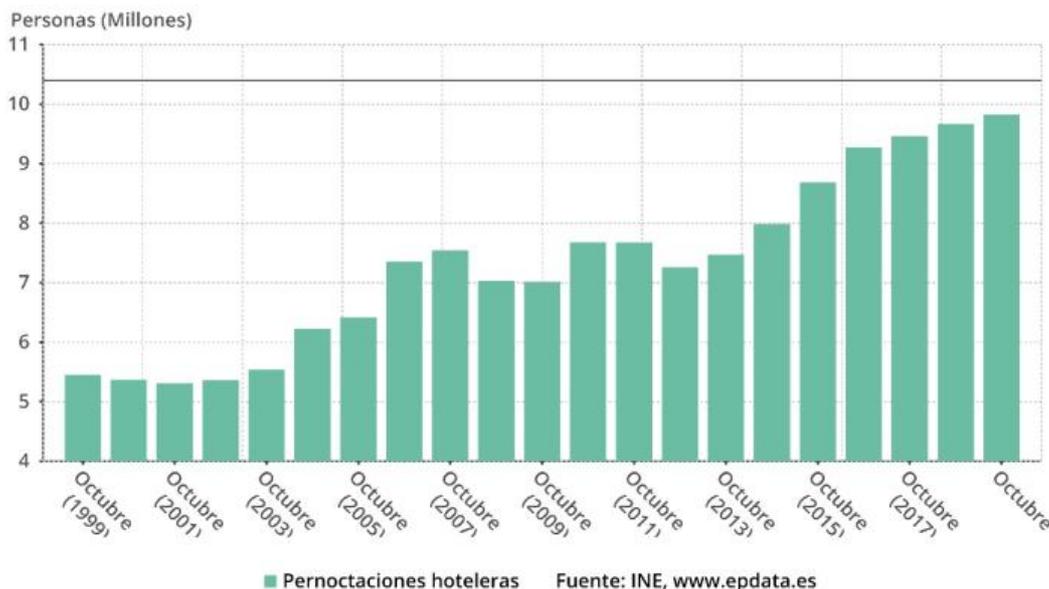
El mapa por provincias de la ilustración 9 refleja las variaciones en las pernoctaciones de los turistas por colores, de tal forma que, cuanto más tonalidad rojiza adquiere una provincia, mayor número de pernoctaciones negativas ha sufrido en el año 2019 con respecto al 2018. Se aprecia cómo la provincia más perjudicada ha sido Almería, y las dos provincias más favorecidas han sido Lugo y A Coruña, por ese orden.

Valladolid, provincia donde va a estar situada nuestra empresa no es una de las provincias que se han visto perjudicadas; al contrario. A pesar de que el número de pernoctaciones no han crecido en gran medida en Valladolid sí que se observa una sutil mejoría con respecto al año 2018.

Otra observación relevante es que las provincias colindantes con Valladolid, a excepción de Segovia y León, han sufrido una recaída en cuando a pernoctaciones en sus hoteles o lugares de hospedaje. Esta distinción hace brillar aún más a la provincia de Valladolid, pues ha sabido diferenciarse de sus provincias vecinas que cuentan con una extensión, localización, condiciones físicas y climáticas muy similares. Valladolid ha sabido explotar su cultura, gastronomía y recursos propios mucho mejor que muchas de sus provincias vecinas, haciendola más atractiva como ubicación hotelera.

La ilustración que aparece a continuación es parecida a la ilustración 8, solo que, en vez de reflejar el número de pernoctaciones, refleja cuántos turistas realizaron alguna pernoctación, es decir, cuántos turistas visitaron los hoteles españoles.

Ilustración 10. Nº de viajeros que se hospedaron en hoteles españoles



Es curioso cómo la ilustración 10 muestra mejores cifras en el año 2019 con respecto al 2018 que la ilustración 8. Ciertamente, al comparar ambos gráficos, se llega a una conclusión muy sencilla: el número de turistas que visitaron hoteles españoles ha aumentado en el año 2019, pero ha disminuido el número de noches totales que pasaron dichos turistas en dichos hoteles.

Aunque este dato sea algo desalentador para el sector hotelero, es un dato positivo para el sector turístico, ya que, aunque los turistas gasten menos en hoteles, al aumentar el número de turistas, aumentará el consumo en otros servicios turísticos.

Las ilustraciones 11, 12 y 13 se destinarán a analizar el turismo español por turistas españoles.

La ilustración 11 refleja el número de turistas de nacionalidad española que se han alojado en hoteles en España.

Ilustración 11. Evolución del nº de viajeros españoles alojados en hoteles en España

Evolución del nº de viajeros españoles alojados en hoteles en España



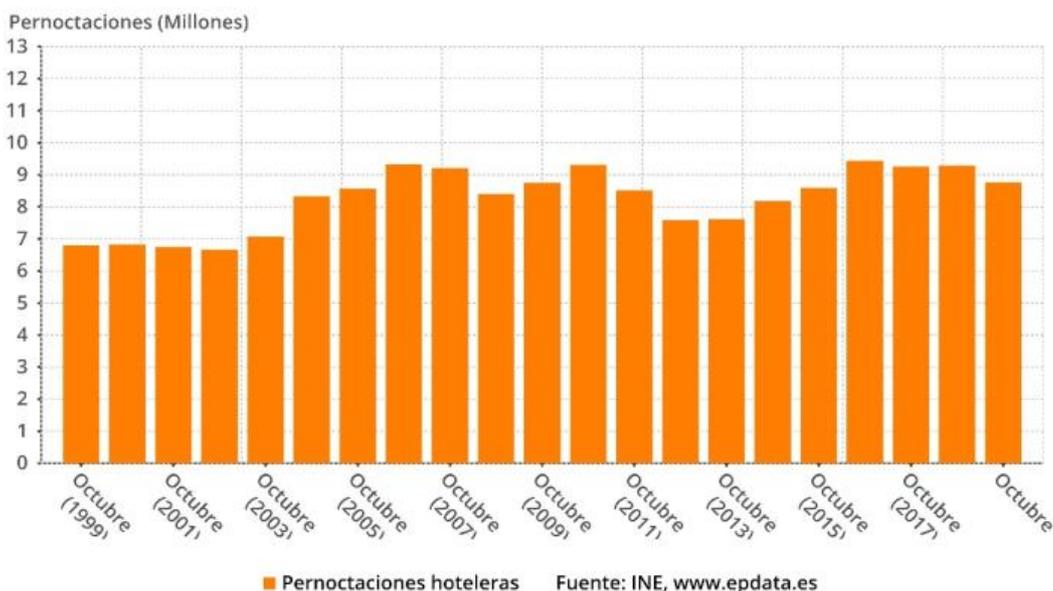
Este gráfico tiene la función de reflejar la cantidad abismal de turistas extranjeros que acogen los hoteles españoles. Si se comparan la ilustración 11 y la ilustración 10 y se observa con atención la cifra más alta alcanzada por ambas, se deduce rápidamente que más de la mitad de los turistas que se alojan en hoteles españoles son extranjeros.

El dato más alto alcanzado en la ilustración 11 ronda los 4,4 millones de personas. Sin embargo, la cifra más alta alcanzada por el gráfico 10 casi alcanza los 10 millones. Con esta aclaración se comprende fácilmente la clara inclinación de los hoteles y otros lugares de hospedaje españoles hacia la cultura, idiomas y costumbres extranjeras. Y no sólo los hoteles, si no el sector turístico español en general ya presenta fuertes matices turísticos enfocados a los visitantes extranjeros.

La ilustración 12 refleja el número de pernотaciones de los turistas españoles en hoteles españoles:

Ilustración 12. Número de pernoctaciones realizadas por viajeros españoles en España

Número de pernoctaciones realizadas por los viajeros españoles



En esta ocasión también se realizará una comparación con otra de las ilustraciones anteriores. Se puede decir, que esta ilustración está estrechamente relacionada con la ilustración 8. En la ilustración 8 se muestra el total de pernoctaciones que ocasiona el turismo nacional y extranjero en España, mientras que en la ilustración 12 sólo se reflejan las pernoctaciones originadas por turistas nacionales en hoteles españoles. Comparando pues ambos gráficos, es de destacar que la cifra menos elevada de pernoctaciones de turistas en general en España ronda los 19 millones, mientras que la cifra más pequeña de las pernoctaciones por turistas españoles oscila los 9 millones. Con estos dos datos hay información más que suficiente para suponer que el turismo extranjero es vital para el sector hotelero español. En cuanto a la evolución de las pernoctaciones de turistas nacionales, se aprecia una evolución mucho más estable y homogénea que si se le añaden las pernoctaciones de los turistas extranjeros.

Es de destacar también que, aunque no exista una ilustración dedicada explícitamente a las pernoctaciones extranjeras en hoteles españoles, sí que se pueden calcular las cifras si se le restan los valores del gráfico 12 al gráfico 8.

En la ilustración 13 se muestran las pernотaciones o estancia media en noches por viajero en hoteles españoles. En este gráfico participan tanto los viajeros extranjeros como los nacionales.

Ilustración 13. Evolución de la estancia media en hoteles españoles

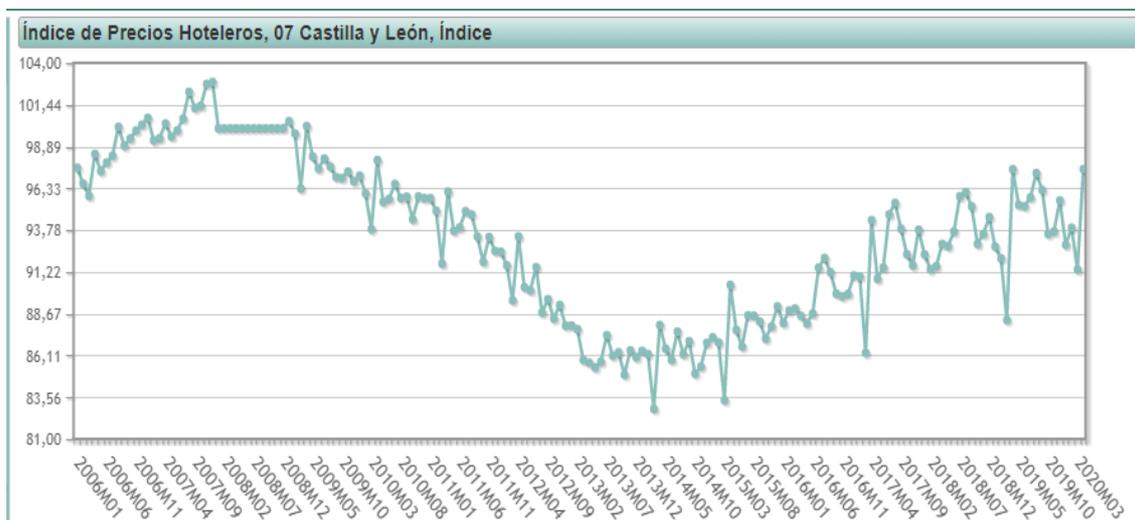


A pesar de que, en otras ilustraciones, como por ejemplo en la ilustración 8, se ha mostrado que las pernотaciones totales han aumentado, en esta en concreto es notable cómo el número medio de pernотaciones por viajero ha ido disminuyendo. La razón se debe al aumento del turismo, es decir, al aumento de turistas tanto extranjeros como españoles que viajan y visitan los distintos municipios y ciudades de España. El aumento progresivo del turismo con el paso de los años puede verse con claridad en la ilustración 1 (pág. 8.).

