

Karolina Tolcacova

Creació d'un hotel per a viatgers amb gossos a Bordils

TREBALL DE FI DE GRAU

dirigit pel Dr. Jordi Andreu Corbatón

Grau de Turisme



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

**Vila-seca
2018**

AGRAÏMENTS

El present treball de fi de grau ha pogut convertir-se en realitat gràcies a la implicació i ajuda incondicional d'un conjunt de persones.

En primer lloc, he d'agrair les indicacions i atenció del meu tutor del TFG, Jordi Andreu Corbatón, el qual al llarg d'aquest quadrimestre m'ha estat ajudant en l'elaboració del treball, així com resolvent tots els dubtes que li havia estat plantejant.

M'agradaria donar les gràcies a la meva família, especialment al meu pare i la meva mare, els quals han dedicat hores per compartir els seus coneixements i donar suport a l'execució d'aquest estudi, a més d'orientar-me durant tota la carrera i donar un enorme recolzament tant en l'àmbit professional com personal.

També agrair a totes les 60 persones que han col·laborat a l'hora de contestar les enquestes, aportant una informació de primera mà altament valuosa.

A més a més, donar les gràcies a l'empresa Quiprocalt per l'assessorament proporcionat en l'àmbit de la piscina i el control de legionel·la.

Per últim, és important ressaltar l'experiència professional que he anat adquirir al llarg dels tres estius treballant com a recepcionista a l'hotel Natura Park (Coma-ruga), aprenent nous conceptes teòrics i coneixements pràctics de la realitat hostalera de la mà del director i de tots els meus companys de feina, i aplicar-los en el present treball.

ABSTRACT

El present estudi es centra en la valoració de la viabilitat econòmica de l'hotel Bordils You&Dog, situat a Bordils (Girona). L'allotjament mencionat està orientat cap a viatgers amb gossos, no limitant-se a ser un hotel que admet mascotes, sinó que proporciona una oferta de serveis complerta per als clients i les seves mascotes. El seu objectiu és esdevenir líder a Catalunya a oferir aquest servei singular.

Els resultats del present treball han indicat que el primer i segon any el negoci presentaria un resultat de l'exercici negatiu degut a una major quantitat de despeses que d'ingressos. Però a partir del tercer any el resultat de l'exercici seria positiu, possibilitant la generació de beneficis i per tant esdevenint un projecte viable.

El presente estudio se centra en la valoración de la viabilidad económica del hotel Bordils You & Dog, situado en Bordils (Girona). Dicho alojamiento está orientado hacia viajeros con perros, no limitándose a ser un hotel que admite mascotas, sino que proporciona una oferta de servicios completa para los clientes y sus mascotas. Su objetivo es convertirse en líder en Cataluña en ofrecer este servicio singular.

Los resultados del presente trabajo han indicado que el primer y segundo año el negocio presentaría un resultado del ejercicio negativo debido a una mayor cantidad de gastos que de ingresos. Pero a partir del tercer año el resultado del ejercicio sería positivo, posibilitando la generación de beneficios y por tanto convirtiéndose en un proyecto viable.

The present study focuses on the evaluation of the economic viability of the hotel Bordils You & Dog, located in Bordils (Girona). This accommodation is designed for travellers with dogs, not limited to being just a hotel that allows pets, but providing a complete service for customers and their pets. Its objective is to become a leader in Catalonia in offering this unique service.

The results of this work have showed that the first and second year the hotel would present a negative profit due to a greater amount of expenses than income. But from the third year, this result would be positive, making the generation of benefits possible and therefore becoming a viable project.

ÍNDEX

1. Introducció	4
2. Marc teòric	5
3. Idea de negoci	11
3.1. Presentació del projecte	11
3.2. Equip emprenedor	11
3.3. Proposta de valor.....	12
3.4. Missió, visió i valors	13
4. Estudi de mercat.....	15
4.1. Anàlisi de l'entorn.....	15
4.2. Anàlisi de la competència	18
4.3. Anàlisi del mercat potencial	24
4.4. Anàlisi dels proveïdors	27
4.5. PORTER.....	28
4.6. DAFO	30
4.7. Treball de camp	31
5. Pla de màrqueting.....	35
5.1. Producte.....	35
5.2. Preu	38
5.3. Distribució	42
5.4. Promoció.....	43
6. Pla financer	45
6.1. Inversió inicial	45
6.2. Despeses fixes.....	46
6.3. Ingressos i costos mensuals previstos	48
6.4. Compte de resultats: resum a quatre anys	51
6.5. Pla de tresoreria.....	52
6.6. Balanç de situació.....	53
6.7. VAN i TIR	54
7. Conclusions	55
8. Bibliografia	56
9. Webgrafia.....	58
10. Annexos	63

1. Introducció

El present projecte té com a finalitat la demostració de la viabilitat de l'hotel rural de tres estrelles situat a Bordils (Girona), anomenat Bordils You&Dog. La figura societària escollida per a aquest és la de Societat Limitada Unipersonal, regulada pel Decret 1/2010 de la Ley de Sociedades de Capital. Tot i requerir disposar d'un capital d'almenys 3.006€, l'aportació de la sòcia i administradora única, jo mateixa, és de 100.000€.

L'hotel ha sigut llogat amb opció a compra a tres anys i gestionat per mi mateixa. S'ha decidit ubicar l'hotel a Bordils, un poble a 30km de Girona per la seva ubicació propera a aquesta ciutat turística, en haver-hi trobat una finca de segona mà, que anteriorment havia funcionat com a hotel de menor categoria. Així doncs, la seva obertura oficial es preveu per al 15 de març del 2019, per poder promocionar-se de cara a la Setmana Santa i abans de la temporada alta.

El present treball de fi de grau està estructurat en cinc grans blocs: el marc teòric, la idea de negoci, l'estudi de mercat, el pla de màrqueting i el pla financer. En primer lloc, en l'apartat del Marc teòric es desenvoluparà la contextualització de l'evolució del turisme de mascotes, el perfil del viatger de mascotes, els inconvenients i avantatges de tenir i viatger amb el gos i la importància que es dona al gos com a membre de la família avui a dia.

