

© www.crearempresas.com

H2Otel S.A.

H2Otel es un hotel que su actividad se basa principalmente en el tema del agua.



El proyecto completo esta en

Promotores:

Carolina Hernández García:

carol_12zgz@hotmail.com

976545646

C/ menar nº4, 1º

2º Bachillerato

Iris Gracia Lahoz:

iris9_zgz@hotmail.com

976456887

C/Manolo, Nº7, 3ºB

2º Bachillerato

Marta Más Martín:

Martika-14@hotmail.com

976382813

C/ Zaragoza, nº6

2º Bachillerato

ÍNDICE

Inicio

Nombre y logotipo

Entorno

Legalización

Viabilidad del proyecto

Estrategia competitiva

Localización

Área comercial

Área de aprovisionamiento y producción

Área de recursos humanos

Viabilidad económica

Introducción

H2Otel es un hotel que su actividad se basa principalmente en el tema del agua.

Esta idea se basa principalmente en la sustitución de las paredes por acuarios en las habitaciones. También se acomodaran las habitaciones con camas de agua, música y todo lo adecuado para disfrutar de una estancia relajada y agradable. Aparte de las habitaciones, el hotel ofrece dos piscinas, una de ellas al aire libre y la otra será cubierta y climatizada con un ambiente playero.

Lo hemos elegido porque es una idea fácil, innovadora y original. Además es un servicio para un público amplio, sobre todo para gente amante de peces. También es una idea fantástica para la gente que resida en Zaragoza y que con la crisis no tiene acceso a unas vacaciones en las playas, o para gente que venga del extranjero a conocer Zaragoza. Además, una parte del beneficio obtenido irá destinado a ayudar a animales marinos en peligro de extinción.

Hemos elegido finalmente H2Otel como nombre para nuestro hotel porque nos parece original y llamativo, y representa perfectamente el tema del hotel. Además no existe ningún otro hotel en España con este nombre.

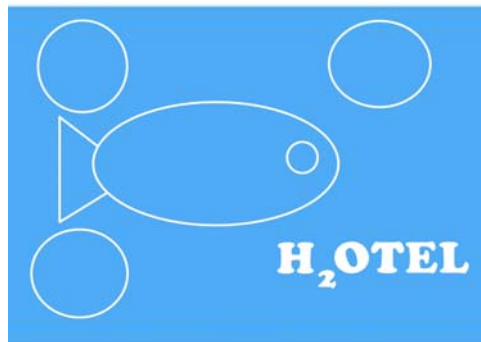
Nombre y logotipo

NOMBRE:

Primero pensamos en Aquahotel, ya que el elemento más llamativo del hotel es el agua y los acuarios. Pero luego pensamos que era más original poner h2o referido al agua y finalmente pensamos en nombrar al proyecto "H2Otel".

LOGOTIPO:

Para el logotipo surgieron varias ideas, que fueron estas:



Y finalmente elegimos este:



Entorno

El entorno genera, el que afecta por igual a todas las empresas y el entorno específico, que se centrará más en nuestro sector.

Entorno general

Factores político-legales:

Nuestro grado será alto respecto a Aragón y España. En la actualidad, se encuentra en el poder un partido centro-izquierda en Aragón.

Debido a la estabilidad y riesgos políticos estamos sumergidos en una crisis económica de carácter mundial. Esto nos afecta, por tanto estableceríamos unos precios y servicios adecuados.

El marco exterior afectaría al ámbito internacional, ya que es un servicio dedicado a turistas de todo el mundo.

Factores sociales y demográficos:

Nuestro hotel ofrece un servicio de alojamiento y relajación que atraería a los clientes, además apoyaría la ecología marítima aportando dinero a organizaciones.

Las variables demográficas ni nos afectan ni nos favorecen.

Factores tecnológicos:

La tecnología que emplearemos será la más avanzada, referida al mantenimiento de los acuarios. Además contará con una página web para reservar.

Factores económicos:

La política fiscal al ser expansiva aumentaría el número de clientes y la política restrictiva produciría el efecto contrario. En la política monetaria si crecen los tipos de interés nos puede perjudicar para obtener financiación para la inversión, y si bajan se producirá el efecto contrario. En cuanto a la inflación en la actualidad estamos en deflación o estables, lo que nos beneficiaría.