Indagando esta vez en el sector hotelero de la comunidad autónoma de Castilla y León, se refleja a continuación el índice de los precios hoteleros de la zona. Los datos que se muestran parten desde el año 2002 hasta llegar al 2019.

2.2.3 Sector hotelero en Castilla y León

Ilustración 14. Índices de precios hoteleros de Castilla y León



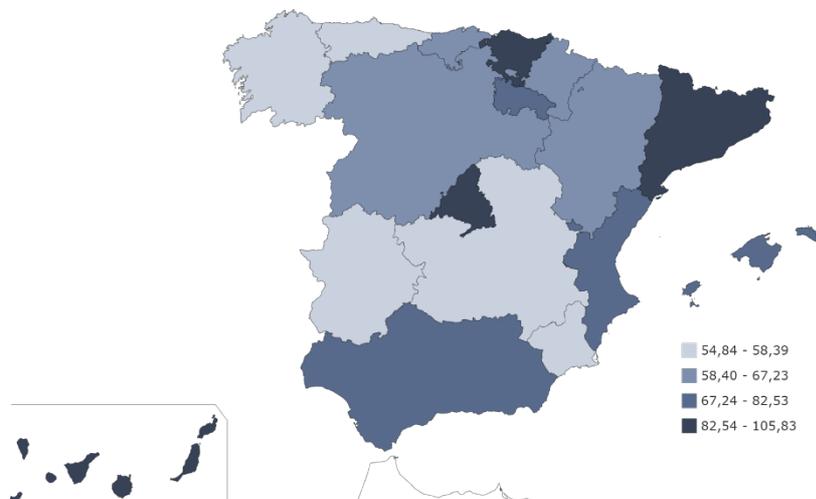
Fuente: ine.es

Se observa cómo el precio medio del sector hotelero de Castilla y León en los últimos años no ha llegado a alcanzar cifras tan altas como en el pasado, por ejemplo, en el 2007. Es curioso que ocurra este fenómeno dado que en los demás gráficos se ha advertido que el sector turístico ha crecido. Este crecimiento ha tenido lugar de varias formas: en número de turistas, en gasto medio por turista, en número de visitas a hoteles y en número de pernoctaciones. Que el índice de precios no se mantenga tan elevado como en otros años puede deberse a un aumento considerable de la competencia dentro del sector hotelero.

Es cierto que el hostel sobre el que trata este proyecto no llegará a alcanzar la media de precios del sector, dado que en los datos mostrados ha participado un mayor número de hoteles que de hostels y hostales, pues son más abundantes. El hecho de que el precio del hostel objeto de estudio no alcance dicha media de precios hace referencia a una de las necesidades de su creación: la carencia de un lugar donde hospedarse en Valladolid a un bajo precio.

La ilustración 15 refleja de forma más general los precios del sector hotelero: muestra las tarifas a nivel nacional según cada comunidad autónoma.

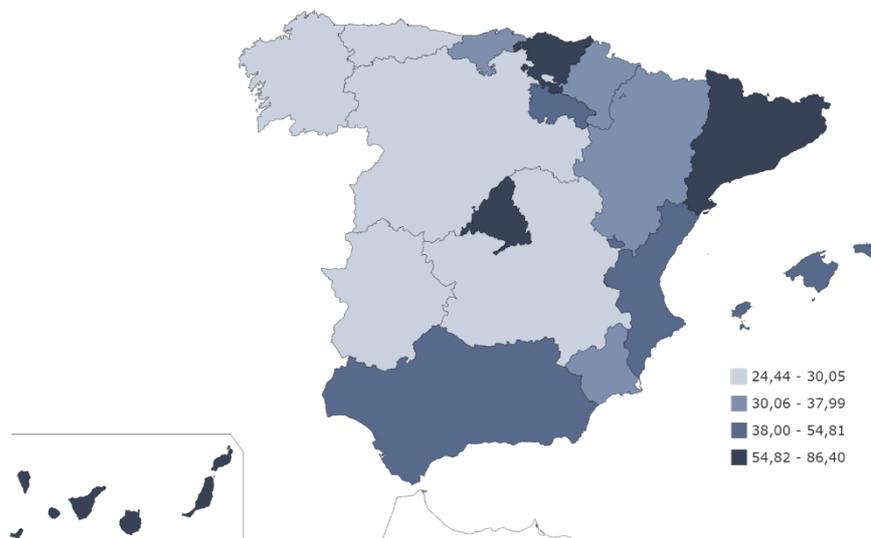
Ilustración 15. Tarifas hoteleras en España por CCAA



Fuente: ine.es

En este caso se aprecia con mucha claridad cómo el peso del sector turístico en general influye en las tarifas hoteleras de las distintas comunidades autónomas. Las comunidades autónomas más ricas o urbanizadas también pueden mostrar índices de precios algo superiores al resto. La comunidad autónoma de Castilla y León presenta una media de precios algo inferior a la media.

Ilustración 16. Ingresos de alojamientos hoteleros en España por CCAA



Fuente: ine.es

Si se compara la ilustración 16 con la ilustración 15 se aprecia que, en todas las comunidades autónomas españolas, excepto en Castilla y León, el nivel de ingresos coincide con el índice de precios establecido en esa comunidad autónoma.

En el caso de Castilla y León, en proporción, existen unos precios mayores que los ingresos obtenidos por los alojamientos.

2.3 Análisis DAFO

Se analizarán a continuación las debilidades, amenazas, fortalezas y oportunidades de la empresa. Dos de estos campos forman parte de los factores internos de la empresa (debilidades y fortalezas) mientras que los otros dos están encasillados dentro de los factores externos de la empresa (amenazas y oportunidades). La diferencia entre los factores internos y externos radica en el control o influencia que tiene la empresa sobre ellos: los factores internos son, por tanto, fácilmente controlados por la empresa o al menos existe una gran influencia sobre ellos por parte de dicha empresa; los factores externos, por el contrario, no pueden ser manipulados o interferidos por la empresa, pues escapan a su control.

A continuación, en la tabla 1 se mostrarán detallados cada uno de esos factores internos y externos que afectan de una u otra forma a la empresa:

Tabla 1. Análisis DAFO

FACTORES INTERNOS DE LA EMPRESA		FACTORES EXTERNOS A LA EMPRESA	
DEBILIDADES (-)		AMENAZAS (-)	
1	Higiene en zonas comunes (se debe extremar la higiene en baños, duchas, cocina, etc.)	1	Poca publicidad destinada al turismo nacional y extranjero que atraigan visitantes a la ciudad
2	Posibilidad de aparcamiento cercano al hostel	2	Competencia de alojamientos hoteleros que ofrecen mayor espacio, intimidad y lujos que un hostel.
3	Falta de intimidad entre los huéspedes.	3	Posibilidad de no poder atender la totalidad de la demanda en temporadas altas.
4	Juventud del empresario. Puede que se cometan errores o se asuma riesgos innecesarios.	4	Vandalismo cercano a la ubicación del hostel.
5	Falta de recursos económicos	5	Poca información o puntos de información turística en la ciudad donde los visitantes puedan conocer sitios de interés de la ciudad de Valladolid.

FORTALEZAS (+)		OPORTUNIDADES (+)	
1	Trato cercano a los huéspedes	1	Gracias a la ubicación céntrica del hostel, los turistas cuentan con muy buena comunicación en cuanto a transporte público (tren y autobús)
2	Instalaciones completamente nuevas	2	En épocas determinadas como Semana Santa, y otras celebraciones que pueden tener gran presencia en el casco histórico, las ventas pueden verse incrementadas.
3	Ubicación céntrica y muy turística del hostel	3	Aumento general del número de turistas a España
4	Precios muy competitivos	4	Riqueza cultural y gastronómica de la ciudad de Valladolid.
5	El hostel se ubicará en un edificio histórico con gran encanto.	5	Sector al alza y con un desarrollo constante por aumento del turismo nacional y extranjero en la ciudad.

Fuente: elaboración propia

3. PLAN COMERCIAL

3.1 Análisis del mercado

El análisis del mercado consistirá en analizar el mercado o público objetivo y la competencia directa del hostel.

A la hora de analizar el mercado objetivo, se hará especial hincapié en el comportamiento del consumidor para comprender mejor su forma de actuar y poder actuar y tomar decisiones en consecuencia.

En cuanto al análisis e identificación de competidores, se tendrá en cuenta como parte de una estrategia comercial que pueda ayudar a mejorar el servicio prestado gracias a la competitividad.

3.1.1 Mercado objetivo

Comportamiento del consumidor

Como información genérica, se sabe que el turista español suele estar formado

por tres características globales.

De todos los turistas que se hospedan en alojamientos españoles a lo largo de un año:

- 4,9 millones viajan por negocios
- 79,7 millones viajan por ocio
- Aproximadamente el 50% de los turistas que viajan por ocio son parejas.

Haciendo referencia ahora al comportamiento del turista que visita Castilla y León, se pueden destacar los siguientes detalles:

- El 73% de los turistas se desplazaban con su propio vehículo.
- Los principales motivos que atraen a los visitantes a la comunidad autónoma son la posibilidad de realizar un recorrido turístico (35,2%) y motivos vacacionales en general (24,4%).

En cuanto al perfil sociodemográfico de los que visitan Castilla y León, se sabe lo siguiente:

- El 53,3% de los visitantes fueron mujeres, mientras que el 46,7% restante eran hombres.
- El 54,7% de los turistas cuentan con estudios universitarios.
- En cuanto al ámbito laboral, el 59,5% son trabajadores por cuenta ajena.
- En referencia a las edades, el grupo más común oscila entre los 35 y 44 años (24,5% de los visitantes).

También se conoce información acerca de la procedencia de los turistas que visitan la comunidad autónoma:

- La mayoría de los visitantes nacionales provienen de Madrid (27,67%), seguidos de los propios habitantes de Castilla y León (14,4%), Andalucía (8,24%) y Cataluña (6,93%).
- Por otro lado, los turistas extranjeros provienen por orden de mayor a menor concurrencia de Francia (17,88%), Reino Unido (12,03%), Portugal (9,43%) y Alemania (9,17%).

En cuanto a la opinión o satisfacción de los visitantes de Castilla y León, esta es la información obtenida:

- La calificación sobre 10 que obtuvo la comunidad autónoma por parte de

sus turistas alcanzó un 7,31.

- Alcanzó un 9,18 sobre 10 en la posibilidad de ser recomendada como destino turístico a amigos o familiares.
- El porcentaje de turistas que repetirían su visita alcanza el 72,1%.