En l'apartat de la Idea de negoci s'introduirà el projecte i les seves característiques essencials, ressaltant la voluntat d'anar més enllà d'un mer hotel "pet-friendly"; s'aportaran dades sobre l'equip emprenedor del present projecte; i s'explicarà més en detall el negoci a través la proposta de valor i la missió, visió i valors de la companyia.

A continuació es durà a terme un estudi de mercat complet, incloent l'anàlisi de l'entorn de l'hotel, contextualitzant el terme municipal i provincial en l'àmbit econòmic i turístic; l'anàlisi de la competència, estudiant la situació actual dels competidors locals i regionals; l'anàlisi del target market, enfocant-se al perfil del viatger de gos a partir de les dades regionals i resultats de les investigacions pròpies; així com l'anàlisi dels proveïdors, comentant les aliances econòmiques que s'han establert amb tercers perquè l'hotel funcioni correctament i proporcioni tots els serveis necessaris per als seus clients. Tot això quedarà resumit en els apartats del PORTER i DAFO.

El següent bloc tractarà d'explicar l'estratègia de màrqueting emprada per l'hotel, consistint aquesta en el pla de màrqueting mix. Així doncs hi s'explicaran els serveis que ofereix l'hotel; els preus que ha establert per als clients; els canals de distribució utilitzats per tal de fer arribar el producte (habitacions) al mercat potencial; i també la promoció que s'utilitzarà amb l'objectiu de transmetre el servei singular ofert.

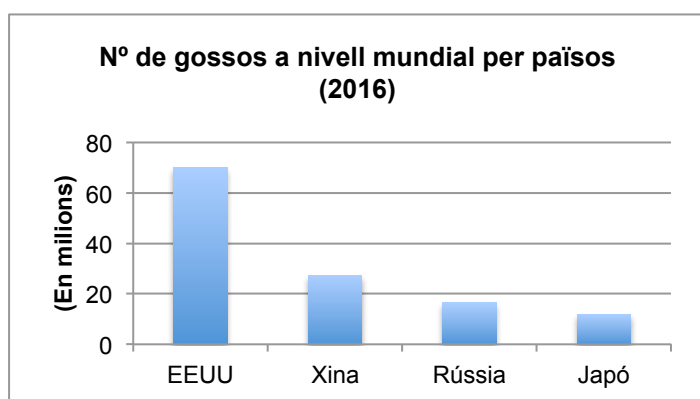
Per últim es presentarà el pla de viabilitat financera de l'hotel, en el qual quedaran reflectides xifres detallades de la inversió inicial, els ingressos i costos mensuals, les despeses fixes, resultats d'exercici dels primers tres anys i finalment el balanç de situació en els diferents moments. Aquest serà un dels apartats més rellevants del projecte degut a la seva vital importància a l'hora d'afirmar objectivament la viabilitat del negoci.

2. Marc teòric

Per començar és imprescindible situar el turisme de mascotes en el seu context actual amb l'objectiu de conèixer el potencial d'aquesta branca de turisme i poder aprofitar-la al màxim per al negoci. La finalitat d'aquest marc teòric, doncs, consisteix a conèixer les característiques dels principals mercats de turisme de gossos i el seu perfil de viatger.

D'aquesta manera, segons les estadístiques del FEDIAF (*The European Pet Food Industry*), els principals països en nombre de gossos a nivell mundial són EEUU, Xina, Rússia i Japó, tal i com es pot observar al Gràfic 1.

Gràfic 1 Nombre de gossos a nivell mundial per països (2016)

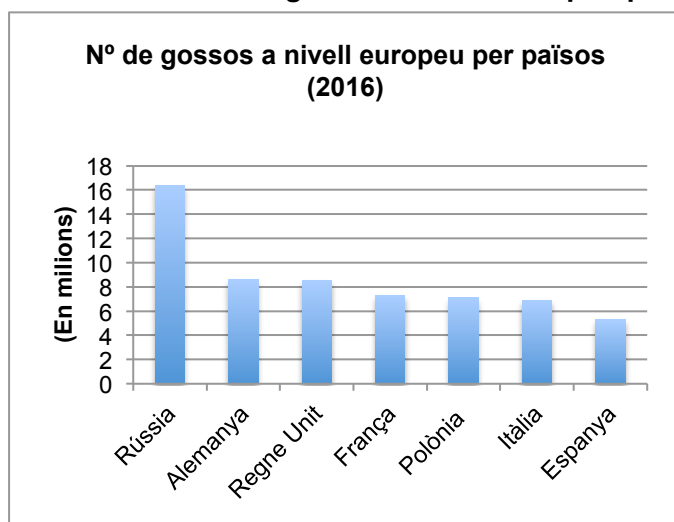


Font: elaboració pròpia a partir de les dades de FEDIAF, 2018

Mentre que en el cas dels països europeus, Rússia, Alemanya, Regne Unit, França, Polònia, Itàlia i, en la setèima posició, Espanya (veure Gràfic 2). En el seu conjunt, els països europeus aglutinen un total de 82 milions de gossos, sent la segona xifra més alta, seguida pel nombre de gats (100 milions).

Pel que fa al percentatge de llars que tenen gossos en diferents països, s'observa en el cas britànic la xifra se situa al voltant del 23% (PFMA, 2017), en el cas d'Alemanya, en el 25,8% (Ohr, 2014) i en el cas d'EEUU, en el 48% (APPA, 2018). El nombre mitjà de gossos per llar és d'aproximadament 1,49.