Por otra parte si el Euro, se deprecia los bienes que queramos adquirir del extranjero nos resultaran más caros. Y si el euro se aprecia ocurrirá lo contrario.

El periodo de crisis y depresión nos podría perjudicar. Pero la lenta recuperación de la situación, nos beneficiaría en un futuro. Respecto al euro nos afectaría puesto que tenemos relación con el exterior, con turistas extranjeros.

Entorno específico

Análisis Porter

-Grado de rivalidad existente entre los competidores actuales: Si que existe rivalidad en cuanto al número de hoteles, pero la ventaja es que no existen otros que compartan una idea similar.

-Amenaza de entrada de nuevos competidores: Existen hoteles que pueden sustituirnos, pero ninguno de competencia directa, ningún hotel ofrece una estancia parecida al nuestro.

-Poder de negociación de los proveedores: Limitado nuestros proveedores deciden el precio de los productos que adquirimos.

-Poder de negociación de los clientes: Los clientes tendrán influencia sobre nuestros precios.

Análisis DAFO

| Debilidades | Amenazas |
|---|--|
| <ul style="list-style-type: none">• Falta de experiencia.• Gran inversión inicial.• Importantes gastos de mantenimiento.• Nuevas en el sector. | <ul style="list-style-type: none">• Gran competencia hotelera.• Posibilidad de clientela más reducida por el precio.• Crisis económica. |
| Fortalezas | Oportunidades |
| <ul style="list-style-type: none">• Es un hotel diferente e innovador.• Respeto por los animales marinos.• Destinado a todo los públicos.• Somos jóvenes y emprendedoras.• Publicidad.• Nuestro trato personal nos ayudará a vender puesto que la gente confiará en nosotros• Es una buena opción para la gente que no puede ir de vacaciones a un sitio con playa. | <ul style="list-style-type: none">• Creación de empleo.• Posibilidad de internacionalización.• Al ser un servicio fiable y con buenos resultados, los clientes podrían hacer una buena publicidad.• La gente hoy en día no dispone de mucho tiempo y nosotros ofrecemos el servicio de reserva por Internet.• Aumento del turismo en Zaragoza.• Tendencia de los clientes a seleccionar servicios diferentes. |

| Matriz de impactos | Puntos fuertes | Puntos débiles |
|---------------------------|---|---|
| Oportunidades | Situaciones positivas Estrategias ofensivas | Situaciones inciertas Estrategias de supervivencia |
| Amenazas | Situaciones inciertas Estrategias defensivas | Situaciones negativas Estrategias de reorientación |

Estrategia ofensiva

H2Otel se encuentra en la mejor situación de la matriz de impactos, en una situación positiva ya que el número de nuestros fuertes y oportunidades es mayor que el de nuestras debilidades y amenazas. También está la posibilidad de que estuviéramos en una situación incierta ya que tenemos bastantes debilidades por lo que sería una estrategia de supervivencia. Pero nosotras vamos a sacar adelante nuestro hotel y vamos a hacer todo lo posible para que sea un hotel importante en nuestra ciudad.

Legalización

Forma jurídica

Hemos escogido la Sociedad Anónima, sus características son las más adecuadas para nuestra empresa.

Subvenciones: Ayudas destinadas al fomento de actividades de formación profesional náutico-pesquera, del instituto aragonés de fomento.

Trámites

Estatutos

Los estatutos de H2Otel los puedes ver visibles en la página web.

Constitución

* Registro Mercantil Central: solicitamos el certificado de denominación negativa. Solicitamos la denominación de nuestra S.A., mediante correo electrónico la cual nos aceptaron. Solicitamos estos nombres: - H2Otel S.A. - Aquahotel S.A - Waterhotel S.A.

* Notario: Acudimos a un notario que nos ha proporcionado una copia de una escritura pública.

* Impuesto sobre TP: Tuvimos que pagar inmediatamente el Impuesto de Transmisiones Patrimoniales modelo 600, es decir el pago de 600€.

* Inscripción Registro Mercantil

Inscritas en el Registro Mercantil constamos como una empresa registrada y constituida.

Administrativos/Puesta en marcha

* **Hacienda:** Nos hemos dado de alta pagando el Impuesto sobre Actividades Económicas (I.A.E). También en la Declaración censal y código de identificación central (CIF).

