

INDICE:

- * ANALISIS DAFO
- * OBJETIVOS
- * ESTRATÉGIAS Y TÁCTICAS
- * PRESUPUESTO DE MARKETING
- * CRONOGRAMA
- * PREVISION DE VENTAS POR MESES
- * CRITERIOS DE LOCALIZACIÓN
- * POLÍTICA DE PERSONAL
- * TIPO DE SOCIEDAD. ESTATUTOS.
- * ANEXOS

ANALISIS DAFO:

AMENAZAS:

- LA EXISTENCIA DE UNA IMPORTANTE EMPRESA YA CONSOLIDADA. MADRID-VISION.LA CUAL ESTARÍA EN EL CAMPO DE ACCIÓN EN EL QUE QUEREMOS ACTUAR.
- RECHAZO POR PARTE DEL PÚBLICO A UN SERVICIO DESCONOCIDO.

OPORTUNIDADES:

- GRAN AUGE DEL SECTOR TURISTICO ESPAÑOL.
- DEMANDA POR PARTE DEL PÚBLICO DE NUEVOS Y NOVEDOSOS SERVICIOS.
- POCA O NULA COMPETENCIA, DADO QUE ES UNA IDEA ORIGINAL.

DEBILIDADES:

- FALTA DE EXPERIENCIA EN EL SECTOR.
- PRESUPUESTO INICIAL REDUCIDO.
- ALTOS COSTES DE MONTAJE.
- TRABAS O INCONVENIENTES POR PARTE DE LA ADMINISTRACIÓN.

FORTALEZAS:

- PIONEROS EN EL SECTOR.
- SERVICIO NOVEDOSO Y ATRAYENTE.
- ORIGINALIDAD.
- ENTUSIASMO Y DEDICACIÓN POR PARTE DE LOS ORGANIZADORES.

OBJETIVOS:

- * Convencer a nuestro público objetivo de lo práctico e interesante que es nuestro servicio. Una vez que prueben nuestro servicio esto estará conseguida en gran parte.
- * Obtener/captar el mayor número de clientes posibles.
- * Conseguir cubrir gastos y a ser posible obtener beneficios en este primer año, con el fin de estos últimos invertirlos en la empresa, y más adelante poder ampliar su zona de influencia y sus servicios.
- * Conseguir fidelizar a la clientela.
- * Darnos a conocer lo máximo y en el menor tiempo posible.

ESTRATEGIAS Y TACTICAS:

Con el fin de alcanzar los objetivos fijados por la empresa, se establecen una serie de caminos para alcanzar estas metas.

*** POLITICAS DE COMUNICACIÓN:**

La comunicación o promoción es la unión o el conjunto de fuerzas de la empresa, con un fin único, darse a conocer. Que el cliente sepa quién es y en qué consiste esta empresa.

El objetivo planteado por la empresa en este primer año, es darse a conocer tanto al cliente, como a la competencia existente. Que la gente, o sea nuestro público en general conozca este servicio innovador, y tenga una imagen de la empresa de calidad, atención y buen servicio al cliente.

Para todas las acciones encaminadas a alcanzar estos objetivos, hemos diseñado un eslogan. Con el fin del que el cliente llegue a identificarse con la empresa y su eslogan y a la vez lo relacione con lo anteriormente nombrado: calidad, atención, buen servicio... Este eslogan será usado en todas las actividades que la empresa realice en el campo de la comunicación. (Mk. Directo, RRPP...)

ESTRATEGIAS:

Las estrategias que se utilizarán serán las siguientes:

MK Directo:

Mediante un sistema interactivo, DE TAPAS POR MADRID, tratará de darse a conocer. Dirigiremos nuestra información personalizada a Agencias de Viajes, Hoteles, Empresas... con el fin de dar a conocer nuestro servicio. Y en el caso de las Agencias de Viajes que puedan recomendarnos a sus diferentes clientes (acción

de prescriptores). El por qué de las empresas, porque podía darse la posibilidad de preparar comidas de negocios.

Publicidad:

Dado lo limitado del presupuesto, intentaremos que los métodos que empleemos sean aquellos que lleguen a mayor cantidad de público posible. Esto no descarta que se pudiese emplear alguna partida del presupuesto para desarrollar alguna actividad de tipo especial con algún sector de nuestro público.

En el campo de la publicidad, nuestro proyecto dispone de una ventaja, que el mismo autobús nos sirve como soporte publicitario, al estar circulando por diferentes puntos de la ciudad, dando la oportunidad al cliente de conocer el servicio más de cerca.

Las principales acciones que llevaríamos a cabo serían las siguientes:

- * Publicación de dípticos.
- * Inserciones esporádicas en prensa.
- * Mailings

Promociones:

Ocasionalmente se ofrecerán descuentos o promociones a nuestros clientes, según la evolución de la demanda y el mercado.

Comunicación interna:

Es de todos conocido que la comunicación entre la dirección de la empresa y sus empleados hace mucho a favor del buen transcurrir de la empresa. Esto es lo que en nuestro proyecto pretendemos llevar a cabo, el tener relación directa con nuestros empleados, porque en definitiva ellos son los que mayor contacto tienen con los clientes, los que mejor llegan a conocerlos y los que conocen mejor sus necesidades.

Que los integrantes de la empresa tengan un conocimiento pleno de lo que en ella sucede. Que los empleados se sientan partícipes de las acciones que se lleven a cabo y estén motivados en su trabajo. Que tengan contacto directo con la dirección con el fin de que puedan comentar con ellos cualquier incidente y darle una solución lo más rápido posible.

TACTICAS:

Todas estas acciones deben de complementarse entre si, estar solapadas, con el fin de alcanzar los objetivos determinados y ser eficaces en su consecución.