Gràfic 2 Nombre de gossos a nivell europeu per països (2016)



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de FEDIAF, 2018

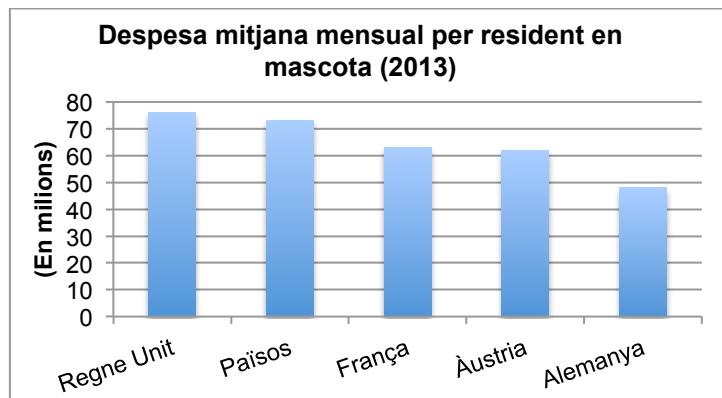
Cal argumentar que malgrat Rússia es destaca pel seu volum de gossos, aquest país no serà mercat objectiu de l'hotel, tot i no es descartar-se del tot, perquè una bona part d'aquestes mascotes es troben en una situació d'abandó degut als factors econòmics (cost que suposa mantenir una mascota) i a l'absència de polítiques governamentals més estrictes pel que fa a aquest abandonament¹.

¹ A Rússia no existeix cap estudi que faci un recompte del nombre de gossos ni d'altres animals abandonats, però segons les dades de 2012 només a Moscou n'hi havia entre 20 i 100 mil gossos sense amo.

Pel que fa als començaments de la indústria hospitalària “pet-friendly”, seria difícil assenyalar una data concreta, però es considera que va sorgir fa menys de 20 anys (respecte el 2018) amb motiu de la creixent tendència d’emportar-se la mascota de viatge (Afonso et al., 2008). D’aquesta manera, avui a dia el **mercat de mascotes és un mercat en creixement** a nivell internacional gràcies al creixement en el nombre de persones que viatgen amb mascotes, d’un increment d’allotjaments pet-friendly i al canvi en la **concepció de la mascota com a un membre més de la família** i no pas com un mer objecte passiu. Així mateix es tracta d’un mercat atractiu i lucratiu, sobretot en l’àmbit hostaler, que ofereix múltiples serveis i productes per a mascotes, i fins i tot poden indicar l’estatus en el cas de les capes socials més altes de la societat.

Analitzant les estadístiques referents a la despesa que fan els propietaris de gossos tant en els articles i serveis bàsics per a la mascota (pinso, vacunes, etc.) com en els de luxe mostren que hi ha un segment de mercat amb un fort potencial econòmic per a les empreses turístiques (Carr &Cohen, 2009). Això queda plasmat en les dades de l’ocupació relacionada directament i indirectament amb la indústria de l’alimentació de mascotes. La xifra de l’ocupació directa ascendeix a 100.000 llocs de treball, mentre que la indirecta, a 900.000 (FEDIAF, 2017). Cal esmentar que la despesa en menjar de gossos se situa en la segona posició després de la de gats, tot i que el menjar preparat a casa és molt superior en cas de gossos (Ohr, 2014). A més de la indústria de menjar, la despesa en accessoris per a gossos és significativa, havent un gruix de 23% de propietaris de gossos amb una despesa anual en aquests articles entre 41 i 80 euros.

Gràfic 3 Despesa mitjana mensual per resident en mascota (2013)



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de Ohr, 2018

Altres despeses pel que fa a manteniment d’un gos, com les consultes de veterinari, un 40% de propietaris ho fan un cop a l’any, mentre que un 27%, en més de tres ocasions anuals. Es preveu que les cures intensives costoses incrementin la seva demandada. Pel que fa a les perruqueries, es tracta d’un negoci lucratiu, especialment en cas de races com caniches, terriers i schnauzers, els quals s’han de tallar regularment, i d’aquesta manera podent arribar a suposant el seu cost de 100€ a l’any. Com a un altra despesa, que assumeixen alguns propietaris, es destaquen les escoles canines. Una bona de propietaris de gossos han portat la seva mascota a un curs d’*agility* al menys una vegada, oscil·lant el seu preu entre 100 i 150€ per gos en sessions grupals i entre 30 i 40€ per hora en sessions individuals.

Investigant els motius que constitueixen la base del creixement del turisme de mascotes, s'ha observat que una de les principals causes són els múltiples beneficis que les mascotes, en especial els gossos, presenten per a la salut humana, com el fet d'emportar-los de vacances. La relació amo-gos és beneficiosa mútuament, ja que una freqüent interacció del propietari amb el seu gos fa que la mascota sigui més sana físicament i psicològicament, a més de millorar el seu caràcter, mentre que l'amo pugui gaudir d'una millor salut mental i física, obtenir una major satisfacció de vida, mantenir un nivell d'estrès baix, presentar una menor sensació de soledat i reduir risc de patir malalties de cor o en cas de tenir-la, afegir un any de vida física (Ohr, 2014). Entre els factors que motiven a l'adquisició d'un gos és la companyia, el desig d'una altra persona de tenir-lo (per exemple d'un nen), facilitat de cura, adopció i facilitat d'adaptació a l'estil de vida del propietari (PFMA, 2017).

Pel que fa al perfil del viatger amb gos, s'han observat uns trets característics diferenciadors per generacions: els Baby Boomers i Millenials. Segons les dades de AARP (Associació Americana de Persones Retirades) de l'any 2016 es constata que el 55% de la generació de Baby Boomers té al menys una mascota, mentre que l'informe d'APPA (2018) revela que és el 38%. De totes maneres el gos és l'animal de companyia que s'escull per viatjar en un 91% de casos, tot i que només es decanta per viatjar amb ells en un 5% d'ocasions. Per l'altra banda, els **Millenials** (població en edat d'entre 18 i 34 anys) són més propensos a viatjar amb la seva mascota, a més de preferir una mascota que no pas un fill, segons un article de Washington Post. La raó que justifica aquesta motivació és, suposadament, una menor despesa i responsabilitat que comporta una mascota enfront d'un nen. Aleshores, en no presentar fills, aquest grup inverteix més recursos econòmics en la seva mascota que els Baby Boomers, especialment en articles d'estètica o de luxe. A grans trets, el perfil del Milenial, segons Richter, s.d., podria ser resumit en tres característiques comunes: conscient, irracional i exhibicionista degut a la utilització de les tecnologies actuals i fins i tot a l'exposició de la mascota a les principals xarxes socials (Facebook, Twitter i Instagram).

