

HOTEL CRUNIA (ROMEDA, S.L.L.)



“Tras moitos anos no estranxeiro, quixen aplicar os coñecementos e a experiencia acumuladas”

Gerardo Romero Copo

Datos básicos

Actividade:	Hoteis
Sector de actividade	Turismo, hostalería e restauración
Nº empregados	6
Inversión inicial	1.712.000 €
Financiamento inicial:	A inmensa maioría do investimento foi financiado con fondos propios, excepto un pequeno préstamo subsidiado polo IGAPE, con amortización a sete anos e cun ano de carencia.
Web:	
Provincia:	Culleredo, A Coruña
Ano creación:	1995

Descrición do proxecto

Trátase dun hotel en Culleredo que ofrece servizos de aloxamento, restaurante e cafetería.

O servizo de restauración só o ofrecemos baixo petición, e en ocasións para clientes que non están aloxados no hotel pero precisan dalgún servizo de catering.

O hotel consta tamén de salóns de convencións preparados para todo tipo de eventos (congresos, xuntanzas de empresas, banquetes, etc.).

O hotel está situado en Culleredo, a 10 minutos do centro da Coruña e a cinco minutos de praias. Dispón dunhas estupendas vistas ao mar e os cuartos están equipados con baño completo, secador de cabelo, caixa de seguraza, televisión vía satélite, fío musical, teléfono directo, vídeo, etc.

Outros servizos complementarios son garaxe e servizo médico as 24 h.



Datos empresa

Claves do éxito

A clave fundamental é unha enorme dose de traballo, empeño e constancia, e desde logo facer as cousas ben para conseguir o fin último que é satisfacer ao cliente.

Creo que a situación é outra das claves do éxito. Aínda que non está no centro da Coruña, goza de bos accesos e aparcamento gratuito, e isto resulta moi cómodo para grande parte dos nosos clientes, que son representantes ou empresas.

Ademais está moi ben orientado, cara ao mar e goza dunhas vistas excelentes.

Situación actual

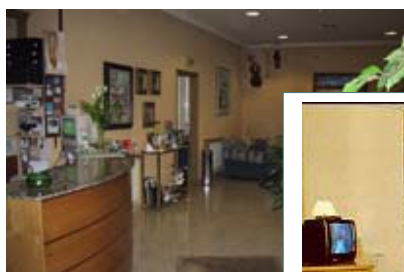
Na actualidade teño 6 empregados e atópome nunha fase de proxecto de expansión. Teño previsto ampliar o hotel, mellorar os servizos e crear máis instalacións para ofrecer novas prestacións. É a única forma de mellorar a competitividade e manterme nunha situación segura ante a aparición de posíbeis competidores.

Perfil cliente

Durante o inverno, a maior parte dos meus clientes son empresas e representantes.

En temporada vacacional (verán e semana santa) o perfil habitual é o dunha familia.

Tamén é moi común recibir, independentemente da época do ano, equipos deportivos por ligas e campionatos que se celebran na Coruña.



C.E

Hotel Crunia

Banco de Proxectos

Pax: 2

Idea inicial

Estiven moitos anos no estranxeiro, onde dirixín e fun propietario de hotéis e restaurantes, e quería facer algo en España, aplicando os coñecementos e a experiencia acumulada durante todos eses anos e en entornos tan diferentes.

Principales dificultades y amenazas futuras

Unha das maiores dificultades foi o financiamento xa que resulta moi complicado obter axuda neste sentido.

Pero ademais estaba a dificultade do mercado. Cando non es coñecido faise moi duro comezar a facer clientes e acreditarate, buscar un lugar no mercado. Un problema é que o edificio é moi bonito, de pedra, novo e con vistas ao mar, e a sensación que ofrece é a dun hotel máis caro do que en realidade é, polo que algúns clientes potenciais vense disuadidos se non coñecen os prezos.

En canto ao futuro, un problema grave é que se están a outorgar moitas licencias para construír hotéis, e iso vai xerar unha oferta desmesurada de cuartos. O paso seguinte será, por lóxica, o aumento de competencia, probablemente en prezo, o que reduce o rendemento. No meu caso, que se trata dun hotel familiar, esta medida pode afectar aínda que relativamente, pero para o sector hoteleiro no seu conxunto será unha grande perda (en Santiago, estanse acadando na actualidade niveis de ocupación de tan só o 50%).

Perfil promotores

O promotor posúe estudos de hostalería e aporta experiencia de 39 anos en hostalería a nivel internacional (Suíza, Estados Unidos, Alemania, México e España).

Aptitudes necesarias

Ser positivo e dar o mellor dun mesmo para lograr a satisfacción do cliente. Ter moi claro que un cliente satisfeito traerá moitos clientes, mentres que un cliente non satisfeito é axudar á competencia.



Guía de Actividad

Hoteis. (www.guias.bicgalicia.es)

Motivacións

Dedicarme ao que me gusta

Formación

¿Recibiu información específica sobre a creación de empresas?

Formación específica, a da escola de hostalería. Sobre todo foi a experiencia de moitos anos a que me formou neste negocio.

¿Considera importante recibir formación específica sobre creación de empresas para desenvolver con éxito un proxecto empresarial?

Non está de máis posuír formación e deseñar un plano de viabilidade, pero tampouco non se pode un fiar cegamente do resultado dun estudio de viabilidade porque a realidade é diferente e inflúen moitos aspectos no éxito ou o fracaso dun proxecto.

Anecdotario

É curioso ver como se crean hoteis constantemente e en realidade trátase en moitos casos dun mercado que xa está saturado.

Calquera persoa, sobre todo se é un emigrante e non coñece o mercado, debería informarse axeitadamente, ben sexa en Turismo, na Asociación de Hostalería ou no organismo pertinente, das cifras de ocupación hoteleira para ter unha idea máis realista da viabilidade do negocio.

