

HOSTAL

Buena relación calidad-precio, eficiencia, profesionalidad y utilización de nuevas tecnologías

1. El negocio

Se denominan hostales aquellos establecimientos que ofrecen alojamiento en habitaciones, con o sin comedor u otros servicios complementarios, que pueden ubicarse en uno o varios pisos correlativos y comunicados entre sí por escalera interna dentro de un mismo edificio. Dependiendo de su clasificación por estrellas deben reunir diferentes requisitos. Así, según la Ley 10/1997, de 19 de diciembre, de Turismo de Castilla y León, un hostel de una estrella debe contar como mínimo con calefacción, agua caliente, teléfono, unas medidas mínimas de altura y superficie en todas las estancias y pasillos, al menos un 25% de habitaciones con aseo y un 25% con ducha y lavabo tabicado (en el resto sólo lavabo) y ascensor cuando el establecimiento tenga tres plantas. Si se trata de un establecimiento de dos estrellas, además de unas medidas mínimas de altura y superficie mayores, dispondrán al menos de un 50% de las habitaciones con aseo y el resto de ducha y lavabo tabicado. Además, es bastante habitual que cuenten con otros servicios como aire acondicionado en sus habitaciones, conexión wi-fi a internet, caja fuerte, lavandería y planchado.

Los hostales son una magnífica opción de alojamiento para los usuarios que buscan trato personalizado y una buena relación calidad-precio. La tipología de cliente es variada, incluyendo turistas, visitantes por motivos de trabajo, viajeros que necesitan un lugar barato para dormir, etc. Según datos del INE, en España existen más de 11.900 establecimientos dedicados al alojamiento de personas. Al ser un mercado de gran crecimiento en las últimas décadas puede ser considerado como una buena oportunidad de negocio, siempre que se escoja bien el lugar de apertura (en muchas zonas la apertura de nuevos negocios ha sido superior a la evolución de la demanda, lo que provoca un descenso del índice de ocupación de plazas y una mayor competencia en precios).

El futuro del sector, aceptando los nuevos retos y oportunidades que vayan surgiendo, pasa por la apuesta por una esmerada atención personalizada, una adecuada relación calidad-precio, la transmisión permanente de profesionalidad, el cumplimiento de las expectativas de los clientes, la gestión con la mayor eficiencia posible, la utilización de herramientas de gestión de clientes, una apropiada estructura organizativa, la segmentación del mercado, el conocimiento del entorno, el uso de la intermediación y la subcontratación si fuese necesario, los acuerdos con los agentes del sector, la utilización de internet en las reservas, etc.

2. El local

La decisión de comprar o alquilar el local para el hostel resulta de gran trascendencia. En caso de adquirir el local, la inversión se elevaría de forma considerable. La mayor parte de los asesores recomienda en principio el alquiler para evitar problemas de tesorería, no descartando la compra en un futuro. A la hora de escoger el local, es importante tener en cuenta que debe cumplir con todos los requerimientos que se exponen en la Ley 10/1997, de 19 de diciembre, de Turismo de Castilla y León, así como sus posteriores modificaciones, si las hubiere.



La ubicación es uno de los factores determinantes en la evolución de este negocio, siendo habitual estar situados en zonas bien comunicadas con los lugares típicos o tradicionales de interés turístico, monumental y cultural de la localidad. Las reformas a realizar en el local para su acondicionamiento conforme a las necesidades, a la viabilidad económica y a la legislación vigente se pueden hacer a partir de 125.000 € (cifra que puede reducirse si en el local ya se ha desarrollado esta actividad o una similar), e incluirán acciones a realizar en el exterior (rótulos, cierres, etc.) y en el interior (adecuación para su uso como hostel, habilitando recepción, sala de estar, ascensores, habitaciones con unas adecuadas condiciones de acceso, iluminación, ventilación y climatización, aseos, etc.).

3. Equipamiento y plantilla

La inversión necesaria en equipamiento (decoración, aire acondicionado y calefacción, mobiliario para la recepción, zonas comunes y habitaciones, etc.) puede rondar los 70.000 € para un hostel de unas 20 habitaciones. Constituir un stock inicial de material consumible (ropa de cama, toallas, útiles de oficina y de limpieza, equipo informático, etc.) puede suponer unos 5.000 €.

La plantilla mínima requerida para un negocio de este tipo estará compuesta por las personas necesarias para llevar a cabo las tareas de gerencia, recepción y atención al público (en turnos que cubran 24 horas al día durante los 365 días del año), mantenimiento y limpieza. Es habitual subcontratar la gestión administrativa ya que suele resultar más barato. Tanto la formación como las habilidades sociales de cada profesional han de ser las más adecuadas para la labor que van a llevar a cabo, ya que, en definitiva, la calidad del servicio que va a ofrecer el hostel va a depender directamente de las mismas, por lo que resulta muy importante la creación de un equipo de trabajo que sea capaz de satisfacer las expectativas del usuario de las instalaciones. Para los empleados de recepción y atención directa al público suele ser fundamental el dominio de idiomas. Además, debido al estrecho trato con personas que se debe llevar a cabo, es habitual contratar para estas labores a personas jóvenes con habilidades para las relaciones sociales.