Segons Carr & Cohen (2009), el 83% de les persones que decideixen viatjar amb el seu gos han d'adaptar les activitats que realitzaran durant les vacances a la mascota, tot i que es destaca que per a una bona part d'ells no li suposa cap inconvenient, tal i com queda afirmat en els resultats de la pròpia investigació. Hi ha un 27% de viatgers que estan disposats a pagar entre un 6 i 10% més per un allotjament que accepti la seva mascota, mentre que un 13% de persones, un 25% més. No obstant això, segons Hung et al. (2013), una bona part de propietaris de gossos decideixen no incloure les seves mascotes en les activitats turístiques, ja que aquestes suposen preocupacions addicionals, mentre que altres s'emportaran al gos en cas que les circumstàncies siguin favorables. El percentatge de persones que té un gos i que se l'emporta de vacances se situa en un 35% (Ohr, 2014), dada molt similar a la que proporciona Glasser (2013), afirmant que un 31% d'americans han viatjat amb el seu gos en els últims 3 anys. Aquesta dada és summament important, ja que permet calcular de manera aproximada la totalitat de persones que s'emporten el gos de vacances. És a dir, tenint en compte hi ha 82 milions de gossos a Europa, se suposarà que només el 35% d'aquests s'emporten de vacances, xifra que se situaria en 24,6 milions. Tot i així, cal esmentar que aquesta xifra és aproximada, ja que també

compren els gossos abandonats i en gosses, i per tant aquells que no tenen oportunitat de viatjar.

El cost afegit aproximat d'endur-se el gos de vacances se situa en 5€ diaris. En un altre estudi, de Afonso et al. (2008), s'ha observat com més llargues eren vacances, més tendien les persones a emportar-se la mascota. Segons Carr & Cohen (2009) només hi ha una petita part de persones enquestades que no viatjarien amb la mascota, tot i que estarien preocupats per ella. Una de les raons que s'han mencionat més freqüentment respecte del motiu d'emportar-se la mascota de vacances és que aquesta es considera com a membre de la família, dada sovint lligada a la presència de nens en la família. A més a més quan la mascota està present a les vacances, l'ambient és més alegre i els propietaris no es senten tan culpables. Els resultats de Taillon (2014) demostren que els individus que tenen un vincle més fort amb la seva mascota són més propensos a pagar un suplement per la mascota que no pas els que presenten un vincle menor.

Entre els **principals motius de no viatjar amb les mascotes** es destaquen:

- la manca de facilitats per a mascotes (transport, cures, allotjament, etc.), especialment tractant-se de les àrees urbanes
- la complexitat de trobar allotjament de categoria superior
- la dificultat de trobar informació en mitjans tradicionals (revistes, AAVV, etc.) sobre els allotjaments pet-friendly, sent mitjans més utilitzats Internet i amics.

Entre les teories que puguin explicar l'absència d'allotjaments destinats a viatgers amb gossos es troben:

- la manca de potencial que percep el sector d'allotjament d'aquest mercat,
- els obstacles que surten del control per part dels proveïdors d'allotjament,
- l'impacte d'expansió d'aquest tipus d'establiments en els viatgers sense gossos (reducció de la seva satisfacció com a un dels riscos),
- l'heterogeneïtat del mercat (no tots els gossos són iguals),
- inadequació en les polítiques aèries i els inconvenients provocats pels gossos (com per exemple les destrosses en el mobiliari).

Les restriccions més habituals d'admissió de la mascota en els anomenats hotels "pet-friendly" són, en primer lloc, la seva grandària; i en segon lloc la quantitat de mascotes per habitació. Entre les limitacions menys freqüents es troben la raça i temperament de la mascota, a més de la firma de les condicions de responsabilitat (Afonso et al., 2008). En el cas d'allotjaments d'Austràlia (Carr & Cohen, 2009), el 42% d'aquests no admeten mascotes; el 36%, admeten amb condicions; el 2%, només admeten en temporada baixa; i altres 2%, si el gos mostra bona conducta. D'aquesta manera només havent un 22% de tots els dog-friendly allotjaments que accepten el gos sense cap restricció. Tot i així cal dir que per experiència pròpia els hotels que accepten mascotes imposen aquestes restriccions no tant perquè no desitgen animals grans, sinó pel fet de limitar el seu nombre a causa de les molèsties que aquestes puguin ocasionar.

En observar la creixent tendència de viatjar amb mascota, els diferents allotjaments van aprofitar aquesta oportunitat de negoci i van adaptar la seva oferta. Alguns dels exemples són l'hotel Versailles' Trianon Palace (França), el qual des de fa dècades va

començar a oferir cursos d'agilitat a l'hotel per a gossos; la cadena Starwood Hotels i Resorts Worldwide, que afirma ser la cadena hotelera més “dog-friendly” a nivell internacional; Kimpton hotels (EEUU), els quals posen a disposició dels seus clients un peix si aquests venen sense mascota; Loews Hotels and Resorts, els quals proveeixen menús, aigua, pinso, llits i accessoris per a mascotes; o la destinació de Canadà, on el 2003 va aparèixer la primera certificació nacional d'allotjaments turístics que reconeixia que el turisme amb mascotes era un dels nínxols de mercat amb major creixement (Carr & Cohen, 2009). Tot i aquests exemples concrets, molts altres allotjaments d'Europa Nord-Occidental i d'Amèrica del Nord van adaptar-se a aquest nou perfil de viatger i per tant a les seves demandes.

Per tal d'atreure aquest segment de mercat cal tenir en compte que la informació és un dels aspectes que fa atractiu un servei, com per exemple la informació sobre les rutes, veterinaris, possibilitat d'esmorzar amb el gos o de tenir un pac de complementos nutricionals en cas que s'hagin oblidat. Per tant tota la informació possible tant positiva com negativa servirà per generar una major satisfacció. Algunes de les consideracions que s'han de tenir present a l'hora de crear un hotel pet-friendly són les possibles al·lèrgies, molèsties o fòbies que puguin presentar altres clients que vinguin sense cap mascota; el compliment d'unes normes de sanitat i seguretat; o la possibilitat de destrucció del mobiliari per gossos.