3.1.2 Identificación y análisis de la competencia

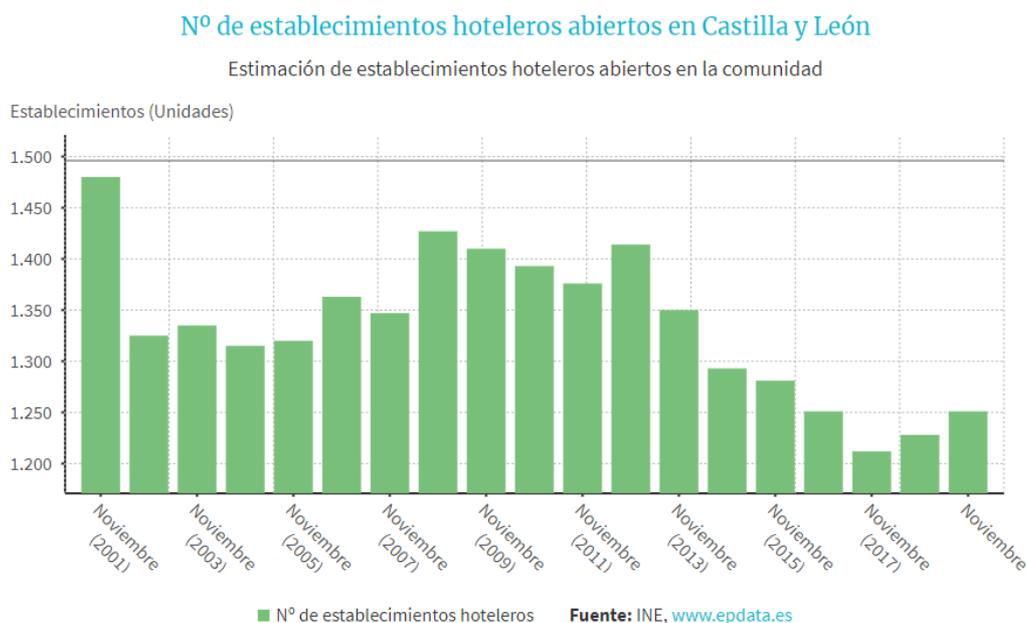
Dado el servicio que ofrece el negocio objeto de estudio de este plan de empresa, se entiende que la competencia directa de tal negocio está formada por aquellos negocios que sean capaces de satisfacer en esencia las mismas necesidades que este hostel.

Dicho esto, cualquier hotel, hostel, hotel u otro lugar de hospedaje en el que los turistas que visiten la comunidad puedan pasar la noche, se tendrán en cuenta como competencia directa.

Se tendrá en cuenta como competencia directa todos aquellos lugares de hospedaje pertenecientes a cualquier localidad de la comunidad autónoma de Castilla y León.

La ilustración que aparece a continuación analiza el número de establecimientos hoteleros operativos en la comunidad autónoma desde el año 2001 hasta finales del 2019.

Ilustración 17. N° de establecimientos hoteleros abiertos en Castilla y León



Esta ilustración es un claro reflejo de la competencia hotelera existente en la El Rincon de San Pedro

Rodriguez Muñoz, Fernando

comunidad autónoma, ya que gracias a él se puede observar de un vistazo cuántos hoteles o establecimientos hoteleros compiten actualmente con el hostel objeto de estudio. Además, refleja de manera muy precisa cómo ha ido evolucionando dicha competencia.

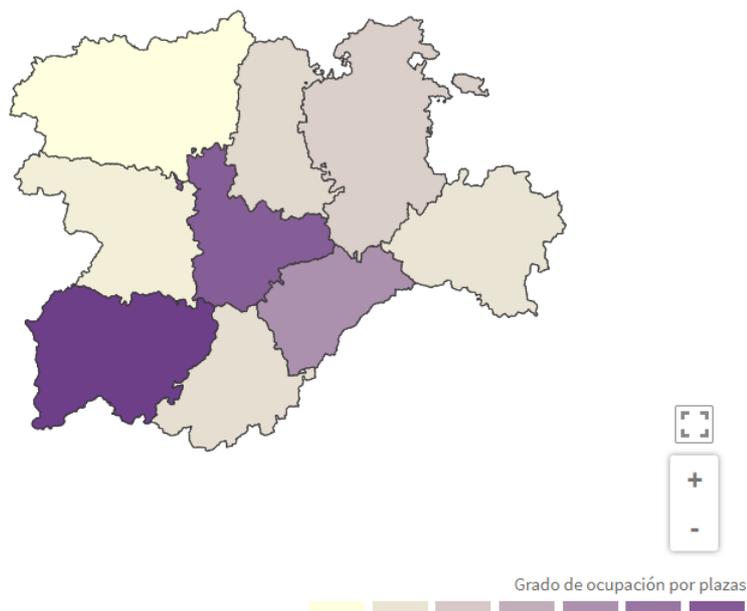
Destaca el dato aportado en el año 2001, ya que el número de establecimientos supera con creces al resto de años. Se podría decir que fue el año en el que más competencia existió en cuanto a número de establecimientos hoteleros. El año 2019 es uno de los que menos competencia hotelera ha existido en la comunidad de Castilla y León. Se aprecia un ligero aumento de los establecimientos hoteleros abiertos desde el año 2017, que quizá pueda continuar haciendo que la competencia en el 2020 supere a la del 2019.

La ilustración que figura a continuación habla sobre la ocupación por provincias de plazas de hoteles pertenecientes a la Castilla y León.

Ilustración 18. Grado de ocupación de las plazas hoteleras por provincias en

Castilla y León

Grado de ocupación de las plazas hoteleras por CCAA

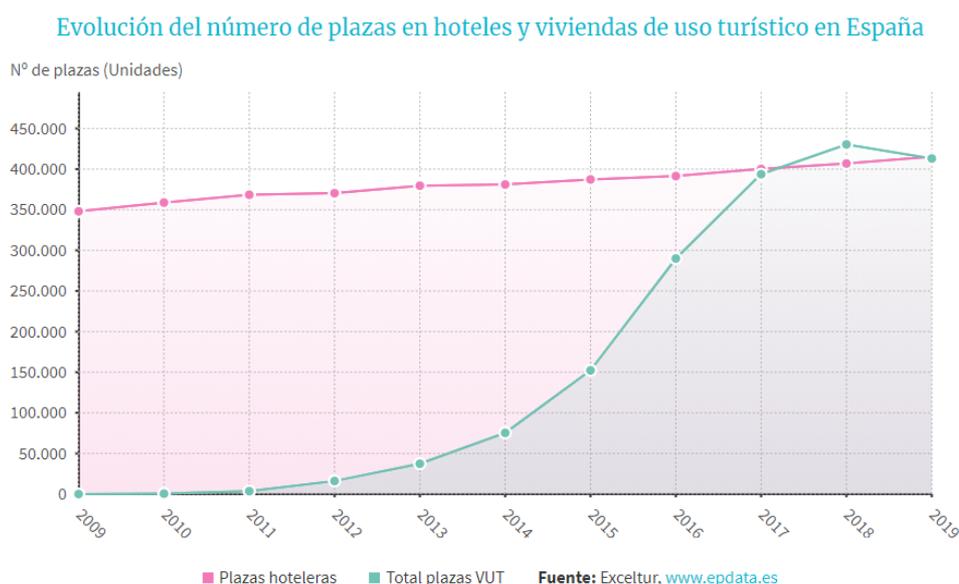


Fuente: epdata.es

Las provincias con mayor tasa de ocupación en hoteles son Salamanca, Valladolid y Segovia, en ese orden. En esta ilustración se observa dónde está ubicada la competencia del hostel objeto de estudio. Sin olvidar por supuesto la propia competencia de Valladolid destaca que existen otras provincias casi tan competitivas como esta (Salamanca y Segovia). Aunque el resto de provincias no pueden ser olvidadas, es cierto que los esfuerzos de análisis y observación deben incidir con mayor insistencia en las dos provincias anteriormente mencionadas.

Para finalizar, con la siguiente ilustración se analizarán otros tipos de negocios distintos a los hoteles o sus derivados. Es el turno ahora de observar el crecimiento de las plazas de hospedaje derivadas de las viviendas de uso turístico en la comunidad autónoma.

Ilustración 19. Evolución del número de plazas en hoteles y viviendas de uso turístico en España



Mientras que las plazas hoteleras de Castilla y León no han variado muy poco en los últimos 10 años, la ilustración 19 muestra que no ha ocurrido lo mismo con respecto a las viviendas de uso turístico.

Las viviendas de uso turístico cumplen la misma función, en esencia, que cualquier hotel o derivados, sin ofrecer algunos de los servicios extra que sí que permanecen en los negocios hoteleros. Se aprecia claramente un incremento de estas viviendas turísticas en la comunidad autónoma, lo que sumado al resto de hoteles suponen un incremento considerable de la competitividad para el hostel de este proyecto, ya que satisfacen la misma necesidad principal: el hospedaje.

3.2 Estimación de las ventas anuales y cuota de mercado

Tal y como aparece en la ilustración 20, se estiman que, al mes, sin tener en cuenta la estacionalidad (en los meses de menor demanda), se ocuparán el 46% de las plazas hoteleras en Valladolid. En el hostel de este proyecto, ese 46% equivale a unas 16 personas de ocupación media aproximadamente.

Ilustración 20. Grado de ocupación en % de los hoteles de Valladolid

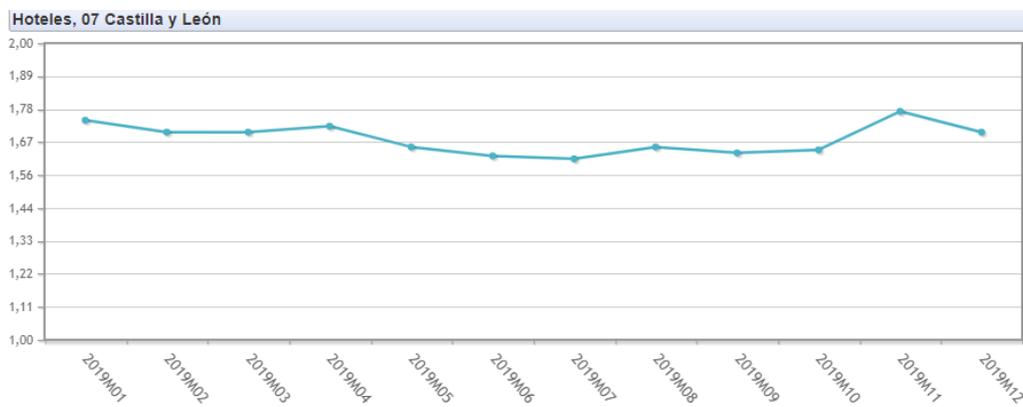


Fuente: epdata.es

En temporada alta, se espera que se duplique la demanda y que al mes se ocupe el 92% del total de plazas del hostel. Ese porcentaje equivaldría a unas 32 personas al mes. La temporada alta serán 60 días en los que incluimos Navidad, Semana Santa y puentes y festivos.

En cuanto a la estancia media de los huéspedes, se estima que no varíe según el mes o periodo. Dicho esto, la estancia media permanecerá casi constante independientemente de si es temporada alta o baja. El número medio de noches que se alojará una persona en la comunidad de Castilla y León ronda las 2 noches.

Ilustración 21. Estancia media por meses en los hoteles de Castilla y León



Fuente: ine.es

Con la observación de estos datos podemos pasar a analizar cuál podría ser un buen rango de precios objetivos para nuestro establecimiento en función de cada temporada.