MK Directo:

Los clientes potenciales de nuestro servicio, como por ejemplo podrían ser empresas o agencias de viajes, recibirán una carta personalizada de presentación, y díptico exponiendo todos los servicios que se ofrecen, descuentos especiales para cada caso, aparte de una dirección y un teléfono con el cual contactar y obtener mayor información si fuese necesario.

Envío de invitaciones personalizadas para la fiesta de inauguración, con el fin de que la gente invitada hagan función /acción de prescriptores de nuestro servicio. Con esta acción se persiguen dos objetivos: afluencia de

público y obtener alguna financiación por parte de alguna empresa que estuviese interesada en invertir en el proyecto.

Se intentaría atraer la atención de empresas líderes en los sectores de alimentación con el fin de promocionar alguno de sus productos y así obtener nosotros un conocimiento mayor por parte del público gracias a esas determinadas marcas.

Publicidad:

Ya hemos dicho anteriormente que la partida de presupuesto que se destinará a publicidad es muy reducida. Los medios que emplearemos en esta actividad serán los siguientes:

a.– Inserciones de publicidad en prensa escrita.

b.– Dúpticos divulgativos.

Estas dos serán las dos actividades más importantes que desarrollemos en este campo.

a.– Inserciones en publicidad: hemos pensado que estas inserciones se hagan en revistas como, Metrópoli (suplemento que se entrega los viernes a los clientes con la compra del periódico El Mundo), o como podría ser la Guía del Ocio (revista que reúne toda la información de locales, fiestas... que suceden en Madrid).

Creemos que anunciándonos en estas revistas es donde podemos encontrar el público objetivo de nuestro producto.

Las dimensiones del anuncio serían para la Guía del Ocio de la dimensión exacta de la página, o sea que nuestro anuncio cubriría en su totalidad la página. Y en cuanto a la revista Metrópoli las dimensiones del anuncio cubrirían solo la mitad de la hoja. La frecuencia con la que nos anunciaríamos viene detallada en el cronograma, unas páginas más adelante.

b.– Dúpticos divulgativos: dúpticos los cuales reúnen la mayor información posible de la empresa. Se harán en policromía, y en sí el diseño del mismo se divide en tres partes:

DIFERENTES PARTES DEL DIPTICO:

Portada: la portada contiene lo siguiente:

- Logotipo: imagen de la Fuente de la Cibeles.
- Nombre de la empresa: De Tapas por Madrid
- Eslogan: DESCUBRA MADRID CON DOS SENTIDOS

Páginas interiores:

- Presentación de la empresa.
- Rutas que hace el autobús (gráfico)
- Tarifas de sus servicios.

Contra portada:

- Teléfono de contacto gratuito/ nº de fax.
- Domicilio social.
- Dirección en Internet.

Aparte de estas dos acciones publicitarias, se pretende llevar a cabo otras acciones especiales pero más enfocadas a aquellos clientes habituales o a la gente que ya conoce nuestro servicio, como pueden ser:

- * Promociones en primavera, verano y Navidad. Lo que se pretende es que la empresa aproveche el tirón que tienen estas temporadas para atraer más el consumo del público. En cada una de las diferentes épocas se harán ofertas especiales, precios o descuentos... Si se consiguiese el patrocinio por parte de alguna marca este sería el momento para hacer ese tipo de acciones.

- * Creación de una Página Web, la cual contenga toda la información posible acerca de la empresa. Reunirá información tal como las rutas turísticas que sigue el autobús, tarifa de precios, descuentos...

- * Tarjeta de socio: pretendemos crear una tarjeta a nuestros socios, la cual presentándola en el establecimiento permita al cliente aprovecharse de las ventajas que hubiese fijado la empresa en cuanto a descuentos, promociones, ofertas

MODELOS DE CARTAS E INVITACIONES:

A continuación mostramos los diferentes modelos de cartas e invitaciones que enviaremos a nuestros clientes, siempre que emprendamos una acción de comunicación. La empresa pretende tener un contacto directo con sus clientes más habituales, esto se intentará conseguir una vez que tengamos los datos correspondientes a cada cliente.

Las cartas e invitaciones están personalizadas con el fin de que el cliente sienta que se le trata de una manera afectiva, como si formase parte de la empresa. Queremos que se sienta parte de ella, con el fin de que llegado el momento que pudiesemos requerir su ayuda no dudase en brindarnosla. En cuanto a la ayuda nos referimos, a cualquier acción que emprenda la empresa de recabar información y se requiera la opinión de los clientes. Los clientes son los cimientos de nuestra empresa por tanto debemos mimarlos y nunca defraudarlos.

Madrid, 23 de marzo de 1.998

Muy Señores míos,

A través de la presente, me dirijo a ustedes con la intención de hacerles partícipes de nuestro nuevo servicio:

De Tapas por Madrid, S.L; oferta una nueva visión de conocer la capital de España, intentando conquistar a nuestros clientes a través de su estómago. Este innovador servicio se dedicará a hacer rutas turísticas por Madrid en un moderno autobús de dos plantas, que lleva incorporado un restaurante gracias al cual podrán disfrutar de la exquisita cocina Madrileña.

Con la intención de que su empresa pueda beneficiarse de nuestros descuentos y ofertas para profesionales, les conmino a reunirse con nuestro Director Comercial, a fin de llegar a establecer lazos comerciales.

Sin otro particular, más que agradeciéndoles el interés mostrado me despido de ustedes.

Atentamente,

Pablo Loredó

Dto. Marketing

Madrid , 23 de marzo de 1998

Estimado cliente:

Me pongo en contacto con usted para ponerle al corriente de un revolucionario servicio turístico–apetitoso.

El por qué es bien fácil, se trata de algo novedoso, pionero en el sector:

Una nueva forma de disfrutar de Madrid, de conocer su guía turística y su guía gastronómica, montados en un moderno autocar de dos pisos a través del cual la ciudad adopta un aspecto diferente.

Si quiere conocer más, acerca de este nuevo servicio rellene el recortable que le adjuntamos y prepárese para descubrir Madrid.