* **Registro Mercantil:** El nombre definitivo es H2Otel S.A., consta en la certificación negativa del Registro Mercantil y obtuvimos un libro de visitas, legalizado en el RM.

* **Ayuntamiento:** Solicitamos la licencia de obras para construir nuestro H2Otel. Presentamos lo necesario. La licencia de apertura para acreditar nuestro proyecto a la normativa urbanística y técnica aplicable.

* **Seguridad Social:** Dimos de alta a la empresa y a sus trabajadores en la Seguridad Social.

* **I.N.A.E.M.:** Fuimos para solicitar trabajadores para el hotel. Los trabajadores tendrán un contrato de trabajo, allí adquirimos un modelo de contrato.

* **Registros oficiales:** Registramos la propiedad inmobiliaria del hotel para comprar un terreno donde construirlo.

Viabilidad del proyecto

Para realizar la viabilidad hicimos las siguientes preguntas:

¿EXISTE UN NICHOS DE MERCADO?

Sí que hay un nicho de mercado, ya que no hay ofertas similares de hoteles en Zaragoza.

¿EXISTE UN HUECO DE MERCADO?

Si, a pesar de que existan muchos hoteles en Zaragoza ninguno tiene nuestras características.

¿QUÉ VOLUMEN POTENCIAL TIENE EL MERCADO?

Nuestro hotel ofrece sus servicios a toda clase de clientes. Está disponible para todas las épocas del año. Además estará situado en un punto de la ciudad fácil para desplazarse.

¿COMO REACCIONARAN NUESTROS COMPETIDORES?

Los hoteles reaccionaran con mejoras y nuevas técnicas o adquirirán características similares.

¿ES UN MERCADO QUE CRECE O DECRECE?

No está creciendo a causa de la crisis, pero en un futuro se expanda por sus características.

¿CUÁNTO ESTARÍAN DISPUESTOS A PAGAR POR EL PRODUCTO O SERVICIO LOS CLIENTES POTENCIALES?

El precio sería similar al de cualquier otro hotel, pero ligeramente subiríamos el precio ya que ofrecemos ciertos servicios diferentes a un hotel normal.

Estrategia competitiva

Estrategia competitiva del H2Otel se encuentra en la mejor situación de la matriz de impactos, en una situación positiva.

Necesaria para que la empresa pueda ser competitiva y por lo tanto tener el éxito esperado.

Se pueden diferenciar 3 estrategias competitivas:

1. Liderazgo general de costes
2. Diferenciación del producto
3. Enfoque o alta segmentación

La estrategia competitiva que llevaremos a cabo con nuestro H2Otel es la de **Diferenciación del producto**.

Nuestro hotel ofrece un servicio diferente al resto. Se diferencia en que ofrece un servicio de habitación basado en vista a un amplio acuario, una cama de agua y una gran variedad de música que permitirá una estancia relajada. Además de las habitaciones existirán otros servicios como gimnasio, spa, guardería, piscina interior y exterior (ambientada estilo playa)...

Nuestros puntos fuertes de potenciación son:

- * El respeto por la fauna marina.
- * Somos pioneras en Aragón.
- * Ofrecemos una estancia diferente
- * Nuestro H2Otel da cabida a clientes de todas las edades.

La diferenciación de nuestros servicios y puntos fuertes son los que vamos a potenciar para salir adelante y convertirlo en una referencia a nivel nacional e internacional.

Localización

Hemos decidido que nuestro H2Otel será pequeño ya que somos emprendedoras y el hotel ya es suficientemente costoso como para hacerlo más grande. Después de buscar terrenos para la localización hemos decidido que el más apropiado es el que mostramos a continuación en el apartado de localización externa.

Externa:

H2Otel estará situado en el recinto de la EXPO, contaremos con que la estructura ya está construida. Es el lugar adecuado ya que la EXPO igual que nuestro hotel están relacionados con el agua y es fácilmente accesible desde cualquier punto de la ciudad. Además es un lugar turístico que atraería a los clientes.

Interna:

En la planta baja está situada la recepción, con una zona destinada a las oficinas, además también está dotada con una serie de servicios: sala de espera, aseos y bar. El bar tiene acceso a la piscina, situada en el jardín del hotel y decorada como si fuera una playa.