4. La competencia

La composición de la competencia de un hostel viene conformada por el conjunto de establecimientos dedicados al alojamiento de personas (hostales, pensiones, hoteles, paradores, albergues, moteles, etc.), de similar categoría dentro de la zona de influencia, así como aquellos negocios que ofrecen servicios similares como pueden ser pisos, chalets o bungalows de alquiler por semanas, quincenas o meses, alojamientos de turismo rural (casas rurales, posadas y centros de turismo rural), campings, etc. A pesar de ser un mercado con una oferta en continuo crecimiento, los expertos le auguran un buen futuro si se apuesta por la fidelización a través de una adecuada atención, una adaptación a las exigencias de los clientes y una buena relación calidad-precio.

La existencia de una oferta amplia en este sector hace que para competir mejor sea necesario conocer la competencia y los servicios que esta ofrece para equiparar o mejorar su oferta, siendo habitual apostar por competir vía precios o a través de la diferenciación, ofreciendo una amplia gama de servicios y una atención personalizada. Otros negocios han optado por la segmentación, especializándose en la tercera edad, en el público joven, en viajeros de bajo poder adquisitivo, en profesionales en viaje de trabajo, etc. Además, se puede conseguir incrementar la clientela dirigiendo ofertas comerciales a colegios, asociaciones, empresas, agencias de viaje, etc. En cualquier caso, resultan exitosos aquellos hostales que logran convertirse en un referente en cuanto a reconocimiento en su ámbito de influencia.

5. Estrategias

Una ventaja competitiva permite tener una mejor posición que los rivales para asegurar a los clientes. Existen muchas fuentes de ventajas competitivas (ofrecer el servicio con mayor calidad, lograr menores costes que los rivales, tener una mejor ubicación, etc.). La estrategia competitiva consiste en el modo en que la empresa obtiene una ventaja. Los tres tipos genéricos de estrategia competitiva son:

- **Liderazgo en Costes.** El hostel consigue unos costes menores que sus competidores, por lo que puede ofrecer sus servicios más baratos.
- **Diferenciación.** El hostel oferta un servicio que se diferencia de algún modo de los de la competencia (apuesta por la calidad, flexibilidad, mayor número de servicios, etc.).
- **Especialización o segmentación.** Consiste en centrarse en un nicho de mercado (p.e. jóvenes, tercera edad, profesionales, colegios, empresas, etc.), de modo que el hostel puede atender más eficientemente al conjunto de potenciales clientes que conforman ese nicho concreto.

FICHA TÉCNICA

- **Negocio:** Centro de alojamiento de personas en habitaciones, con o sin comedor.
- **Sector:** Hostelería.
- **Requisitos administrativos generales:** Declaración censal de alta de obligaciones fiscales (IAE, IVA, IRPF...), de Seguridad Social y laborales. Licencias municipales (ambiental, obras y comunicación de inicio de actividad).
- **Inversión:** A partir de 200.000 euros se puede financiar la reforma del local más el equipamiento y el stock inicial. Si se adquiere el local, la inversión puede superar los 600.000 euros
- **Personal mínimo:** El necesario para garantizar los servicios de gerencia, recepción y atención al público, mantenimiento y limpieza.
- **Formación requerida:** Las adecuadas para la labor que han de llevar a cabo cada uno de los profesionales del centro.
- **Superficie:** El edificio escogido variará de dimensión en función del número de habitaciones ofertadas.

TRÁMITES A LLEVAR A CABO

1. **Los generales para todas las empresas de nueva creación.** Ver Ficha de negocio 1 (formas jurídicas).
2. **Inscripción en el Registro de Empresas, Actividades y Profesionales Turísticas.**
3. **Cumplimiento de los requerimientos legales específicos en materia de construcción y edificación, instalación y funcionamiento de maquinaria, sanidad, seguridad y prevención de incendios y cualesquiera otros aplicables.**
4. **Cumplimiento los requerimientos mínimos exigibles en función de su clasificación por estrellas que se exponen en la Ley 10/1997, de 19 de diciembre, de Turismo de Castilla y León, así como sus posteriores modificaciones, si las hubiere**
5. **Cumplimiento de las Ordenanzas Municipales sobre Accesibilidad Integral.**
6. **Comunicación de Inicio o Puesta en Marcha de Actividad en el Ayuntamiento.**
7. **Evaluación de Riesgos Laborales (al contratar trabajadores por cuenta ajena)**
8. **Cumplimiento de la L.O.P.D. (protección de datos), si se van a manejar datos de carácter personal.**