Respecte els aspectes legals relatius a les mascotes, en els següents paràgrafs es comentaran la normativa vigent a Catalunya sobre els gossos guies i les condicions imposades per al transport de mascotes per les diferents companyies aèries. Per començar, una de les excepcions a l'hora de permetre accés a àrees normalment prohibides per a mascotes, com per exemple el restaurant o els voltants de la piscina per als clients, són els gossos guies. Els clients que s'allotgin amb aquests gossos han de ser tractats segons la *Llei catalana 19/2009, de 26 de novembre, de l'accés a l'entorn de les persones acompanyades de gossos d'assistència*, la qual garanteix al client i al seu gos l'accés il·limitat i sense cap condició a tots els llocs disponibles per als clients sense mascotes.

Fent referència a les companyies aèries, un estudi d'APPA (*American Pet Products Association*) va constatar que l'any 2004 als EEUU hi va haver un 33% de persones que van viatjar amb mascotes, formada aquesta xifra en un 80% per gossos. Cal esmentar que aquesta tendència creixent en el transport aeri de mascotes va començar a ser evident a partir dels anys 60 (Anònim, 1985), i que actualment està plasmada en el fet que al voltant de 50 companyies aèries transporten mascotes.

A continuació es pot apreciar el Gràfic 4 amb les característiques de transport de mascotes amb les companyies aèries més utilitzades: Air France, British Airways, EasyJet, Emirates, Flybe, Iberia, Lufthansa, Norwegian, Ryanair, Thomas Cook, Thomson i Vueling.

Gràfic 4 Característiques i condicions de transport aeri per companyies

	Transporten mascotes	Transport permès en la cabina	Transport permès en la càrrega	Restriccions
Air France	X	X	X	Pes màx. 8kg mascota en la cabina
British Airways	X		X	
EasyJet	NO			
Emirates	X		X	
Flybe	X		X	
Iberia	X	X	X	Pes màx. 8kg mascota en la cabina
Lufthansa	X	X	X	
Norwegian	X	X	X	Pes màx. 8kg mascota en la cabina i 14kg en la càrrega
Ryanair	NO			
Thomas Cook	X	X		Pes màx. 6kg mascota en la cabina
Thomson	X		X	
Vueling	X	X		Pes màx. 8kg mascota en la cabina; només 2-3 mascotes per vol; només accepten gossos, gats, ocells, peixos i tortugues

Font: elaboració pròpia a partir de dades de fonts diverses, 2018

En analitzar el grau de facilitat de transportar el gos o cap altra mascota des de l'estranger fins Espanya, s'ha observat que 10 de 12 companyies aèries realitzen el transport de mascotes, tot i que no sota les mateixes condicions. Així doncs la principal restricció de transport és el pes de la mascota i el seu lloc de transport.

Pel que fa als preus de transportar mascotes, aquests poden variar segons el tipus de vol, mida de mascota o si es transporta en la càrrega o cabina. Els preus però no són gaire homogenis, sent el preu més econòmic el de Thomas Cook (15€) i el més car, el de Lufthansa, que pot arribar a ser de 400€.

Fent referència a les condicions de vol per a mascotes, en general són bastant restrictives, especialment pel que fa al Regne Unit. Tot i els esforços que ha realitzat aquest país per promoure el transport aeri de mascotes, com la introducció de *PET Travel Scheme* el 1999 que va permetre l'entrada de gats i gossos de certs països sense ràbia sense haver d'entrar en la quarantena (Anònim, 2001), actualment hi ha una bona part de companyies aèries que no hi transporten mascotes.

Referint-se a la promoció del turisme de mascotes a Catalunya, segons el portal oficial de Catalunya.cat, s'observa que s'ofereix una gran oferta d'allotjaments (s'estimen més de 800), restaurants, platges i transports públics pet-friendly. L'entorn més pròxim tampoc és una excepció, com és el cas de l'ajuntament de Girona. Aquest ofereix cinc trajectes per als gossos per passejar sense corretja, a més de proporcionar un mapa en el qual es reflecteixen els expenedors de bosses, les grans àrees de passeig i el centre municipal d'acollida d'animals.

3. Idea de negoci

El present treball té com a objectiu a fer una anàlisi exhaustiva de la implantació d'un hotel rural per a viatgers amb mascotes, tenint en compte la seva rendibilitat, el mercat al qual es dirigeix i l'entorn en el qual s'ubica, a més de les tendències de consum a nivell global.

3.1. Presentació del projecte

Bordils You&Dog és un petit hotel rural de 3 estrelles, ubicat a Bordils (Girona), que no només és un hotel "pet friendly" sinó que tracta de fer que les vacances dels seus clients i de les mascotes d'aquests siguin inoblidables i confortables. D'aquesta manera *Bordils You&Dog* ofereix tot allò necessari perquè els viatgers amb les seves mascotes, sobretot els gossos, puguin gaudir conjuntament o per separat de les seves vacances.

Si vol passar vacances amb la seva mascota sense haver d'adaptar-se a unes normes rígides en un hotel pel que fa a la mascota, som el seu hotel! I si té un gos, encara millor – li esperen una multitud d'activitats i sorpreses i trobada de noves amistats.

L'hotel disposa d'un logotip, de disseny propi, on queden representades tres estrelles que corresponen a la categoria de l'hotel; un gos, que fa referència a un hotel que va més enllà de ser un mer hotel "pet-friendly"; i de cromàtica blanca i cremosa de fons i amb lletra granat per cridar atenció (veure l'Annex 1). El nom de l'hotel, *Bordils You&Dog*, s'ha escollit per dos motius. En primer lloc s'ha volgut donar un nom que relacionés el negoci amb els serveis que s'ofereixen, d'aquesta manera ressaltant **l'enfocament cap als gossos**. En segon lloc s'ha tingut una visió de cara a la futura promoció, afegint-li al nom la paraula *Bordils* amb l'objectiu de ser una de les primeres referències que surtin al buscador Google.