Nombre y Apellidos: _____

Dirección: _____

Teléfono: _____ C.P.: _____ Ciudad: _____

Aficiones: _____

Modelo de tarjeta de socio

De esta foma, serán los carnets de socio para aquellas personas que nos lo soliciten, y para los clientes V.I.P. Se les entregará una solicitud a cada socio, con el fin de poder crear una base de datos, en la que tener recogidos todos los datos de cada uno de nuestros clientes, y poder hacerles llegar cualquier tipo de información relacionada con la empresa

Modelo de invitación

La empresa tiene proyectado organizar una fiesta de inauguración del servicio, esta fiesta en primer lugar se celebrará en un hotel de la capital en el que se invitará a un cocktail a los asistentes, en ese mismo hotel se les informará de todas las posibilidades que ofrece este servicio y seguidamente se pasaría a visitar el producto, que estaría aparcado en las inmediaciones del hotel.

Se muestra a continuación el modelo de tarjeta de invitación a la inauguración que se entregaría a cada invitado.

CRONOGRAMA

Como hemos dicho anteriormente la empresa tiene la idea que todas sus acciones esten solapadas con el fin de obtener un efecto sinérgico y con ello el mejor resultado.

A continuación se detalla en que fechas se harán las acciones que hemos comentado anteriormente.

AÑO: 1999

Envío de mailings a las empresas.....Lunes, 1 Marzo

Envío de mailings a posibles clientes.....Lunes, 8 Marzo

Control de respuesta.....Lunes, 22 Marzo

Comienzo buzoneo, panfletos.....Lunes, 22 Marzo

Mailing para el Cocktail.....Jueves, 25 Marzo

Anuncios en prensa.....26 Marzo-4 Abril

Cocktail de presentación.....Viernes, 3 Abril

Inauguración del servicio.....Sábado, 4 Abril

PREVISION DE VENTAS:

Para calcular el volumen de ventas que podría conseguir nuestro proyecto, nos basaremos a la hora de calcularlo en la siguiente formula:

Calcularemos las ventas diarias de la siguiente manera, haremos una estimación de las ventas máximas de la empresa, estas ventas máximas de la empresa, se las sumaremos a las ventas normales que calculamos que el proyecto podría tener y lo multiplicaríamos por cuatro, todo esto a su vez le sumaríamos las ventas mínimas diarias del proyecto. El resultado de todo lo que nos de iría dividido por 6; el resultado de esta operación daría las ventas diarias del proyecto. Si quisiésemos calcular las ventas mensuales pues lo multiplicaríamos por 24 días laborables que vendría a tener el mes, dado que trabajamos 6 días a la semana. Y si el resultado de esto lo multiplicamos por 12 meses nos daría las ventas totales anuales.

Por consiguiente:

En nuestro proyecto calculamos que podríamos tener unas ventas mínimas diarias de unas 30.000ptas, podríamos tener unas ventas normales de unas 120.000ptas/ diarias, y unas ventas máximas de unas 350.000 ptas. El resultado de esta operación nos viene a dar:

Nos da que tendríamos unas ventas diarias de unas 143.333ptas, si esta cantidad la multiplicásemos por 24 días laborables que más o menos vendría a tener un mes pues el resultado es el siguiente:

Ventas diarias: 143.333ptas

Ventas mensuales: $143.333 * 24 \text{ días} = 3.440.000\text{ptas}$

Ventas anuales: $3.440.000 * 12 \text{ meses} = 41.280.000 \text{ ptas.}$

Estas ventas podríamos dividir las en meses, es decir según el tanto por ciento en ventas que nosotros creamos que puede conseguir ese mes, pues aplicarle su correspondiente cantidad en dinero.

Enero: tendría un 3% en ventas = 1.238.400ptas

Febrero: tendría un 4% en ventas = 1.651.200ptas

Marzo: tendría un 7% en ventas = 2.889.600ptas

Abril: tendría un 8% en ventas = 3.302.400ptas

Mayo: tendría un 12% en ventas = 4.953.600ptas

Junio: tendría un 5% en ventas = 2.064.000ptas

Julio: tendría un 17% en ventas = 7.017.600ptas

Agosto: tendría un 10% en ventas = 4.128.000ptas

Septiembre: tendría un 17% en ventas = 7.017.600ptas

Octubre: tendría un 5% en ventas = 2.064.000ptas.

Noviembre: tendría un 7% en ventas = 2.889.600ptas.

Diciembre: tendría un 5% en ventas = 2.064.000ptas

CRITERIOS DE LOCALIZACIÓN:

En cuanto a la localización, nuestra empresa no requiere de un local cara al público, será suficiente para nuestra organización disponer únicamente de un despacho desde el cual organizar todas nuestras actividades y llevar un control exhaustivo de nuestra empresa, además de ser el lugar en el cual se encuentre el teléfono de atención al cliente, y donde poder atender a los mismos.

El esquema en rasgos generales del despacho que necesitaríamos para llevar a cabo nuestras actividades sería el siguiente:

Requeriríamos de una habitación de unos 20m², la cual dispusiese de una ventana al exterior, con el fin que entrase luz natural desde la calle.

Instalaríamos una mesa de trabajo de las dimensiones suficientes para que en ella se puedan instalar:

- Un ordenador: con el que poder trabajar y almacenar toda la información que necesitemos.
- Agenda de trabajo: en la cual poder anotar todas las citas y actividades que se deban hacer. Según dice Ignacio Pérez, director de Hay Training vale más un pequeño lapicero que una memoria de elefante.
- Todo tipo de material de papelería: en el que encontraríamos desde los bolígrafos, lapiceros hasta las carpetas en las cuales guardar los documentos.
- Mesa supletoria: en ella se deben encontrar los elementos necesarios, pero aquellos que no deben desviar nuestra atención mientras que estemos trabajando. Situaríamos en ella:

Teléfono: uno de los medios que más vamos a emplear en nuestro trabajo, ya que tendremos una línea de atención al cliente. Aparte de poder recibir llamadas solicitando nuestros servicios.