3.3 Precio objetivo

El precio objetivo estará formado por el coste fijo unitario y el coste variable unitario. El precio objetivo ascenderá a un total de 18€ por noche y persona en temporada baja (Julio y Agosto), mientras que en temporada alta (Feria de Valladolid, Semana Santa, puentes festivos y Navidad) subirá hasta los 48€ por noche y persona. El resto del año lo consideraremos temporada media y tendremos un precio de 29€ por noche y persona. Dado que el hostel no ofrece servicios añadidos ni habitaciones de diferentes características, serán los únicos precios.

El precio de venta unitario estará formado por el coste fijo unitario (CFu) y el coste variable unitario (CVu).

- Coste fijo unitario: a continuación, se muestra una tabla con los costes mensuales (o costes fijos al mes) aproximados. Los costes exactos aparecerán en el plan de operaciones.

Tabla 2: Pagos mensuales

PAGOS MENSUALES	CUANTÍA
Alquiler	2.000€
Sueldos	5.700€
Amortización Préstamo	730€
S.S (trabajadores)	1.470€
Asesoría	60€
Internet y telefonía	50€
Publicidad y mantenimiento web	150€
Seguros	190€
Otros gastos (*)	470€
TOTAL PAGOS AL MES	10.820€/mes

Fuente: elaboración propia

**Se tendrán en cuenta gastos como agua, luz, calefacción, consumibles de ofimática etc.*

El CFu no varía en temporada alta o baja, se mantiene constante y rondará los 10.820€.

- *Precio sin tener en cuenta la estacionalidad (temporada media)*

1. Coste fijo unitario

Teniendo en cuenta que los costes fijos ascienden a 10.820€ al mes y que al mes se alojan una media 16 personas durante 30 noches que tiene el mes, el CFu alcanzará los 16,67€ por huésped y noche al mes $\rightarrow 30 \times 16 = 480$ servicios o noches; $10.820€ / 480 = 22,54€$ por servicio al mes.

2. Coste variable unitario

Se destinará un 15% del precio de venta en consumibles, servicios de lavandería y otros costes variables derivados de la producción. El 15% del precio de venta asciende a 4,35€ (el 15% de 29€).

3. Coste total unitario

Al precio de venta (precio de temporada media 29€) se le restan el CFu y el CVu $\rightarrow 29 - 22,54 - 4,35 = 2,11€$ de beneficios por cada noche que pase un huésped en el hostel.

- a) *Precio teniendo en cuenta la estacionalidad (temporada alta)*

En los días de mayor demanda, que serán así como Navidad, la semana santa y puentes festivos, se prevé que la ocupación del hostel se duplique. Siendo así, se podrán acoger unos 32 huéspedes al mes de media por noche en esas épocas.

1. Coste fijo unitario

El CFu alcanzará los 11,27€ por huésped al mes.

2. Coste variable unitario

Al verse duplicada la demanda, se verán también duplicados los costes: se destinará un 30% del precio de venta en consumibles, servicios de lavandería y otros costes variables derivados de la producción. El 30% del precio de venta asciende a 14,4€ (el 30% de 48€).

3. Coste total unitario

Se restan los costes (CFu y CVu) al precio de venta $\rightarrow 48 - 11,27 - 14,4 = 22,33€$ de beneficio por cada noche que pase un huésped en el hostel.

- b) *Precio teniendo en cuenta la estacionalidad (temporada baja)*

En los meses de menor demanda, que serán de Julio y Agosto, se prevé que la ocupación del hostel se reduzca a la mitad del grado de ocupación media. Siendo así, se podrán acoger unos 8 huéspedes al mes de media por noche en esas épocas.

1. Coste fijo unitario

El CFu alcanzará los 45,08€ por huésped al mes.

2. Coste variable unitario

Al verse reducida la demanda, se verán también reducidos los costes: se destinará un 7% del precio de venta en consumibles, servicios de lavandería y otros costes variables derivados de la producción. El 7% del precio de venta asciende a 1,26€ (el 7% de 18€).

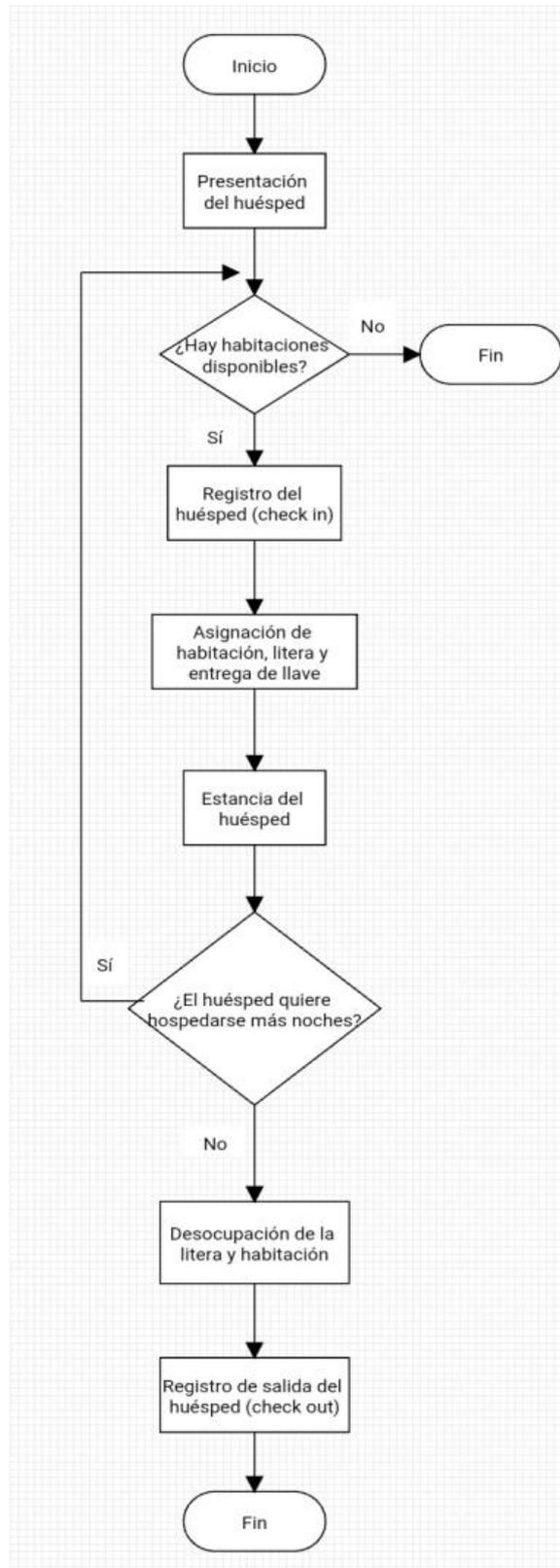
3. Coste total unitario

Se restan los costes (CFu y CVu) al precio de venta $\rightarrow 18 - 45,08 - 1,26 = -28,34€$ de pérdidas por cada noche que pase un huésped en el hostel.

Los precios objetivo del hostel por el momento resultan suficientes como para generar el margen necesario como para superar los costes fijos. Si bien es cierto que el cálculo realizado en temporada baja genera pérdidas, es cierto que nos estamos poniendo en el peor de los escenarios posibles y confiamos al menos mantener el mismo nivel de ocupación medio durante la temporada baja, para que las pérdidas de esos meses sean claramente compensadas en los mejores meses de ocupación. Este análisis no es concluyente, aun no se ha realizado el análisis económico financiero, pero sí que indica buenas previsiones para el proyecto.

4. PLAN DE PRODUCCIÓN Y OPERACIONAL

4.1 Diagrama de flujo



4.2 Localización del hostel

El hostel estará ubicado en el centro de la ciudad de Valladolid, en pleno casco histórico. El local que acogerá al hostel está situado en la calle Vega, y dispone de 300 metros cuadrados y una sola planta. Su constitución abierta y casi sin muros permite construir libremente en él para adaptarlo al hostel.

A continuación, aparecen tres imágenes del interior del local que albergará al hostel, además de un mapa de la zona que refleja la posición de la calle en la que se encuentra el local en cuestión.

Ilustración 22. Imagen principal del local



Fuente: idealista.com

Ilustración 23. Imagen del local (1)



Fuente: idealista.com

Por otra parte, el propietario vera revalorizado su inmueble tras la reforma en lo que ahora es un local diáfano y totalmente vacío y en el que se va a invertir una importante suma de efectivo.

4.4 Público Objetivo

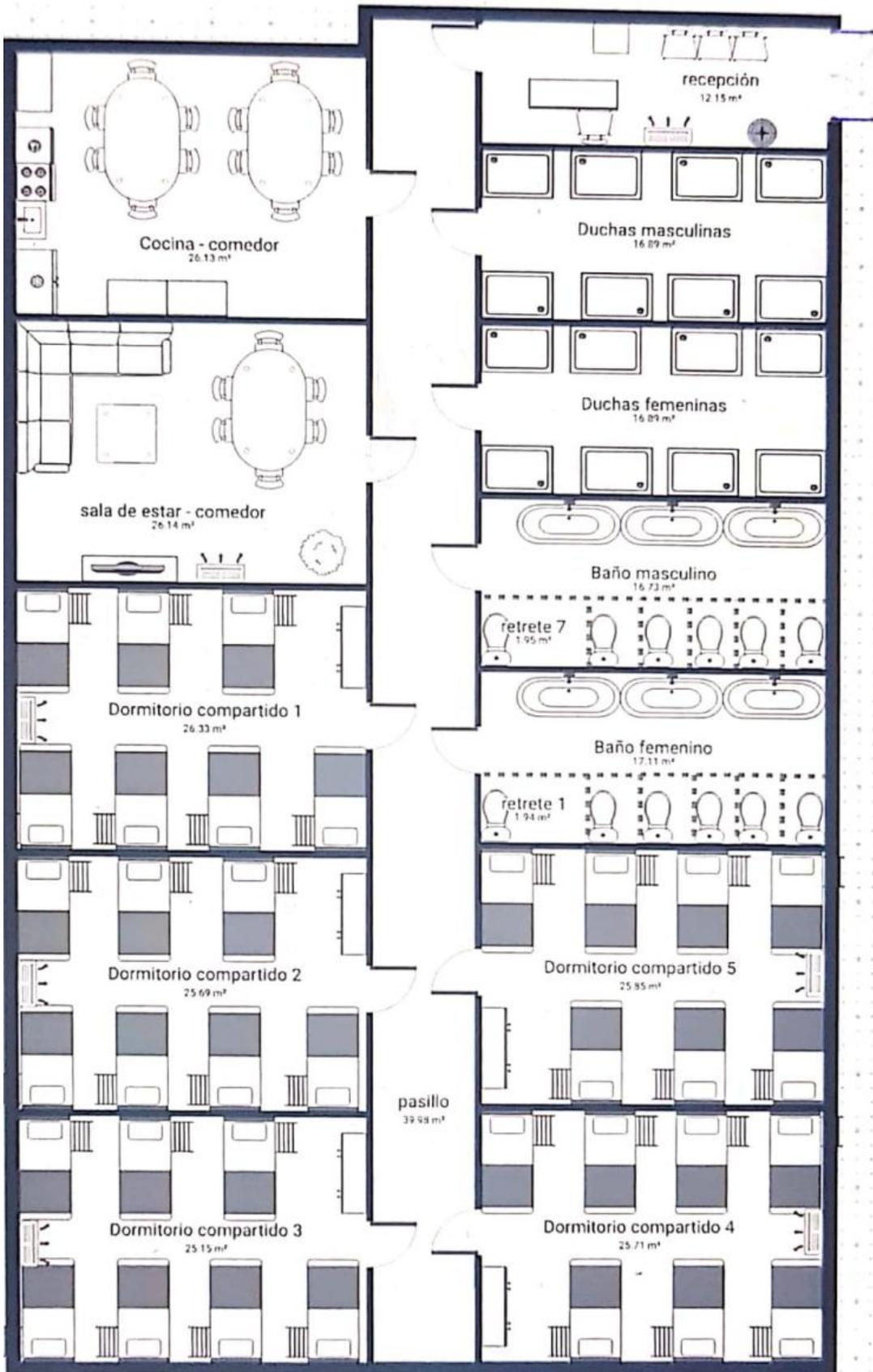
El público objetivo al que está dirigido este hostel es principalmente para jóvenes de 18 a 35 años que busquen un alojamiento económico en el centro de Valladolid. Al igual que la idea principal del gerente cuando se hospedaba en hostels en otras ciudades, busca atraer clientes que vengan de visita a ver a amigos o compañeros de facultad que estén estudiando en la ciudad y sea una opción asequible para que puedan quedarse en una muy buena zona de la ciudad. La conexión con las estaciones de autobuses y trenes es fundamental puesto que nuestros clientes objetivos por norma general no se desplazarán en vehículo privado, aunque por supuesto no nos cerramos a acogerlos en nuestro establecimiento.