S'ha decantat per la creació d'un hotel per a viatgers de mascotes per una raó bàsica. S'ha observat que a Catalunya no existeix cap hotel que estigui pensat per a persones que viatgen amb les seves mascotes i no volen només que les seves mascotes, en particular gossos, siguin acceptades a l'establiment, sinó que puguin participar-hi activament. Aquesta idea de no limitar-se a fer un hotel "pet-friendly" sorgeix de la meva pròpia experiència, ja que tinc dos gossos petits que a la nostra família es consideren com a uns membres més de la família. Per tant a l'hora de buscar algun allotjament turístic que tingui activitats per a ells i si cal també el servei de guarderia perquè nosaltres puguem gaudir d'alguna activitat que ens seria impossible de realitzar amb ells, com per exemple rafting, ens trobem en una situació d'haver de prescindir d'aquestes activitats i quedar-nos amb gossos per evitar el seu patiment.

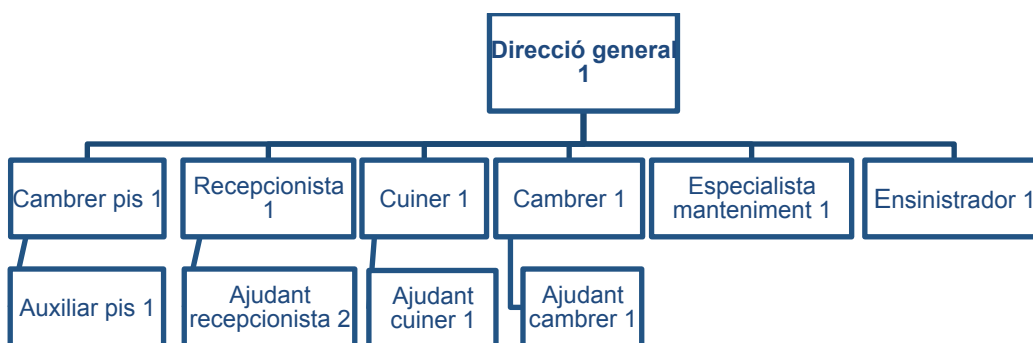
3.2. Equip emprenedor

La creació del present projecte està impulsada per mi mateixa, la única sòcia de l'empresa *Bordils You&Dog*, S.L.U. El càrrec que ocuparé en l'hotel és el de la Directora General, responsabilitzant-me de l'adequada gestió de tot l'allotjament. Com a formació acadèmica i experiència professional presento el Grau en Turisme i experiència en el sector hostaler de 10 mesos com a recepcionista en un hotel de 4

estrelles de grandària mitjana. També cal destacar les pràctiques realitzades a l'Oficina de Turisme de Vilafranca del Penedès en l'Atenció al Client; a l'hotel Sol Port Cambrils en el Guest Experience; i a l'hotel Natura Park, com a Adjunta a Direcció.

A continuació es mostra l'organigrama de l'hotel, on apareix tot l'equip que possibilitarà el correcte funcionament de l'hotel.

Gràfic 5 Organigrama de l'hotel



Font: elaboració pròpia, 2018

S'ha emprat un **organigrama d'efectius** per tal de mostrar els càrrecs i el nombre de persones que en formaran part. No obstant això és important assenyalar que el nombre de treballadors indicats (en total 12), sobretot del tercer rang, fan referència al primer i segon any de l'activitat, ja que al tercer any es preveu que aquest incrementi en tres persones degut a una major taxa d'ocupació.

Pel que fa a l'estructura de l'organigrama, és habitual que aquest integri un director general, els caps de departament i el personal operatiu. No obstant això, degut a les característiques de l'hotel, s'ha prescindit dels responsables de cada departament, les funcions de les quals seran assumides per la direcció general, amb l'objectiu de poder estalviar costos. La present estructura romandrà intacta sempre que no hi hagi cap necessitat d'un departament addicional.

La direcció general, així mateix, està formada per mi mateixa, on les meves responsabilitats no només es limitaran a la gestió i control de l'activitat desenvolupada al meu hotel, una de les tasques pròpies d'un director, sinó que també es portaran a terme les estratègies de màrqueting, gestió de RRHH i la prevenció de riscos laborals.

3.3. Proposta de valor

Aquest projecte pretén crear un hotel orientat a persones que desitgin viatjar amb les seves mascotes en ser considerades com un membre més de la família. Així doncs l'hotel Bordils You&Dog es diferencia de la competència pel fet tan senzill que no arriba a ser una guarderia o residència canina ni es limita a ser un hotel "pet-friendly". Per aquest motiu l'hotel oferirà serveis i instal·lacions enfocats perquè el viatger tingui la possibilitat de trobar un lloc confortable i ple d'activitats i gaudir de l'estada amb els seus gos.

Com que el públic objectiu de l'hotel són viatgers amb gossos, s'ha decidit incloure el preu d'allotjament de gos i els serveis com la piscina o la zona de jocs dins el preu d'allotjament del viatger. D'aquesta manera el preu final pot semblar una mica més elevat, tot i així es voldria incidir en el fet que el viatger no haurà de preocupar-se pel seu gos, ja que tindrà l'allotjament d'una qualitat sempre igual d'elevada.

3.4. Missió, visió i valors

La nostra **missió** consisteix a **ser pioners a Catalunya** a oferir un allotjament confortable i únic per a viatgers que no volen deixar les seves mascotes a casa, en particular gossos, sinó que els consideren un membre més de la família que ha de participar i gaudir de vacances. D'aquesta manera el present hotel no només s'esforçarà al màxim per proporcionar una experiència altament satisfactòria per als seus clients, sinó també per als gossos.

El nostre establiment és de mentalitat oberta, per la qual cosa són benvinguts gossos de races i mides diferents, a més de conills, ocells, hámsters i conills d'índies.

La nostra **visió** del nostre negoci a mitjà i llarg termini és prosperar com a empresa, intentant atreure visitants dels diferents llocs del món que desitgin passar unes vacances amb les seves mascotes sense cap limitació. Així doncs creiem que només satisfent els desitjos i superant les expectatives dels nostres clients podrem assolir aquest objectiu i poder arribar a oferir els nostres serveis a tothom que els necessiti.