Fax: con el cual poder mandar y recibirlos.

Calendario: ayudará a la hora de concertar citas con los clientes, o también a la hora de hablar con nuestros proveedores...

Reloj: herramienta necesaria para organizar nuestro trabajo, dando a cada tarea un tiempo de ejecución.

Soporte: para la información en papel que llegue. Se depositarán en él todos los papeles que se reciban para

chequearlos– y tirarlos o archivarlos–.

Sillas: mejor giratoria para poder permitir movernos con comodidad, y ergonómica, para poder permitir una postura adecuada. A parte de las nuestras necesarias para el trabajo, requeriríamos de otras dos para los posibles clientes que nos visiten.

Estantería: en ella deben de estar todos los documentos relacionados con la empresa. Libros o cualquier otro tipo de información.

Una planta: alegrará el despacho, ayudará a respirar mucho mejor y ayudará a relajarse.

Una papelería: debe de ser grande, ya que uno de los secretos de la organización es saber tirar todo lo que no necesitemos en ese momento.

Este en definitiva y a grosso modo sería el material que necesitaríamos para llegar a montar nuestra oficina en la cual atender a nuestros posibles clientes.

No requeriríamos el alquiler de ningún local, en un principio se montaría en una habitación de una de nuestras casas, en concreto en la de Pablo Loredó, llegado el caso, si la empresa empezase a obtener beneficios y las cosas fueran bien, pues se barajaría la posibilidad de adquirir un establecimiento tal vez cara al público, o sea un local comercial.

Lo único que correría por nuestra cuenta en cuanto a gastos se refiere, sería todo los costes relacionados con el teléfono, fax, parte del coste en electricidad, los costes producidos por Internet.

POLÍTICA DE PERSONAL:

PRINCIPIOS O POLÍTICAS GENERALES CON SUS EMPLEADOS:

La empresa quiere, sin hacer discriminación de raza, credo, nacionalidad, edad, sexo o impedimentos físicos, que no vayan en contra de la realización o la salud general:

1. – Contratar empleados de buen carácter, actitudes y con una educación, como mínimo, correspondiente a enseñanza media o equivalente.
2. – Cubrir las vacantes superiores desde dentro de la Empresa, siempre que sea posible.
3. – Promocionar de acuerdo con la habilidad, productividad y experiencia y no sólo la antigüedad de la empresa.
4. – Proporcionar entrenamiento en el trabajo y oportunidades de formación para ayudar a los empleados a realizar mejor sus tareas y prepararles para promoción.

La empresa quiere en contrapartida del cumplimiento por los empleados de sus responsabilidades, como se indica luego:

1. – Pagar una retribución honesta y justa, comparable a la que reciben otros por análogo trabajo.
2. – Aumentar periódicamente la retribución, si se merece por una mejor productividad o actuación.

La empresa quiere proporcionar:

1. – Seguridad en el trabajo, en la mayor extensión posible, sujeta a una continua actuación satisfactoria y a la adhesión a las normas de trabajo de la Empresa.
- 2.– Un programa de beneficios sociales, completo y moderno.
- 3.– Condiciones y prácticas de trabajo seguras y, en la medida de lo posible, agradables.
- 4.– Oportunidad para que los empleados lleguen a ser accionistas de la Empresa.

La empresa quiere negociar noble y realísticamente con los representantes sindicales de los empleados.

La Empresa quiere administrar de forma justa, equitativa y firme, la disciplina para todos los empleados.

La Empresa quiere:

- 1.– Promover un clima de trabajo en el que todos los empleados comprendan y acepten los objetivos de la Empresa y las decisiones directivas y se hallen motivados para alcanzarlos e implantarlos con un totalmente coordinado esfuerzo de equipo.
- 2.– Mantener informados a los empleados sobre temas de interés para ellos, referentes a sus tareas, la Empresa, sus servicios.
- 3.– Esforzarse en merecer el orgullo de todos los empleados con relación a la Empresa, su dirección y sus políticas.
- 4.– Disponer de directivos capaces y bien entrenados a todos los niveles, a la vez con relación a los individuos y a la necesidad de realizar el trabajo adecuado, económicamente y con seguridad.
- 5.– Ofrecer a sus directivos una buena estructura de organización y funciones claramente definidas.
- 6.– Delegar autoridad hasta el punto más próximo al de la acción.
- 7.– Alentar la confianza en si mismo, la creatividad, la iniciativa y la toma de decisiones.
- 8.– Instar a los directivos a discutir libremente asuntos con sus subordinados y alentar a los empleados a considerar libres para discutir problemas con sus superiores.
- 9.– Alentar la investigación de nuevos y más eficaces medios de conducir la Empresa, de reducir costos, aumentar la productividad y liberar a la mano de obra de las tareas más penosas y llevarla a otras más interesantes y mejor pagadas.
- 10.– Esforzarse a utilizar a cada empleado en el trabajo adecuado a su máxima capacidad a largo plazo.
- 11.– Informar a cada empleado sobre lo que se espera de él y cómo lo va realizando.

La Empresa quiere esperar de cada empleado que:

- 1.– Realice un justo trabajo diario por una justa retribución diaria.
- 2.– Esté dispuesto a sugerir mejoras y adaptarse a los cambios.
- 3.– Sostenga los más altos niveles de integridad.

- 4.- Sea leal, apoyando los objetivos y políticas de la Empresa.
- 5.- Sea un embajador de buena voluntad de la Empresa, atento y cortés en todos los contactos con los clientes y el público.
- 6.- Sea entusiasta del negocio de la Empresa y lo promueva diligentemente.
- 7.- Utilice adecuadamente el equipo de seguridad de la Empresa recomendado, para su seguridad personal y para la de sus compañeros y público en general.
- 8.- Sea un buen ciudadano y participe a su elección en actividades comunitarias, con respecto a las políticas de la Empresa.