4.5 Ambientación y distribución interior

El hostel estará formado por 5 habitaciones mixtas compartidas idénticas, cuya capacidad máxima será de 7 personas. Una de las habitaciones será exclusivamente femenina sin variación de precio. Dispondrá de dos baños, uno femenino y otro masculino, con un retrete cada uno especialmente acondicionado con acceso para minusválidos. Duchas individuales y no mixtas, por lo que se diferenciarán dos estancias distintas. El hostel está equipado con cocina y todos sus electrodomésticos, con espacio destinado como comedor. Por último, los huéspedes podrán disfrutar de una sala de estar con televisión y otra mesa comedor. El hostel dispone de aire acondicionado en todas las estancias excepto en la cocina y los baños y duchas. Se ofrecerá a nuestros clientes un servicio básico de desayuno tipo buffet ya incluido en el precio de la estancia.

A continuación, se refleja un plano en 2D donde se aprecia la distribución aproximada de los habitáculos o zonas del hostel.

Ilustración 26: Plano



Fuente: elaboración propia

4.6 Instalaciones y equipamiento

Para acondicionar el local a su actividad económica se han hecho las reformas pertinentes relacionadas con baños, duchas, muros y demás estructuras necesarias para delimitar todas las estancias.

4.7 Costes fijos anuales

A continuación, se muestran los costes fijos anuales en los que incurrirá la empresa de manera anual.

Tabla 3. Resumen Costes Fijos anuales

	Año 0	Año 1	Año 2
Otros gastos fijos	2020	2021	2022
Primas de Seguros	2.280	2.300	2.320
Teléfono	300	300	300
Conexión a Internet (tarifa plana)	300	300	300
Página Web (Host, mantenimiento, etc)	600	612	624
Material de oficina	240	245	250
Publicidad y propaganda	1.200	1.224	1.248
Asesoría	720	734	749
Arrendamientos	0	24.000	24.000
Amortización del préstamo	8.760	8.760	8.760
Suministros	4.800	5.000	5.200
Otros gastos imprevistos	600	600	600
Total Otros Gastos Fijos	19.800	44.075	44.351

Fuente: elaboración propia

Tabla 4. Resumen gastos de personal (anual)

	Año 0	Año 1	Año 2
Gastos de personal	2020	2021	2022
Número de socios	1	1	1
Sueldos de los socios	20.400	21.000	21.600
Pagas extras de los socios	0	0	0
Trabajadores asalariados (nº trabaj.)	4	4	4
Sueldos de los trabajadores	48.000	49.440	50.900
Seg. Social Empleados	14.400	14.832	15.270
Seg. Social Socios (R.E.T.A.)	3.434	3.502	3.573
Total Gastos de Personal	86.234	88.774	91.343

Fuente: elaboración propia

4.8 Sistemas de gestión de la calidad

Con el fin de diferenciar el hostel de su competencia y de mejorar la calidad de su servicio de cara al consumidor final, se ha decidido implantar un sistema de gestión de calidad de acuerdo con los requisitos de la norma ISO 9001:2015 e ISO 14004:2016.

Los objetivos de dichas políticas son:

- ISO 9001: 2015 → Esta Norma Internacional especifica los requisitos para un sistema de gestión de la calidad cuando una organización:
 - a) Necesita demostrar su capacidad para proporcionar regularmente productos y servicios que satisfagan los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables, y
 - b) aspira a aumentar la satisfacción del cliente a través de la aplicación eficaz del sistema, incluidos los procesos para la mejora del sistema y el aseguramiento de la conformidad con los requisitos del cliente y los legales y reglamentarios aplicables.
- ISO 14001:2015 → Esta Norma Internacional ayuda a una organización a alcanzar los resultados previstos de su sistema de gestión ambiental, con lo que aporta valor al medio ambiente, a la propia organización y a sus partes interesadas. En coherencia con la política ambiental de la organización, los resultados previstos de un sistema de gestión ambiental incluyen: o mejora del desempeño ambiental; o cumplimiento de los requisitos legales y otros requisitos; o logro de los objetivos ambientales.

5. PLAN DE RRHH

5.1 Análisis de los puestos de trabajo y asesores

- a) Análisis de los puestos de trabajo:
 - Gerente: se encarga de tomar las decisiones de más responsabilidad dentro de la empresa, tales como decisiones financieras, de abastecimiento, de crecimiento, etc. Asume la responsabilidad y los riesgos que genere el negocio de forma limitada al capital aportado. Es el encargado de tratar con los asesores y otras personas ajenas a la organización, a las que esta les ha subcontratado algunas funciones. Por último, el gerente también realizará la labor de recepcionista, atención al cliente y administrativas.

- **Recepcionistas:** Su función consiste en proporcionar todo tipo de información y asistencia a los clientes por lo que deben tener conocimientos administrativos y ofimáticos. También sería interesante que tuviese conocimientos básicos de fontanería y electricidad para pequeñas averías o imprevistos que pudiesen surgir.
 - **Personal de limpieza:** se encarga de mantener las estancias totalmente higiénicas, tratar con el servicio externo de lavandería; eso conlleva transporte de ropa en el caso de que la lavandería no pudiera recogerla. Son las responsables de avisar a la dirección sobre cualquier desperfecto en cualquiera de las estancias.
- b) **Asesores**
- **Asesoría contable:** se encargará de realizar todos los procedimientos contables y de generar los estados financieros obligatorios para la empresa.
 - **Asesoría de marketing:** es la encargada de gestionar la publicidad de la empresa, así como aconsejar sobre posibles estrategias de marketing. También realizarán todas las labores de mantenimiento de la página web.
- c) **Servicios externos**
- **Lavandería:** los servicios de lavandería se externalizarán para ahorrar costes de maquinaria y otros productos. La lavandería externa recogerá, o recibirá por parte del personal del hostel, todos los textiles a tratar.

5.2 Horario

El hostel estará cerrado con llave desde fuera, y solo podrán entrar los huéspedes con su propia llave proporcionada por el hostel. La recepción del hotel estará abierta al público de 7:30h a 23:30h de lunes a domingo.

5.3 Estructura organizativa

La empresa estará formada por el gerente y fundador de la empresa y por dos recepcionistas y dos empleados de limpieza. La empresa no podrá comenzar con su actividad hasta que no disponga del personal necesario. Por este motivo, se ha decidido realizar un proceso de reclutamiento y selección de personal y así conseguir a dos recepcionistas y dos empleados de la limpieza con las características que la empresa demanda.

5.4 Reclutamiento

Se contratará personal para el servicio de limpieza y la recepción. Para cubrir descansos y vacaciones en la recepción se encargará el gerente propietario del Hostel.

Resumen:

El rincón de San Pedro es un hostel situado en la calle Vega de Valladolid. El rincón de San Pedro nace con la misión de ofrecer al cliente uno de los alojamientos más económicos de la ciudad ofreciendo además una estancia agradable y tranquila. Para conseguirlo, necesitamos disponer de un equipo capaz de atender las necesidades de nuestros huéspedes, creando así un ambiente acogedor y de confianza.

Descripción del empleo – Personal de Limpieza de Hostel en Valladolid:

Actualmente hay dos puestos vacantes para encargarse del servicio de limpieza en nuestro hostel. Estamos buscando a alguien para empezar a formar desde 0 una gran familia.

Tendrás la oportunidad de trabajar en un equipo joven y entusiasta. Te relacionarás con una gran variedad de personas de diferentes países y disfrutarás de una jornada amena y dinámica. Además, ¡no se requiere experiencia! ¿Te apuntas?

Responsabilidades:

- Atender a los huéspedes de forma cálida y amable, respondiendo a sus necesidades de la forma más correcta posible.*
- Higienizar las habitaciones, aseos y espacios de descanso como comedor y cocina todos los días.*
- Gestionar la relación con la lavandería externa para poder cubrir las necesidades de higiene del hostel, en cuanto a sábanas y otros textiles.*
- Avisar a recepción de cualquier desperfecto o robo que pueda haberse originado en cualquier estancia del hostel.*

Ofrecemos dos posibilidades:

- **Salario fijo de 1.000€ a jornada completa.**
 - **Alta en la Seguridad Social**
 - **Jornada laboral: lunes a viernes de 8:00 a 16:00h.**
 - **Posibilidad de utilizar el menaje y electrodomésticos de la cocina y el comedor.**
- Podrás disfrutar de media hora de descanso.**
-

- **Salario fijo de 600€ a media jornada**
 - **Alta en la Seguridad Social**
 - **Jornada laboral: Sábados, Domingos y festivos de 8:00 a 16:00h.**
 - **Posibilidad de utilizar el menaje y electrodomésticos de la cocina y el comedor.**
- Podrás disfrutar de media hora de descanso.**

Requisitos:

- *Persona sociable, empática, comunicativa y carismática.*
- *Muy valorable algún conocimiento de otra lengua.*
- *Permiso B.*

Vacantes: 2

Si crees que encajas con este perfil y quieres trabajar con nosotros, ¡solicita esta oferta!

Recepcionista de Hostel en Valladolid

Responsabilidades:

- *Atender a los huéspedes de forma cálida y amable, respondiendo a sus necesidades de la forma más correcta posible.*
- *Atención e información a clientes, recepción y filtración de llamada.*
- *Gestión correo postal y paquetería*
- *Conocimientos de Office (Word y Excel).*
- *Gestión de Redes Sociales (Instagram, LinkedIn, Newsletter, Tripadvisor ...)*

Ofrecemos:

- **Salario fijo 1.200€ a jornada completa.**
- **Alta en la Seguridad Social.**
- **Jornada laboral de Lunes a Domingo en turnos rotativos de 7:30 a 15:30h y de 15:30h a 23:30h con dos días de Descanso a la semana.**
- **Posibilidad de utilizar el menaje y electrodomésticos de la cocina y el comedor. Podrás disfrutar de media hora de descanso.**

Requisitos:

- *Persona sociable, empática, comunicativa y carismática.*
- *Valorable conocimientos de mantenimiento básico de instalaciones.*
- *Permiso B.*
- *Imprescindible dominio del inglés (Nivel mínimo C1)*
- *Imprescindible persona dinámica, con capacidad de aprendizaje, buena presencia y que le agrade el trato con el público*

Vacantes: 2

Si crees que encajas con este perfil y quieres trabajar con nosotros, ¡solicita esta oferta!