Els **valors** de l'empresa Bordils You&Dog es poden resumir en els següents termes:

- **Responsabilitat**

“Capacitat de respondre d'alguna cosa, de garantir l'acompliment d'una tasca, el compliment d'un deure, de donar-ne raó...” (Diccionari.cat)

Entenem que el que farem el dia d'avui, ens afectarà el dia de demà i tindrà conseqüències directes i indirectes en la societat i entorn. Aquest és el motiu pel qual a més de pretendre obtenir beneficis amb aquest negoci, ens importa com els guanyem. Així doncs és la nostra responsabilitat com a corporació seriosa, minimitzar els impactes negatius produïts per la nostra activitat maximitzant els avantatges que pugui rebre el poble i la societat en general.

- **Sostenibilitat**

“Conjunt de polítiques destinades a fer compatible el creixement econòmic i la preservació de la biodiversitat i evitar, en darrer terme, la degradació de la biosfera provocada per l'acció humana” (Diccionari.cat)

Per tal de contribuir a la millora de la conscienciació de la població sobre la importància de la recollida selectiva, la qual se situa en només 24,8% el 2015, tal i com s'havia explicat a l'anàlisi de l'entorn, s'ha decidit implementar brosses per tal de separar els residus tant a nivell del personal de l'hotel com dels clients de l'hotel, a més de impulsar campanyes per potenciar, a més de la recollida selectiva, la recollida dels residus generats pels gossos.

- **Respecte**

“Reconeixement i consideració del valor d'una persona o d'una cosa”
(Wordreference.com)

Aquest és un concepte summament important a l'hora d'acollir i cuidar dels nostres clients. El fet d'acceptar els gossos i oferir-los tots els serveis que puguin necessitar pensant en el seu benestar, però també en el del nostre client, fa imprescindible que els propietaris dels gossos garanteixi un comportament respectuós i tolerant de la seva mascota amb tothom que es trobi allotjat o donant servei al nostre hotel.

- **Excel·lència**

“Qualitat d'excel·lent (molt bo en el seu gènere)” (Diccionari.cat)

Considerem que la qualitat en el servei (atenció, menjar, activitats, etc.) és clau per aconseguir que el client estigui confortable i satisfet al màxim possible al llarg de la seva estada. Per tant apostem per proporcionar unes vacances de qualitat mitjanant una adequada combinació de serveis.

- **Millora contínua**

Comprenem que la manera més raonable i efectiva de satisfer al client (extern i intern!) és escoltar-lo i tenir-lo en consideració. Qui millor per aconsellar que no pas el que ofereix el servei dia a dia o gaudeix-ne? Així mateix els comentaris de tots ells seran imprescindibles per poder garantir la satisfacció i la superació de les expectatives.

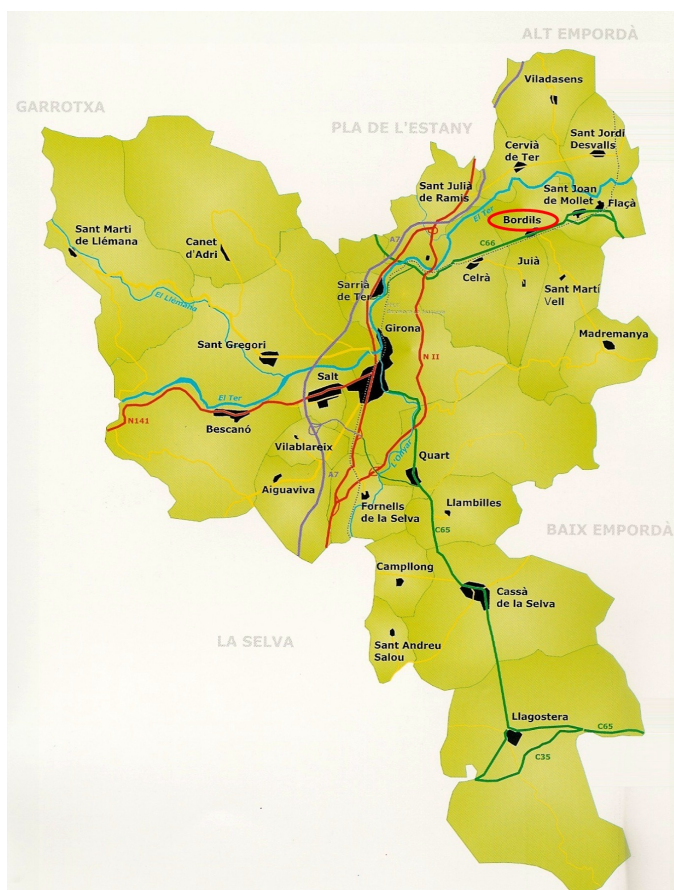
4. Estudi de mercat

En aquest apartat es planteja un estudi d'un conjunt de factors externs i interns que ajuden a definir les estratègies que ha de seguir l'hotel Bordils You&Dog pel que fa a la seva situació geogràfica, el seu entorn competitiu, els seus clients potencials i la relació amb els proveïdors.

4.1. Anàlisi de l'entorn

Bordils és un municipi interior del Gironès, una comarca que consta d'un total de 28 municipis, dels quals Sant Julià de Ramis, Cervià de Ter, Sant Joan de Mollet, Sant Martí Vell, Juià i Celrà tenen límits amb Bordils.