PERSONAL A CONTRATAR:

Una vez definidos los principios con los que trataremos a nuestros empleados, debemos definir que tipo de empleados vamos a contratar y de donde conseguiremos ese tipo de personal, necesario para nuestro negocio.

Pues bien, hemos pensado que nuestro servicio requiere la asistencia de 4 camareros o camareras los cuales sepan en que consiste el negocio. Estos cuatro camareros/as atenderán tanto la planta de arriba como la de abajo. Dos en cada una de ellas. El autobús dispondrá de dos barras, una en cada planta y en cada una de ellas habrá un camarero/a constantemente. Los otros dos empleados son los que estarán sirviendo las mesas.

De momento solo necesitaremos de estos cuatro empleados en cuanto a servicio de comidas y atención de barras se refiere, dado que se hará una jornada laboral de ocho horas con el fin de solo tener un equipo y no meternos en más gastos, una vez conocida la demanda de nuestro servicio, si viesemos necesario ampliar el horario del servicio pues se plantearía ampliar la plantilla de empleados. El horario de servicio pensado es el siguiente:

Horario de comidas o tapeo: De 12:00 h a 16:00 h.

Horario nocturno: De 21:00 h a 1:00 h.

(De Lunes a Sábado)

Pensamos hacer el tipo de contrato más económico posible para la empresa, lo que se viene a denominar contrato basura en caso de poder hacerlo. No obstante este personal se conseguirá poniendo una serie de anuncios en la Escuela de Hostelería de Madrid, se hará una selección entre las personas que soliciten las plazas, y de este modo lo que se refiere a personal de camareros estaría cubierto.

Requerimos de un conductor para el autobús, el cual tendrá esta única función conducir el autobús por las diferentes rutas marcadas por la Dirección.

Un guía turístico, la labor por parte de este empleado es bien clara, indicar en todo momento a los clientes que es aquello que están viendo. Para encontrar a este empleado/a nos dirigiremos a la Escuela de Turismo de Madrid o a la Oficina del INEM. Con el fin de encontrar una persona capaz de hablar inglés y francés aparte por supuesto de español, y el cual tenga un conocimiento claro de la ciudad.

Un cocinero, este empleado al igual que los camareros iremos a la escuela de Hostelería de Madrid a fin de encontrar uno de las características deseadas.

No requeriríamos contratar a cajeros/as los mismos camareros se encargarian de estas labores.

Los sueldos de cada empleo serán presentados en el presupuesto financiero, parte siguiente de este trabajo.

ESTATUTOS –TIPO DE SOCIEDAD

ACTO FUNCIONAL:

Nº 19998

En Madrid a 25 de Febrero de 1998.

Ante mí, Don Santiago Arauz de Robles, notario del Ilustre Colegio de esta ciudad, con residencia en Madrid.

COMPARECEN.

Don Pablo Loredó Vázquez, nacido el 17 de Junio de 1975,

con nacionalidad española y domiciliado en Madrid, c/Altamirano,48

Don José María Martín Royo, nacido el 29 de Julio de 1975, con nacionalidad española y domiciliado en Madrid,C/ Sandoval 10.

DISPOSICIONES.

PRIMERA:

Constitución. Los señores comparecientes, constituyen en este acto, una sociedad limitada, de nacionalidad española y con denominación De Tapas por Madrid. Sociedad Limitada, cuyo objetivo, duración, capital, domicilio y demás menciones resultan en los Estatutos que me entregan y que han leído en mi presencia por sí mismos, los aprueban, firman al final de ellos, y los elevan a Escritura Pública, quedando unidos a esta matriz.

SEGUNDA:

Capital Social. El Capital Social es de 500.000 pts representado por 500 participaciones iguales, de 1000 pts de valor nominal cada una de ellas, numeradas correlativamente del 1 al 500, ambos inclusive.

TERCERA:

Suscripción y desembolso de acciones. Las 500 participaciones representadas del Capital Social, están suscritas y desembolsadas totalmente en la forma y proporción siguientes:

Don Pablo Loredó Vázquez, suscribe 250 participaciones numeradas del 1 al 250, ambos inclusive por un valor de 1000 pts cada una.

Don José María Martín Royo, suscribe 250 participaciones numeradas del 251 al 500, ambos inclusive por un valor de 1000 pts cada una.

Los sujetos intervinientes me justifican sus respectivos desembolsos mediante exhibición y entrega de resguardo de ingresos a nombre de la sociedad en el Deutsche Bank, sucursal 36 cuenta corriente 2453, nº 004524, cuyo documento uno a esta matriz.

Fijan como cuantía total aproximada de los gastos de constitución a la de 25.000 pts de las que hasta ahora se han satisfecho 15.000 pts.

CUARTA:

Al tratarse de una sociedad que es elegida por solo dos socios, dicha Sociedad Limitada no necesitará el nombramiento del consejo. Quedando la sociedad bajo mando de un Administrador Único que recaerá en la persona de Don Francisco Torres Martín.

Dicho Señor acepta los cargos para el que ha sido nombrado y toma posesión del mismo, manifestando que no le alcanza las incompatibilidades establecidas de la ley 25/1983 26 de diciembre de Ley de Sociedades Limitadas y demás aplicables.

QUINTA:

Los señores comparecientes como únicos socios de la Sociedad aquí constituida, confieren poder en este acto a favor del administrador único de la Sociedad, Don Francisco Torres Martín, para que pueda subsanar la presente escritura y los estatutos unidos a ella, siempre que esta subsanación, se limite a aceptar las modificaciones que suponga la calificación verbal o escrita del Señor registrador mercantil.