En la planta primera está situado el comedor con una gran cocina que ejerce también de lavandería. Esta planta también cuenta con unos aseos para la mayor comodidad de los clientes.

En las plantas segunda, tercera y cuarta se encuentran las habitaciones. Estas plantas tienen la misma distribución. Hay dos tipos de habitaciones: Las sencillas y las dobles que son un poco más grandes. Ambas habitaciones cuentan con dormitorio y aseo.

En la planta quinta están situadas las suites, cada una cuenta con un gran aseo, un gran dormitorio y una sala auxiliar que puede utilizarse para ocio o trabajo.

En la planta sexta está localizado un gran gimnasio dotado con un vestuario.

En la séptima planta se encuentra el spa.

Todas nuestras áreas estarán decoradas relacionadas con el tema del hotel.

Área comercial

Análisis de mercado

En nuestro caso nos encontramos con una competencia de hoteles similares, no son iguales ya que el nuestro es un hotel que se basa en el tema del agua y dispone de acuarios en las habitaciones. El servicio que ofrecen sí que sería el mismo, aunque tengan algunas prestaciones que varíen un poco.

Nos encontraremos con competencia cuando la gente busque una estancia corta, busque precios económicos. Pero la gente que venga a nuestro hotel será por las prestaciones que ofrecemos, a parte de los curiosos que quieran conocer más este mundo.

Algunos de nuestros competidores son: Hotel Palafox, Hotel Goya Zaragoza, Hotel Avenida, Hotel Paris, Hotel Hispania.

Plan de marketing

-Producto

Nuestro producto es un hotel ambientado en el tema del agua, el servicio que ofrece es el de un hotel normal, pero diferenciado e innovador. La necesidad que pretendemos cubrir es la necesidad de hospedaje y comida que la gente necesita ajustándonos a las necesidades que requiere este servicio y a la persona en concreto.

La novedad de nuestro hotel es el tema del agua en todas sus actividades y la característica de los acuarios en las habitaciones.

- Precio

La política de precios que va a seguir H2Otel va a ser de precios similares a la competencia ya que para ganar clientes debemos ofrecer un servicio con un precio similar a los demás hoteles, además al principio queremos ofrecer ofertas de promoción con precios aun más bajos para animar así a la gente a probar este nuevo concepto de hotel.

-Promoción

Para dar a conocer nuestro hotel, vamos a utilizar diferentes tipos de publicidad, sobre todo buscaremos anunciarnos en entornos relacionados con lo viajes creemos que la mejor publicidad que podemos hacer es anunciarnos en revistas que sabemos que irán dirigidas al perfil de clientes que queremos para nuestro hotel. Para promocionarnos ofreceremos varias ofertas tras inaugurar el hotel.

-Distribución

Como vía de distribución habíamos pensado en promocionarnos en las oficinas de turismo, sobretodo en la oficina de turismo de Zaragoza que esta situada en la plaza del pilar.

Podemos promocionarnos en periódicos o en revistas a nivel nacional.

A nivel local, podemos poner carteles en restaurantes o en bares.

Otra buena forma de hacer publicidad sobre nuestro hotel, sería poniendo un anuncio en la Romareda, donde la afición del Real Zaragoza pudiera conocernos.

Área de Aprovisionamiento y producción

Proveedores

Los proveedores más importantes para nuestro hotel serían:

- La empresa que vamos a contratar se llama HidroSpa, cuya gama de productos incluye:
 - Hidromasajes
 - Saunas
 - Baño Finlandés
 - Ducha Escocesa
 - Baño Turco
 - Minipiscinas
- Otra empresa que vamos a contratar es Adan Equipamientos Deportivos S.L. , fabricante de la línea de máquinas FITLAND que incluye:
 - Maquinas de palancas
 - Maquinas de pesos
 - Andadores

Área de recursos humanos

La dirección será llevada a cabo por las tres promotoras del proyecto: Iris Gracia, Carolina Hernández, Marta Más. A su vez las áreas más importantes estarán dirigidas por una persona que será la encargada de su funcionamiento.

- Área de administración (Iris)
- Recepción (Carolina)
- Restaurante (Marta)
- Gimnasio (Iris)
- Limpieza y servicio de habitaciones (Carolina)
- Área de marketing (Marta)

Empleados:

Contratación:

El tipo de contrato que vamos a hacer a todos nuestros trabajadores va a ser indefinido. El pinche de cocina será el único que tendrá un contrato diferente ya que estará en prácticas.