5.5 Evaluación

En la primera criba, se evaluarán los currículos de aquellas personas que soliciten la oferta, descartando aquellos que no se ajusten al perfil requerido. Para ello se tendrán muy en cuenta los requisitos mínimos exigidos en la oferta.

5.6 Selección y contratación

En la segunda criba, se convocarán en la empresa a todos los seleccionados en la etapa de evaluación. Uno por uno, los convocados realizarán una entrevista de forma individual con el gerente. Será él quien decida a quiénes contratar.

6. PLAN ECONÓMICO FINANCIERO

6.1 Inversión y financiación inicial

La inversión inicial necesaria para la puesta en marcha de la empresa será la siguiente:

Tabla 5. Inversión inicial

Inversión	Importe
Inmovilizado	168.000
Inmovilizado Inmaterial	2.000
Software Informático gestión hotelera	2.000
Inmovilizado Material	166.000
Obras de Reforma / Adecuación local	72.000
Mobiliario y decoración	65.000
Equipos Informáticos	1.000
Menaje	4.000
Electrodomésticos	20.000
Gastos de Constitución	4.000
Total Activo	172.000

Fuente: elaboración propia

El fundador aportó 100.000€ de capital social.

Además, para poder soportar en su primer año tal inversión inicial, además de para subsanar costes futuros, la empresa solicitará un préstamo de 72.000€ a pagar en 5 años con un 4% de interés nominal anual para asumir los costes de la reforma.

Tabla 6. Financiación inicial

Financiación	Importe
Patrimonio Neto	100.000
Capital Social	100.000
Subvenciones	0
Otros Recursos	0
Pasivo Corriente L/P	72.000
Préstamo Bancario L/P	72.000
Acreedores a L/P	0
Otro Exigible a L/P	0
Pasivo Corriente C/P	0
Préstamo bancario C/P	0
Otro exigible a C/P	0
Total Pasivo	172.000

Fuente: elaboración propia

Tabla 7. Datos del préstamo

Datos Préstamos	Préstamo 1
Principales	72.000€
Interés nominal	4,00%
Gastos iniciales	1,00%
Cuota Mensual	730€
nº total de pagos	120
Nº pagos por año	12
periodos de carencia	0 periodos

Fuente: elaboración propia

6.2 Tabla de inversión inicial

Con los datos anteriores sobre inversión y financiación obtenemos la tabla de inversión inicial:

Tabla 8. Inversión Inicial

Inversión	Importe	Financiación	Importe
Inmovilizado	168.000	Patrimonio Neto	100.000
Inmovilizado Inmaterial	2.000	Capital Social	100.000
Software Informático gestión hotelera	2.000	Subvenciones	0
Inmovilizado Material	166.000	Otros Recursos	0
Obras de Reforma / Adecuación local	72.000	Pasivo Corriente L/P	72.000
Mobiliario y decoración	65.000	Préstamo Bancario L/P	72.000
Equipos Informáticos	1.000	Acreedores a L/P	0
Menaje	4.000	Otro Exigible a L/P	0
Electrodomésticos	20.000	Pasivo Corriente C/P	0
		Préstamo bancario C/P	0
Gastos de Constitución	4.000	Otro exigible a C/P	0
Total Activo	172.000	Total Pasivo	172.000

Fuente: elaboración propia

6.3 Estados financieros previsionales a 3 años

1. Tabla de Ingresos

Tabla 9: Tabla de ingresos

Temporada	INGRESO AÑO 1	INGRESO AÑO 2	INGRESO AÑO 3
Temporada Baja	17.280	17.798	18.332
Temporada Media	111.360	114.701	118.142
Temporada Alta	46.080	47.462	48.886
TOTAL	174.720	179.962	185.360

2. Cuenta de PYG

Tabla 10. Cuenta de PyG

Conceptos	2020	2021	2022
Ingresos por ventas	174.720	179.962	185.360
Imputación de subvenciones	0	0	0
Ingresos	174.720	179.962	185.360
Costes variables (directos)	28.290	29.140	30.014
Margen Bruto s/Ventas	146.430	150.822	155.346
Gastos de Personal y Seg. Social	68.400	70.440	72.500
Seguridad Social	17.834	18.334	18.843
Otros Gastos Fijos	11.040	33.315	35.591
Dotación Amortizaciones	8.760	8.760	8.760
Total Gastos Explotación	106.034	130.849	135.694
Res. antes Impuestos (BAI)	40.396	19.973	19.652
Impuesto de Sociedades	6.060	2.996	4.913
Resultado Neto	34.336	16.977	14.739

Fuente: elaboración propia

6.4 Ratios

Los ratios financieros son coeficientes que nos permiten conocer unidades contables de medida y comparación, por las cuales podemos analizar el estado de la empresa, en función de los niveles marcados. Vamos a estudiar los siguientes ratios: ratio de endeudamiento, ratio de rentabilidad financiera y ratio de rentabilidad económica.

Ratio de endeudamiento: se obtiene calculando el cociente entre el pasivo y el patrimonio neto más el pasivo, y mide la relación entre las deudas y los fondos propios de la empresa.

$$\text{Ratio endeudamiento} = \text{Pasivo} / \text{Patrimonio neto}$$

Ratio de rentabilidad financiera (ROE): mide la rentabilidad que obtienen los empresarios o propietarios de una empresa. Mide la rentabilidad obtenida con los fondos propios y los resultados después de impuestos.

$$\text{Ratio de rentabilidad Financiera} = \text{B}^\circ \text{ total} / \text{patrimonio neto}$$

Ratio de rentabilidad económica: se centra en la estructura económica de la empresa, y cuanto mayor sea, mejor, ya que significa una mayor eficiencia de la empresa.

$$\text{Ratio de rentabilidad Económica} = \text{BAII} / \text{Activo total}$$

En la siguiente tabla se muestran los resultados obtenidos.

Tabla 11: Ratios

Ratios	Resultado Año 1	Resultado Año 1 (incluyendo alquiler)
Endeudamiento	0,72%	-
Rentabilidad Financiera	34%	14%
Rentabilidad Económica	23%	9,50%

Fuente: Elaboración propia

Los resultados que observamos en los ratios son muy positivos. Hemos calculado los datos también de los ratios incluyendo el alquiler aunque en el año 1 no lo pagamos por nuestro acuerdo de carencia con el propietario para ofrecer una visión más real de los mismos.

El ratio de endeudamiento nos indica que la deuda puede ser devuelta a medio/largo plazo sin problemas ya que los beneficios son suficientes para poder sufragarlos.

El ratio de rentabilidad financiera es muy bueno en el primer año, aprovechándonos de la carencia en el primer año de alquiler rebajando el dato a una rentabilidad más moderada si incluyésemos la cuota de la renta.

En el mismo caso que el anterior se encuentra el ratio de rentabilidad económica aunque con un porcentaje un poco más moderado.

Los resultados globales de los ratios nos auguran a priori un buen futuro para

nuestra empresa siempre que seamos capaces de mantenernos en estos beneficios anuales.

7. ASPECTOS JURIDICOS Y TRÁMITES EMPRESARIALES

7.1 Forma jurídica.

La forma jurídica escogida por el gerente es una sociedad de responsabilidad limitada, más conocida como sociedad limitada (SL).

Este tipo de forma jurídica es de las más utilizadas entre los pequeños empresarios en España. Su responsabilidad está limitada al capital aportado, no teniendo que asumir con el patrimonio personal ante las deudas que genere el negocio. El capital social no puede ser inferior a 3.000€ y debe desembolsarse al inicio de la actividad empresarial. Esta sociedad debe tener un mínimo de un socio a la hora de constituirse, estos socios pueden ser personas físicas o jurídicas. La aportación inicial del socio en la empresa es alta, ya que el negocio a desarrollar requiere una fuerte inversión inicial.

A continuación, vamos a desgranar los trámites necesarios a seguir para la creación de la empresa y su posterior puesta en marcha, así como las licencias que sean necesarias para poder desarrollar el negocio.

7.2 Trámites para la constitución de la empresa.

La información para seguir correctamente los trámites a realizar para la constitución de la empresa se ha conseguido a través de diferentes webs referenciadas en la bibliografía:

7.2.1 Trámites para la constitución de la sociedad.

- 1. Registrar el nombre de la empresa:** para registrar el nombre de la empresa, "*El Rincón de San Pedro*", se debe hacer desde el Registro Mercantil Central y pedir un certificado llamado: "Certificado negativo de denominación social", a través del cual queda registrado que el nombre seleccionado para la sociedad no está ya en vigor. Una vez realizado este paso, tiene una validez de tres meses, debiendo realizar el registro oficial ante notario antes de finalizar dicho plazo de tres meses, pasando así a ser definitivo dicho registro.
- 2. Abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa:** posteriormente debemos abrir una cuenta bancaria a nombre de la empresa debiendo ingresar el capital mínimo inicial, que en este tipo de sociedad es de 3.000€. Tras crear la cuenta y haber ingresado ya el capital mínimo en la cuenta, el banco emitirá

un certificado de este ingreso, que deberá entregarse al notario. Consideramos beneficioso para nuestra empresa que después de presentar el alta en Hacienda y las escrituras selladas por el registro mercantil, podamos disponer inmediatamente el dinero de la inversión inicial para los gastos que sean necesarios.

- 3. Redacción de los Estatutos Sociales:** El gerente como socio es el encargado de redactar los Estatutos Sociales, que constituirán las normas y bases con las que se administrara la empresa. Estos estatutos tienen que contener como mínimo: la denominación social (SL), tipo de actividad a la que se va a dedicarse la empresa, domicilio social, capital social y las participaciones en las que se divida este capital, y el sistema de administración de la sociedad. Este proceso desde nuestra empresa se delegará en la asesoría jurídica, a la que facilitaremos además de la redacción de dichos estatutos, el certificado negativo de denominación social y el certificado bancario.
- 4. Escritura pública de constitución:** El gerente como único socio debe firmar la escritura pública de la constitución de la sociedad ante el notario. Se necesita esta firma de escritura, con todos los documentos anteriores y sumándole el DNI original del gerente, para la inscripción en el Registro Mercantil.
- 5. Liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales:** este impuesto grava la constitución de la sociedad, debiendo liquidarlo en las oficinas de Hacienda en un plazo máximo de 30 días desde que se realiza la escritura. El importe de este impuesto asciende a 30€, que representa el 1% del capital social al constituirse la empresa. Se debe adjuntar el modelo 600 completo con la copia de la escritura pública.
- 6. Inscripción en el Registro Mercantil:** La empresa debe inscribirse en el Registro Mercantil de Valladolid, ya que es la ciudad donde estará ubicado nuestro domicilio social. Disponemos de un plazo de dos meses desde que recibimos la escritura de la constitución de la sociedad. Debemos facilitar los siguientes documentos: copia de la escritura de la constitución de la sociedad, certificación negativa de denominación social, documento que acredite la liquidación del Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales y Actos Jurídicos Documentados.