SEXTA:

Los comparecientes aceptan esta escritura y sus efectos y me acreditan la inexistencia de otra Sociedad con denominación igual a la que se ha constituido ahora mediante el oportuno certificado del Registro Mercantil Central.

OTORGAMIENTO Y AUTORIZACIÓN.

Hago las reservas y advertencias legales, en especial las fiscales y las del artículo 82 del reglamento del Registro Mercantil.

Permito a los comparecientes la lectura por sí mismo de esta escritura, y enterados, la otorgan y firman en un acto.

De ello y de lo demás contenido en este instrumento público, yo el notario doy fe.

TÍTULO I: SOBRE LA DENOMINACIÓN, OBJETIVO, DOMICILIO Y DURACIÓN.

ARTÍCULO 1º:

Con la denominación De Tapas por Madrid queda constituida la Sociedad Limitada, que estará regida por los presentes Estatutos y lo en ellos no regulado lo será por las disposiciones de la Ley de Sociedades de Responsabilidad Limitada.

ARTICULO 2º:

La Sociedad Limitada tendrá como domicilio social la c/ Altamirano de Madrid.

ARTICULO 3º:

La sociedad tendrá por objetivo:

Explotación de servicio turístico y hostelería.

ARTICULO 4º:

La duración de la Sociedad a lo largo del tiempo será indefinida, siendo el día de comienzo de las actividades el que se fije la escritura fundacional.

TÍTULO II: DEL CAPITAL SOCIAL.

ARTICULO 5º:

El capital social de la Sociedad será de quinientas mil pesetas, dividido en participaciones iguales, indivisibles y acumulables, de mil pesetas valor nominal de cada una de ellas.

ARTICULO 6º:

La transmisión de participaciones sociales a personas extrañas a la Sociedad podrá ser de dos maneras.

a.- Transmisión intervivos.

b.- Transmisión mortiscausa.

a.- Para la transmisión intervivos, deberá ser comunicado por escrito al administrador, quién lo notificará a los socios en un plazo máximo de quince días.

Dicha transmisión llevará las siguientes condiciones:

1. - Los socios podrán optar a la compra durante los 30 días siguientes al de la notificación.

2. - En el caso de no ejercer su derecho ninguno de los socios, el socio vendedor quedará libre para transmitir sus participaciones sociales en la Forma y Modo que tenga por conveniente.

b.- En el caso de adquisición de participaciones sociales por sucesión hereditaria, se confiere al heredero o legatario del fallecido la condición de socio. En el caso de no existir herederos, tendrán derecho los restantes socios a adquirir las participaciones dentro de un plazo de tres meses a contar desde el día de la función.

ARTICULO 7º:

En el caso de existir una participación social que pertenezca a varias personas, deberán designar la que haya de ejercitar los dichos y cumplir las obligaciones como poseedor de una participación.

TÍTULO III: SOBRE EL GOBIERNO Y LA ADMINISTRACIÓN DE LA SOCIEDAD.

ARTICULO 8º:

Administración de la Sociedad quedará a cargo del administrador.

ARTICULO 9º:

El administrador representará a la sociedad en todo momento, ha de ser mayor de edad. Debiendo estar en el registro mercantil correspondiente, y habiendo sido designado por la junta general.

Al administrador corresponderá las siguientes funciones:

Resolver toda clase de contratos en nombre de la sociedad ante cualquier entidad o persona, ya sea física o jurídica.

Abrir, liquidar y cerrar cuentas corrientes.

Verificar cualquier tipo de operaciones con letras de cambio, cheque, talones y libranzas.

Será responsable de los daños y perjuicios que pudiesen generar los intereses de la sociedad.

ARTICULO 10°:

La duración del cargo de administrador será de un plazo de diez años. Pudiendo ser retirado de su cargo en cualquier momento por la Junta.

ARTICULO 11°:

Para ser nombrado administrador habrá de ser respaldado por un número de socios, que representen, al menos la mayoría de ellos y las dos terceras partes del capital social.

ARTICULO 12°:

La Sociedad será regida por la voluntad de los socios, la cual será expresada en mayoría. Que habrá de formarse en Junta General.

ARTICULO 13°:

El administrador convocará la Junta General de Socios, avisando por carta certificada, a todos los socios con una antelación de 15 días a la celebración de dicha Junta.

También el administrador convocará junta, cuando así lo sugiere una parte de los socios que represente una décima parte del capital.

ARTICULO 14°:

La celebración de la Junta General de Socios se realizará, por lo menos, una vez al año, para determinar las cuentas del ejercicio anterior y la aplicación de los resultados, así como para tomar las medidas necesarias ante la marcha general de la sociedad.

ARTICULO 15°:

La Junta podrá quedar constituida, sin ser necesario convocarla, si al estar reunidos todos los socios y por propuesta de alguno de ellos, decidieran, por unanimidad celebrarla.

ARTICULO 16°:

La Junta de Socios tomará las decisiones por mayoría, entendiendo por ello cuando se vote a favor de acuerdo un número de socios que represente más de la mitad del capital social.

ARTICULO 17°:

La Junta General de Socios llevará a cabo la modificación de Estatutos, en cumplimiento de los siguientes requisitos:

A.- Se deberá elaborar un informe escrito, por el administrador o de los socios de que parta la propuesta de modificación, en el que se fundamenta dicha iniciativa.

B.- Que en el anuncio de convocatoria a la junta en el que se vaya a decidir la modificación propuesta, se exprese con suficiente claridad los puntos que se pretenden modificar.

C.- Que se ponga de manifiesto el derecho que asiste a los socios de examinar por si mismos y en el domicilio social, el informe elaborado por los que piden la modificación, y así mismo, el derecho que los asiste a que se les envíe gratuitamente ese informe.

D.- Que el acuerdo de modificación se adopte en conformidad al artículo 103 que establece determinar un quórum reforzado de asistencia para la aprobación de determinados acuerdos.