Formación:

En el área de recepción necesitaremos persona carismáticas a las que se les de bien el trato con la gente. En cocina necesitaremos cocineros expertos que tengan alguna experiencia y el pinche será alguien joven sin experiencia. Los camareros serán personas con experiencia en el sector de la hostelería. Los monitores de gimnasio será gente joven que ya haya trabajado en este sector. En cuanto a la limpieza tendrán que ser personas que trabajen bien y hayan trabajado ya en la limpieza de hoteles.

Selección:

Para empezar necesitaremos: tres recepcionistas, dos cocineros, un pinche, cuatro camareros, dos monitores de gimnasio, tres limpiadores y dos botones, en total necesitaremos 17 empleados. Buscaremos a nuestros empleados en oficina del INAEM y con un anuncio en el periódico.

Para elegir a las personas más adecuadas pediremos los currículos vitae de cada una de las personas interesadas y según su formación decidiremos su contratación o no.

Horario y retribución:

Los trabajadores tendrán una jornada laboral completa, es decir de 8 horas, habrá un horario de mañana otro de tarde y alguna de noche también.. Los sueldos de casi todos los empleados serán entorno a los 1000 €.

Seguridad e higiene en el trabajo:

Para garantizar la seguridad de nuestros trabajadores nos encargaremos de que en cada puesto de trabajo tengan todo lo necesario para realizarlo, además todos estarán afiliados a la seguridad social. En nuestro hotel habrá una total seguridad e higiene tanto para trabajadores como para los clientes.

Responsabilidad social de la empresa:

Nuestro hotel es responsable socialmente puesto que ayuda a que la gente a que se concencie de que haga un uso responsable del agua y a que respeten a los animales, sobre todo a las especies acuáticas.

Viabilidad económica

Viabilidad Financiera

Para calcular si es viable la inversión en H2Otel hemos aplicado el criterio del Valor Actual Neto: $VA = [Q1 / (1+i)] + [Q2 / (1+i)^2] + [Q3 / (1+i)^3]$ y $VAN = VA - A$. Donde Q1, Q2 y Q3 son los flujos de caja, correspondientes a los beneficios netos de la cuenta de pérdidas y ganancias; y es el tipo de interés, que actualmente se sitúa en torno a un 4%, y A es la cantidad invertida.

$$VA = [-41.000 / (1+0.04)] + [86.100 / (1+0.04)^2] + [24.500 / (1+0.04)^3] = -39.423 + 79.629 + 21.875 = 62.081€$$

$$VAN = 62.081 - 1.026.270 = -964.189$$

Nuestro negocio será viable pero en un largo periodo de tiempo. Por tanto podemos decir que es viable invertir en H2Otel.

Viabilidad Económica

Esto es el umbral de rentabilidad o punto muerto que calculamos mediante una fórmula $q^* = CT / (P - CV_u)$, con los datos de costes fijos, coste variable unitario y el precio unitario.

$$q^* = 1.026.270€ / (120 - 100) = 51.314$$

Son necesarios 51.314 servicios de un día completo de hotel, para cubrir costes y empezar a obtener beneficios.

Viabilidad comercial

Respecto al entorno general de nuestra empresa, podemos decir que nuestro negocio es viable porque al analizar a la sociedad es un hecho que se está produciendo un cambio en la mentalidad con respecto al uso del agua. También al analizar los factores tecnológicos o al analizar el entorno específico comprobamos que nuestro hotel tiene posibilidades al haber pocos hoteles con estas características y además ofrecer unos servicios diferentes, que aunque sea algo más cara la estancia las diferencias son notables.

Viabilidad tecnológica

Estaremos atentas a todos los avances tecnológicos que queramos instaurar en nuestro hotel.

Al empezar la tecnología con la que contaremos será:

- Máquinas de gimnasio.
- Tecnología para el mantenimiento de los acuarios.
- Mantenimiento del Spa y piscinas.

Nuestro negocio es viable tecnológicamente.

Viabilidad medioambiental

Nuestro hotel es medioambientalmente viable porque hace un uso adecuado del agua, y también respetando las especies acuáticas. Además utilizamos aparatos electrónicos de bajo consumo, y productos de limpieza que respeten el medioambiente.