7.2.2 Trámites en Hacienda

- 1. Obtención del NIF:** después de la firma de las escrituras, el siguiente paso es obtener el Número de Identificación Fiscal provisional para nuestra sociedad.

Se debe aportar para ello el modelo 036 debidamente cumplimentado, fotocopia de DNI del gerente y una copia de la escritura de constitución de la empresa. El NIF asignado tendrá seis meses de validez, en este plazo debemos sustituirlo por el NIF definitivo, que desarrollaremos en el paso 4.

2. **Alta en el IAE:** el siguiente paso es darnos de alta en el Impuesto de Actividades Económicas (IAE). Es necesario registrar todas las actividades a desarrollar por la empresa. Nuestra empresa al tener una cifra de negocios inferior al millón de euros anual, únicamente debemos adjuntar el modelo 036 de la declaración censal cumplimentado correctamente.
3. **Declaración censal (IVA):** Se debe entregar esta declaración antes del comienzo de la actividad. A través de este documento, el gerente, detalla el inicio de la actividad empresarial. Para esta necesitamos aportar el modelo 036 cumplimentado, el NIF de la Sociedad y el documento que acredita el alta en el Impuesto de Actividades Económicas.
4. **Obtención del NIF definitivo:** concluidos todos los tramites anteriores, por último, se debe sustituir en la Agencia Tributaria la tarjeta provisional del NIF por la definitiva, cuando se haya inscrito y constituido correctamente la sociedad. Terminados todos estos trámites la Sociedad Limitada ya está constituida, pero para que se pueda iniciar la actividad debemos cumplir ciertos tramites en la Seguridad Social y en el Ayuntamiento de la comunidad donde tenemos el domicilio social en este caso Valladolid.

7.2.3 Tramites laborales.

1. **Afiliación al Régimen de Autónomos:** para darnos de alta en el Régimen Especial de Trabajadores Autónomos debemos entregar en un plazo de 60 días antes del inicio de la actividad empresarial los siguientes documentos: DNI del solicitante, permiso de trabajo, copia de la Declaración Censal de la Agencia Estatal de la Administración Tributaria y una copia del documento de constitución de la sociedad.
2. **Presentación proyecto de trabajo:** presentaremos ante la Dirección Provincial de Trabajo, el modelo del proyecto, desde el centro de trabajo, plantilla y actividad a realizar, en un plazo de 30 días antes del comienzo de la actividad empresarial.
3. **Alta de los trabajadores en la Seguridad Social:** el alta es el acto administrativo que crea la relación jurídica entre la Seguridad Social, el empresario y el trabajador. Los dos últimos se comprometen a realizar las

aportaciones necesarias al sistema y esto genera un derecho a recibir las prestaciones económicas o sanitarias según la situación de la persona en alta. Deberá realizarse en la Administración de la Tesorería General de la Seguridad Social de la provincia hasta 60 días antes del inicio de la relación laboral. Las formas de practicarse este alta son:

- a. A instancia del empresario.
- b. A instancia del trabajador: cuando el empresario incumpla la obligación de comunicar el alta.
- c. De oficio: cuando la TGSS o la Administración de la SS compruebe que existe un incumplimiento en el momento de comunicar el ingreso de trabajadores por parte de las empresas o, en su caso, de los trabajadores obligados a efectuarla.

4. Alta de los contratos: consiste en dar de alta los contratos de trabajo de trabajadores por cuenta ajena en el Servicio Público de Empleo Estatal (SEPE).

7.2.4 Trámites en el Ayuntamiento y Junta de Castilla y León

- 1. Licencia de instalaciones y actividades:** esta licencia municipal acredita el acondicionamiento de las instalaciones cumpliendo la normativa urbanística vigente. Se debe solicitar antes de la apertura del centro de trabajo y una vez solicitada, la actividad empresarial debe comenzar a los seis meses de la concesión de dicha licencia. Es necesario para su expedición el contrato de arrendamiento del local, DNI del solicitante, descripción de la actividad y del local, planos de este, datos, documentación y presupuestos.
- 2. Licencia de obras:** documento necesario para efectuar cualquier tipo de obras en el local o establecimiento, se necesita un impreso formal, el presupuesto, los planos y la memoria descriptiva. Una vez expedida la licencia, las obras pueden ejecutarse en un plazo de seis meses. En nuestro caso es muy importante dado que la reforma es muy importante, debemos pedir la licencia y realizar el proceso correctamente.
- 3. Licencia de funcionamiento:** tiene como objetivo la puesta en uso de los edificios, siempre y cuando cumplan con los requisitos y demás condiciones urbanísticas, ambientales y de seguridad de su destino específico.
- 4. Alta en la tasa de basuras:** se trata de un impuesto municipal anual que se

gestiona en el Ayuntamiento con los datos de la sociedad en concreto.

5. Licencia medioambiental: la Ley 17/2006, de 11 de diciembre, de control ambiental integrado, modificado por última vez el 28 de febrero de 2017

En ella se recogen algunos aspectos a cumplir en materia medioambiental, siendo los más importantes a tener en cuenta en nuestra empresa:

- La tramitación de la misma antes del comienzo de la actividad y previo a obras o modificaciones.
- La solicitud la licencia de apertura una vez finalizado el proyecto y cumpliendo con los requisitos.
- Una inspección posterior cuando se haya iniciado la actividad, verificando el cumplimiento

6. Declaración responsable de inicio de actividad de albergue turístico:

Acceso y ejercicio a la actividad: Los titulares de los establecimientos de alojamiento en la modalidad de albergue deberán presentar el formulario denominado Declaración responsable de inicio de actividad en albergue, antes del inicio del ejercicio de la actividad, debidamente cumplimentado y dirigido a las Secciones de Turismo de la provincia donde se encuentre el establecimiento.

- Siempre se debe presentar con anterioridad al inicio de su actividad. (Art. 21.1 Ley 14/2010, de 9 de diciembre).
- En el caso de cambio de titularidad, el nuevo titular deberá presentar nueva declaración responsable en el plazo de un mes, siempre con antelación al inicio de la actividad. (Art. 21.1 Ley 14/2010, de 9 de diciembre y art. 26 del Decreto 22/2018, de 26 de julio).

Información adicional:

- Se inscribirán de oficio en el Registro de Turismo.
- Es obligatoria la exhibición, junto a la entrada principal, de una placa normalizada que contendrá los distintivos acreditativos de la clasificación y de la categoría del establecimiento (de acuerdo con el Anexo I) (DOC 5)

- En el momento de formalizar la admisión del turista deberán entregarle una hoja de información, según el modelo que determine el titular o según el modelo que se adjunta. (DOC 6)
- La información a los turistas deberá constar en un Tablón de anuncios o en otro medio similar, en los términos establecidos en el artículo 27 del Decreto 22/2018, de 26 de julio.
- Los precios deberán constar en una lista de precios, pudiendo servir como modelo el que se adjunta. (DOC 7)
- Los titulares de los establecimientos de alojamiento en la modalidad de albergue podrán elaborar un Reglamento de régimen interno, en el que se incluirá, entre otros aspectos, el horario de prestación de los servicios que ofrece el establecimiento, la presencia de animales de compañía, el uso adecuado del equipamiento, así como las indicaciones para la utilización racional de los recursos. Asimismo, recogerá las condiciones de admisión, permanencia y, en su caso, expulsión de los usuarios, con el auxilio de las fuerzas y cuerpos de seguridad del Estado si fuera necesario.
- Los establecimientos de albergue dispondrán de hojas de reclamaciones, que se entregarán por las secciones de turismo, y que se pondrán a disposición de los turistas alojados, y se les facilitará la información que sea necesaria para su cumplimentación.
- En la publicidad que se realice por cualquier medio, en la comercialización, correspondencia, facturas y demás documentación de los albergues, deberá indicarse de forma que no induzca a confusión la categoría y tipo del establecimiento, no pudiendo usar denominación o indicativos distintos, así como el número de Registro de Turismo de Castilla y León.
- Los albergues están obligados a contar con un registro documental para el control de entradas y salidas de turistas atendiendo a la normativa vigente en materia de seguridad ciudadana debiendo ponerse en contacto con la Policía Nacional o la Guardia Civil de la localidad correspondiente.

7.3 Recomendaciones y normativa Covid-19.

Los albergues y hostales deberán establecer un plan de contingencia para evitar el contagio por Covid-19 entre huéspedes. Estos protocolos, que diseñará cada alojamiento según sus necesidades, deberán cumplir una serie de medidas de seguridad básicas resumidas en tres puntos:

1. **Garantizar la distancia de seguridad.** Se recomienda garantizar la distancia mínima establecida (1,5 - 2 metros) entre los empleados, clientes y empleados-clientes, redistribuyendo los espacios de las instalaciones y organizando la circulación de personas. Se establecerá un control de aforo si fuese necesario.
2. **Lavado de manos y medidas de protección individual.** Los alojamientos deberán organizar turnos de personal para garantizar la distancia de seguridad, facilitar los elementos de protección individual necesarios (guantes y mascarillas, por ejemplo) y promover un correcto lavado de manos. En todas las estancias se facilitarán soluciones hidroalcohólicas para los clientes..
3. **Correcta ventilación y desinfección.** Se incrementarán las frecuencias de limpieza e desinfección, especialmente en zonas de uso compartido, duchas y aseos; así como en las zonas de mayor contacto (superficies, pomos, grifos, llaves/tarjetas...). Además, se garantizará una ventilación adecuada en todas las áreas del albergue.

7.3.1 Recepción y acogida en el albergue.

1. **Saludo sin contacto físico.** Se evitará el saludo con contacto físico, incluido el dar la mano, tanto al resto de personal como a clientes.
2. **Medidas de desinfección.** En la zona de recepción y acogida debe hacer solución desinfectante para manos y pulverizador desinfectante para zapatos, mochilas, bicicletas, etc. Además, se recomienda colocar alfombras desinfectantes a la entrada de los establecimientos.
3. **Guardar la distancia de seguridad.** El albergue debe garantizar la distancia mínima establecida. Si no es posible guardarla entre el personal y los clientes en la zona de recepción se deben **instalar elementos físicos** como una mampara o pantalla protectora, de fácil limpieza y desinfección, o bien utilizar mascarilla. Además, se colocarán de manera visible **marcadores de distancia**

entre los clientes para evitar aglomeraciones y garantizar la distancia mínima de seguridad.

4. **Reserva, checking online y pago con tarjeta.** La guía apuesta por facilitar la reserva y el checking online, el pago con tarjeta u otros medios electrónicos, preferiblemente contactlees para evitar contactos innecesarios.
5. **Sin folletos o documentación impresa.** En las instalaciones de los albergues se evitará cualquier elemento decorativo, así como colocar folletos u otro tipo de materiales informativos. Se aconseja proporcionar la información de forma online

7.3.2 Habitaciones compartidas.

1. **Gel y alfombras desinfectantes.** En las habitaciones deberá disponerse de soluciones hidroalcohólicas. También es recomendable instalar alfombras desinfectantes en las entradas de las habitaciones.
2. **Distancia de seguridad entre camas y literas.** El albergue deberá reorganizar la disposición de las camas y literas para garantizar la distancia de seguridad mínima, así como garantizar el aforo máximo permitido. En caso de nuestro hostel, nos veríamos obligados a reducir el aforo de cada habitación a 4 personas.
3. **Lencería individual.** En las habitaciones compartidas, el albergue facilitará sábanas y mantas embolsadas o empaquetadas. Será el propio huésped el que deba hacer su propia cama e indicarle que evite tocar camas o literas de otros clientes.