E.- La modificación se hará constar en escritura pública, que se inscribirá en el Registro Mercantil.

TÍTULO IV: SOBRE LOS EJERCICIOS SOCIALES, RESULTADOS Y CUENTAS.

ARTICULO 18:

El ejercicio social será anual y condicionará con el año natural, comenzando el día uno de Enero y terminado el treinta y uno de Diciembre de cada año.

ARTICULO 19°:

El balance de la cuenta de pérdidas y de ganancias será realizado por el administrador, en un plazo máximo de tres meses, empezando a contar a partir del cierre del ejercicio social.

ARTICULO 20°:

Para la distribución de beneficios se aplicará lo expuesto en el artículo 19 y quedaran expuestos en el local social durante un período de diez días antes de la celebración de la Junta.

ARTICULO 21°:

Los beneficios, si los hubiese, se repartirán en proporción correspondiente a las participaciones sociales de cada socio. Habiendo sido quitada con anterioridad la cantidad destinada a reservas legales.

ARTICULO 22°:

El pago de los beneficios deberá realizarse por la sociedad, de conformidad a lo expuesto en la Junta General.

ARTICULO 23°:

Para aumentar o disminuir el capital social o para la transformación o fusión de la sociedad, será necesario que voten a favor del acuerdo un número de socios que represente a la mayoría de ellos a las dos terceras partes del capital. En caso de haber una segunda convocatoria bastarán las dos terceras partes del capital.

ARTICULO 24:

El capital social de la sociedad podrá ser aumentado a través de emisión de nuevos títulos o por aumento del valor nominal de las acciones ya existentes.

ARTICULO 25°:

El aumento del capital podrá llevarse a efecto y podrá consistir en aportaciones de dinero o de bienes teniendo

cada socio derecho a asumir una parte proporcional a su participación social.

ARTICULO 26°:

Para el caso de que se acuerde la reducción del capital social, podrá ser llevado a efecto mediante las rebajas del valor nominal de las participaciones ya existentes, su amortización y agrupación para canjearlas.

TÍTULO V: SOBRE LA DISOLUCIÓN Y LIQUIDACIÓN.

ARTICULO 27°:

La sociedad se disolverá, ya sea por:

a. – Causas legales.

b. – Causas estatutarias.

Las legales podrán ser por:

a. – Decisión adoptada en la Junta General.

b. – Finalización del plazo para el que fue establecido
legalmente.

c. – Consecuencia de imposibilidad manifiesta y
sobrevvenida de desarrollar el objetivo social.

d. – Pérdidas o por tener una cifra de capital por debajo
del mínimo establecido legalmente.

e. – Por fusión de sociedades.

ARTICULO 28°:

Para efectuar la liquidación de la sociedad la Junta General de Socios nombrará tres liquidadores, que tomarán sus acuerdos por mayoría.

ANEXOS

DEPARTAMENTO DE RECURSOS HUMANOS:

FUNCION:

Dirige las actividades de la empresa relacionadas con la preselección, reclutamiento, contratación, formación, promoción , control y gestión , seguridad e higiene, remuneraciones e incentivos y nóminas.

RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD:

1. – Participa dentro de las areas de su competencia (planificación,selección...), en los estudios sobre la

situación actual, puntos fuertes y débiles de la empresa, hipótesis de evolución y todos aquellos que se consideren preparatorios para los planes estratégicos.

2.- Define las áreas de actividad más importantes a largo plazo en la dirección de Recursos Humanos, proponiendo a planificación y organización, acciones concretas en estos campos.

3.- Colabora en la preparación de la normativa general para la planificación de la normativa a corto plazo en áreas de su competencia.

4.- Determina los objetivos, políticas y planes a corto plazo de la Dirección de Recursos Humanos de acuerdo con los objetivos y políticas generales de la empresa.

5.- Fórmula o recibe y recomienda para su aprobación propuestas de directrices sobre planificación, selección y formación, contratación y gestión y seguridad e higiene; dirige dichas directrices una vez aprobadas y lleva a cabo tales actividades para la empresa.

6.- Recoge, desarrolla, integra y establece definitivamente a nivel de Recursos Humanos y programas de las unidades bajo su mando, previa negociación.

7.- Propone los cambios de nivel en los puestos de su propia organización y colabora en las descripciones de las tareas y en la preparación de los manuales de la organización.

8.- Planifica, organiza, dirige y controla el conjunto de las actividades realizadas por las unidades de mando, de acuerdo con las políticas de dirección general, al objeto de conseguir la máxima productividad del personal a su cargo.

9.- Es responsable de la selección, formación y desarrollo del personal dentro de su área de competencia, proponiendo para los jefes de departamento y decidiendo para el resto del personal a su servicio ascensos, premios, sanciones y retribuciones en concordancia con las políticas generales de la empresa.

10.- Establece los horarios, vacaciones, permisos y fiestas del personal afecto a su dirección, de acuerdo con las políticas y directrices generales.

11.- Decide para su revisión, aprobación y recomendación las partidas del presupuesto anual de la dirección de Recursos Humanos y recomienda gastos extraordinarios e inversiones para el nuevo período presupuestario.

12.- Dirige y asegura las actividades burocráticas y de contratación del personal de acuerdo con las políticas determinadas al efecto por la dirección general.

13.- Define las necesidades de información de su propia dirección y para el control de gestión y es responsable de los datos a enviar.

14.- Recibe y lleva a cabo o manda ejecutar cualquier tipo de ordenes, estudios, trabajos o actividades procedentes de Dirección General.

15.- Intviene y realiza todas las operaciones referentes a las nóminas de todo el personal de la empresa, excepto de la Dirección General.

16.- Aprueba, supervisa o modifica la preselección del personal.

.

DEPARTAMENTO FINANCIERO:

FUNCIÓN

Dirige las actividades relacionadas con las funciones financieras de la empresa, la contabilidad, la planificación financiera y presupuestaria, la tesorería (pagos y cobros), las finanzas, los estudios económico-financieros y las inversiones.

RESPONSABILIDADES Y AUTORIDAD

1. – Participa dentro de las áreas de su competencia (económica-financiera, contabilidad, tesorería y financiación), en los estudios de la empresa, hipótesis de evolución y todos aquellos que consideren preparatorios para los planes estratégicos.
2. – Define las áreas de actividad más importantes a largo plazo en su Dirección, proponiendo a la Dirección General acciones concretas en estos campos.
3. – Colabora en la preparación de la normativa general para el establecimiento de la planificación a corto plazo en las áreas de su competencia.
4. – Propone los objetivos, políticas y planes financieros de acuerdo con los objetivos y política general de la empresa.
5. – Formula o recibe y recomienda para su aprobación, propuestas de directrices sobre presupuesto general y de inversiones, contabilidad, balances, cuentas de resultados, tesorería, dirige dichas directrices una vez aprobadas y lleva a cabo tales actividades para la empresa.
6. – Recoge, desarrolla, integra y establece definitivamente al nivel de su Dirección Financiera, los objetivos, estándares, planes y programas de las unidades bajo su mando y determina sus políticas y directrices.
7. – Propone los cambios de nivel en los puestos de su propia organización y colabora en descripciones de tareas y en la preparación de los Manuales de Organización.
8. – Establece y coopera los procedimientos, normas y sistemas de contabilidad general y analítica, balances, estados financieros y tesorería.
9. – Participa y coopera con los servicios implicados, Planificación y Control de Gestión, en la elaboración de los manuales de procedimiento de aquellas actividades y procesos que afecten simultáneamente a su Dirección y a otras Direcciones y Departamentos.
10. – Planifica, organiza, dirige y controla el conjunto de actividades realizadas por las unidades a su mando, de acuerdo con las políticas de la Dirección General, al objeto de conseguir la misma productividad del personal a su cargo.
11. – Selecciona y motiva al personal de su Dirección y facilita información a la Dirección de Recursos Humanos sobre la formación del personal a su cargo.
12. – Desarrolla políticas y directrices de personal dentro de su área de competencia, proponiendo para los jefes de Departamento y decidiendo para el resto del personal a su servicio ascensos, premios, sanciones y retribuciones en concordancia con las políticas y directrices generales.
13. – Establece los honorarios, vacaciones, permisos y fiestas del personal afecto a su Dirección a excepción

de las suyas propias, de acuerdo con las políticas y directrices generales.

14. – Recibe para su revisión, aprobación y recomendación las partidas del presupuesto anual de su Dirección y recomienda gastos extraordinarios e inversiones para el nuevo período presupuestario.

15. – Aplica los fondos consignados en el presupuesto anual aprobado y en su programa autorizado de gastos extraordinarios o de inversión y conforma el pago de los gastos de explotación e inmovilizaciones que no estén cubiertos por el presupuesto, no superiores a un valor que en cada período decidirá la Dirección General mediante un comunicado interior.

16. – Establece los controles operativos de las actividades de su Dirección y los sistemas de recogida de datos para asegurar su veracidad y envío en los plazos fijados al centro de proceso de datos.

17. – Define las necesidades de información de su propia Dirección para el Control de la Gestión.

18. – Recibe y lleva a cabo o manda ejecutar cualquier tipo de órdenes, estudios, trabajos o actividades procedentes de Dirección General.

PRINCIPIOS Y POLÍTICAS GENERALES CON EL PÚBLICO:

La Empresa quiere alentar y esforzarse en mantener un sentido de interés público. Para cumplir con estas responsabilidades hacia el público, se comportará como un buen ciudadano en todo, buscando medios de servir y merecer y gozar de la más alta estima del público.

La Empresa quiere:

- Mantener sus propiedades y equipos en buenas condiciones y buen aspecto.
- Planificar a largo plazo para que sus operaciones se realicen con el mínimo de inconveniencia para el público.
- Promover el desarrollo del área a que se sirve.
- Pagar la proporción justa de impuestos.
- Animar a sus empleados a ser líderes en las actividades comunitarias y cívicas, en la medida que lo permitan las políticas de la Empresa.
- Mantener informado al público de los problemas y logros de la Empresa que afecten a aquél.
- No actuar como partidistas, pero tomar partido en los problemas, cuando se vean seriamente afectados los intereses de la Empresa, sus accionistas, empleados o clientes.

MODELO DE ORGANIGRAMA DE LA EMPRESA

– A continuación mostramos en rasgos generales lo que vendría a ser el organigrama de empresa de nuestro proyecto. Pablo Loredó Vázquez y José María Martín Royo se encargarán principalmente de la supervisión general de los empleados de la empresa, de su dirección y contratación. Por otro lado necesitaremos formar un departamento de Administración, el cual se encargue de todo lo referente a la gestión de la empresa.

–Esta tarjeta no es válida sin la firma del titular;

–Es personal e intransferible;

–Es propiedad de De Tapas por Madrid, S.L. y debe ser devuelta a su requerimiento;

–El titular accederá con esta tarjeta a todas las ventajas de De Tapas por Madrid, S.L.

De Tapas por Madrid, S.L.

Firma

TARJETA DE SOCIO

Nombre:

Apellidos:

Dirección:

Ciudad:

NUMERO: 0000

FOTO

De tapas por Madrid empresa pionera en el sector turístico, tiene el placer de invitarles al cocktail de presentación que se celebrará el próximo día 15 en el Hotel Palace a las 21.30 horas.

En él se les informará de los novedosos servicios que nuestra empresa oferta invitándoles a descubrir Madrid a través de dos sentidos: La Vista y el Gusto

RRHH

–Azafatas;

–Conductor;

–Cocinero;

Administración

Pablo Loredó

DIRECCION

José M^a Martín

DIRECCION