7.3.3 Aseos y duchas de uso común.

1. **Solución desinfectante.** Al igual que en el resto de las estancias del albergue, el huésped podrá encontrar un dispensador con solución desinfectante.
2. **Dispensadores individuales de jabón** y papel en los servicios.
3. **Evitar el uso de alfombrillas** u otros elementos textiles comunes.
4. **Uso de calzado apropiado.**
5. **Control de turnos** para evitar aglomeraciones y respetar la distancia de seguridad.

7.3.4 Cocina y comedor

1. **Desinfección de la cocina después de cada uso.** Debe garantizarse la desinfección del menaje, equipamiento (neveras, microondas, etc.) y del espacio después de cada uso. **En caso de que no se pueda garantizar, deberá permanecer clausurada.**
2. **Turnos de comedor.** Debe establecerse un control del aforo del comedor para garantizar la distancia de seguridad.
3. **Gel desinfectante.** Al igual que en el resto de estancias, el huésped dispondrá de geles desinfectantes para facilitar la correcta higiene de manos.
4. **Menaje desechable.** Tanto cubertería y platos como manteles.
5. **Priorizar las monodosis.** Se retirarán de las mesas cualquier elemento decorativo, cartas y menús compartidos y productos de autoservicio (servilleteros, palilleros, vinagreras, aceiteras, etc.), priorizando las monodosis desechables.
6. **No se recomienda el sistema buffet.**

7.3.5 Zonas de uso común.

1. **Soluciones desinfectantes.** El albergue debe disponer de soluciones desinfectantes en los lugares de paso y en aquellas instalaciones de mayor uso por los clientes.
2. **Papeleras con acción no manual.** Las papeleras deben contar con una apertura de accionamiento no manual y disponer de bolsa interior.
3. **Se desecharán productos y enseres** dejados por los clientes que abandonan el hostel.
4. **Retirar folletos, libros o guías para garantizar la higiene y las medidas de seguridad.** Si no es posible, el personal del albergue deberá gestionar su uso informando al cliente de la necesidad de desinfección de manos antes y después de su consulta.
5. **Seguridad en el uso de la máquina de vending.** Habrá que facilitar solución desinfectante o instar al cliente a lavarse las manos antes y después de su uso.

8. CONCLUSIONES

Después de terminar el estudio sobre la viabilidad de nuestro proyecto empresarial, vamos a analizar los resultados obtenidos aún sabiendo que todo debería ser revisado teniendo en cuenta la situación tan inesperada y de evolución incierta que ha provocado la pandemia del Covid-19

Tras observar el comportamiento del mercado en los últimos años del sector hotelero y estudiar a la competencia, observamos que este sector se encuentra en crecimiento especialmente desde la salida de la crisis de principios de esta última década. Otros aspectos positivos son la reducción de la competencia en número de establecimientos hoteleros a casi la mitad en los últimos años lo cual nos da una posibilidad de posicionarnos más rápidamente en el mercado teniendo en cuenta que no existe ningún hostel como tal, de las características del propuesto en este plan de empresa, en la ciudad de Valladolid.

Además, la provincia de Valladolid obtiene muy buenos datos de afluencia turística, siendo de las mejores provincias de la comunidad y consiguiendo un dato de ocupación media anual moderadamente bueno, el cual nos hace ser optimistas de cara a la viabilidad del proyecto.

Gracias al análisis DAFO podemos concluir cuales son nuestras fortalezas y oportunidades en las que tenemos que hacer hincapié para intentar sacar el máximo partido al negocio y cuidarse de corregir y prevenir las que puedan ser nuestras debilidades y posibles amenazas en el futuro.

Tras estructurar la empresa y diseñar el plan de trabajo en cuanto a los recursos humanos que vamos a necesitar para poner en marcha el proyecto, pasamos a analizar las estimaciones económicas realizadas.

Por las condiciones del turismo que recibe la ciudad y de nuestro público objetivo que en su mayoría serán gente joven, visitantes de la ciudad y que necesiten nuestros servicios para hospedarse y descansar principalmente, dividimos en tres temporadas de precios. Podemos observar que en temporada baja y con una estimación de ocupación de la mitad de la media prevista el hostel no es rentable. Pero en las otras dos temporadas (media y alta) no solo cubrimos las pérdidas de la temporada baja, sino que se obtiene un beneficio suficiente como para que el proyecto

sea viable y el negocio rentable, pudiéndonos llegar a plantear el posible cierre del hostel los dos meses de temporada baja.

Nuestro acuerdo con el propietario del local para la carencia del primer año de la cuota de alquiler nos ayuda a obtener unos muy buenos beneficios el primer año que luego pasan a ser más reales durante el segundo y tercer año ya abonando la cuota de alquiler.

Observamos que es algo menor el beneficio en el tercer año que en el segundo y que se debe probablemente al cambio de tramo en el impuesto de actividades económicas y a que se han estimado unos aumentos en gastos de personal ligeramente superiores a lo que se han estimado los aumentos de ingresos, por lo que en el futuro para garantizar el aumento de ingresos podríamos revisar el aumento de nuestras tarifas o una revisión no tan al alza de los gastos de personal.

Con todo ello y tras analizar los ratios financieros y económicos y a pesar del virus Covid-19 entendemos que este proyecto es viable bajo el marco empresarial de una Sociedad Limitada (SL) y teniendo que cumplir todos los tramites laborales y aspectos jurídicos necesarios para su constitución como empresa en España y los requerimientos y licencias pertinentes que nos marquen la comunidad de Castilla y León y la ciudad de Valladolid. Aunque, debido a los últimos acontecimientos surgidos a partir del virus del Covid-19, podríamos plantearnos el aplazamiento de la apertura del negocio hasta observar cómo va evolucionando la pandemia y la afectación que puede tener en un sector que depende del desplazamiento de las personas y económicamente se puede ver muy afectado. Tendríamos que intentar aprovechar al máximo el turismo de interior nacional que pudiera generarse ante la limitación de desplazamientos del extranjero a medida que fuese remitiendo la pandemia.

9. BIBLIOGRAFÍA Y WEBS CONSULTADAS.

- 20 MINUTOS: España cerrará 2019 con nuevo récord de turistas extranjeros: 83,4 millones (2019). Disponible en: <https://www.20minutos.es/noticia/4061519/0/espana-cerrara-ano-nuevos-records-turistas-extranjeros-gasto/> (Consultado el 15/12/2019)
- COHOSTING ACADEMY. ¿Cuáles son los principales destinos vacacionales de España? ¿Cuánto dura la estancia? ¿Cuántas personas de media? Disponible en: <https://cohosting.es/blog/datos-estancia-espana/> (Consultado el 17/12/2019)
- COMO CREAR UNA SOCIEDAD LIMITADA:
<https://infoautonomos.eleconomista.es/tipos-de-sociedades/como-crear-una-sociedad-limitada/>
(Consultado el 10/04/2020)
- COMUNICACIÓN DE LA JUNTA DE CASTILLA Y LEÓN: Los visitantes de Castilla y León valoran positivamente su experiencia turística en la comunidad y muestran mayoritariamente intención de repetir. Disponible en: <https://comunicacion.jcyl.es/web/jcyl/Comunicacion/es/Plantilla100Detalle/1281372051501/1284863938110/Comunicacion> (Consultado el 20/12/2019)
- EL TENEDOR. El secreto de las mejores gastronomías del mundo. (2016). Disponible en: <https://www.theforkmanager.com/es/blog/como-aplicar-el-turismo-gastronomico-en-el-marketing-de-restaurantes/> (Consultado el 17/12/2019)
- EPDATA: ¿Cuántos turistas llegan a España? Disponible en: <https://www.epdata.es/datos/turistas-turismo-espana/64/espana/106> (Consultado el 15/12/2019)
- EPDATA: La ocupación de los hoteles, en datos y gráficos. Disponible en: <https://www.epdata.es/datos/ocupacion-hoteler-hoteles-datos-graficos/94/espana/106> (Consultado el 20/12/2019)
- HOSTELTUR: El turismo es el sector que más riqueza aporta a la economía española. Disponible en: <https://www.hosteltur.com/130893-el-turismo-el-sector-que-mas-riqueza-aporta-a-la-economia-espanola.html> (Consultado el

01/12/2019)

- HOSTELTUR: Los turistas internacionales aumentaron un 4% la contratación de paquetes (2018). Disponible en: https://www.hosteltur.com/126589_los-turistas-internacionales-aumentaron-un-4-la-contratacion-de-paquetes.html (Consultado el 17/12/2019)
- HOSTELTUR: ¿Qué busca el turista en cada comunidad autónoma? Disponible en: https://www.hosteltur.com/127940_que-busca-el-turista-en-cada-comunidad-autonoma.html (Consultado el 01/12/2019)
- IBERLEY. Cotización a la seguridad social en los supuestos de contratos a tiempo parcial para el año 2020. Disponible en: <https://www.iberley.es/temas/cotizacion-contratos-tiempo-parcial-ano-2020-3011> (Consultado el 20/01/2020)
- IDEALISTA. Disponible en: <https://www.idealista.com/inmueble/39569515/> (Consultado el 10/01/2020)
- INSTITUTO NACIONAL DE ESTADÍSTICA. Disponible en: www.ine.es (Consultado el 17/12/2019)
- MEDIDAS Y NORMAS EN ESTABLECIMIENTOS HOTELEROS TRAS EL VIRUS COVID-19
<https://www.elcaminoconcorreos.com/es/blog/seguridad-en-los-albergues-del-camino-de-santiago-tras-la-covid-19>
(Consultado el 21/06/2020)
- PUNTOS DE ATENCIÓN AL EMPRENDEDOR. Empresario Individual (Autónomo) Disponible en: <http://www.paeelectronico.es/es-ES/CreaEmpresa/Paginas/FormasJuridicas-Descripcion.aspx?cod=EIN&nombre=Empresario+Individual&idioma=es-ES> (Consultado el 01/02/2020)
- TRAMITES Y SERVICIOS. Sede electrónica de la Junta de Castilla y León. Disponible en : <https://www.tramitacastillayleon.jcyl.es/web/jcyl/AdministracionElectronica/es/Plantilla100Detalle/1251181050732/Tramite/1265096325632/Tramite>
(Consultado el 03/04/2020)

- TURIJOBS; TURICONSEJOS: Todo lo que hay que saber para trabajar en un Hotel & Resort. Disponible en: <https://www.turijobs.com/blog/trabajar-en-un-hotel-resort/> (Consultado el 15/20/2019)
- TXERPA. Cuota de autónomos 2020. ¡Todas las novedades! Disponible en: <https://www.txerpa.com/blog/cuota-autonomos-2020> Consultado el (21/01/2020)