Gràfic 6 Mapa de Girona



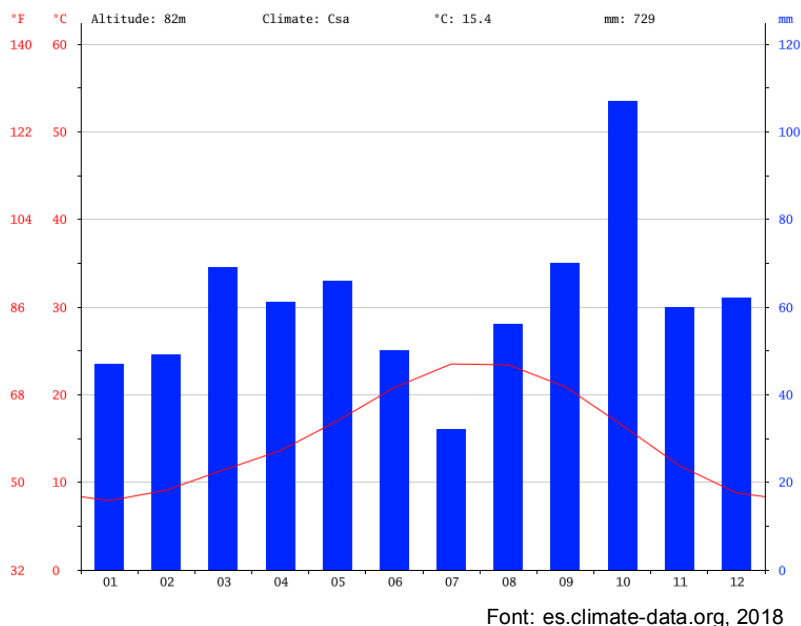
Font: Ajuntament de Bordils, 2018

El municipi comprèn una superfície de 7,32 km² i està situat per damunt de 42 m per sobre del nivell del mar, per la qual cosa és planer. La **ubicació geogràfica del terme és molt propensa per al turisme** en situar-se a 30 km de les platges de la Costa Brava i de l'aeroport de Girona. Tot i ser un municipi de dimensions reduïdes i comptar només amb 1.693 habitants (IDESCAT, 2017), Bordils està molt ben comunicat ja que està a prop de la AP-7, i pel municipi hi passa la C-66 que connecta el poble amb Girona, la capital de la província del Gironès, i Palamós. També cal destacar la presència de **l'estació de tren Bordils-Juià**, des d'on es pot arribar sense cap transbord a Barcelona i Portbou.

El **clima** predominant és el **mediterrani**, tot i la diferència entre la zona septentrional, influenciada pel mar, i la meridional, limitada per les Gavarres. Són abundants el vent de migjorn (temperat i humit) i tramuntana (fred i sec) al Nord, així com les pluges, les causants de les freqüents inundacions a la comarca. El mes amb la major precipitació és l'octubre, on hi cau una mitjana de 107mm, mentre que el més sec, el juliol, amb 32mm. Pel que fa a la temperatura, la mitjana se situa en 15,4°C, sent el juliol el mes

més calorós i el gener, el més fred amb una temperatura mitjana de 7,9°C, tal i com es pot observar al Gràfic 7 que es mostra a continuació.

Gràfic 7 Climatologia gironina



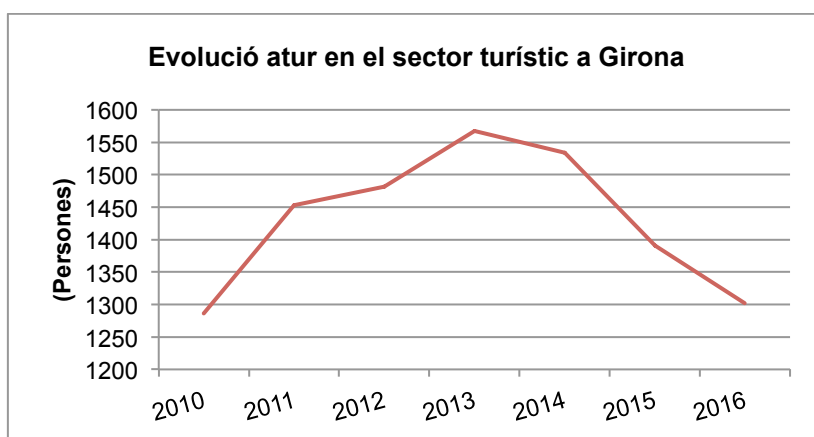
Al nord el municipi limita amb el riu Ter, el qual neix al Pirineu Oriental i desemboca a la mar Mediterrània. La vegetació és mediterrània humida, sent el pi blanc i l'alzinar els tipus d'arbres més populars. Concretament a Bordils, una tercera part està envoltada per arbres de ribera i pollancre bordilencs, una espècie d'arbre protegit per l'Ajuntament municipal.

La primera referència documentada sobre Bordils data del segle X, on apareix el nom de *Burdilis*, paraula possiblement provinent de *borda* o casa de camp. Al XII el municipi estava envoltat per una muralla i al llarg dels segles Bordils presentava una economia basada en subsistència. Al XVII el municipi actual és un lloc reial, sota la jurisdicció del veguer de Girona. Durant el següent segle les aigües del Ter van ser motiu de disputes. El XIX va ser pròsper gràcies als avenços agrícoles per la construcció de la sèquia Vinyals. El 1940 els aiguats de Sant Lluç van arribar fins a l'església i va inundar una part del poble, així fent canviar el recorregut del Ter, desplaçant-se aquest cap a Bordils.

El **sector predominant** al municipi de Bordils ha sigut des de sempre el **primari**, especialment l'explotació forestal; la ramaderia, porcins com a únic cap de bestiar; i l'agricultura, basada en el conreu de pollancre a la vora del Ter i plantació d'herbavis, ocupant el 2009 124 hectàrees sobre el total de la superfície agrícola de 334 hectàrees.

Esmentant la demografia de Bordils, segons les últimes dades de l'IDESCAT, el 2011 la població activa ascendia a 946 persones, la inactiva a 770, l'ocupada a 771 i la desocupada a 174. La mitjana anual d'atur per sectors d'activitat el 2016 es va situar en un 6,8 per agricultura; un 10,4 per indústria; un 6,0 per construcció; i per últim i la més gran va ser d'un 36,6 per serveis.

Gràfic 8 Evolució atur en el sector turístic a Girona



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Observatori Girona, 2018

Pel que fa a l'atur en el sector turístic a Girona, l'any 2016 es van registrar 1302 persones desocupades, una dada que denota recuperació del sector si s'analitza l'evolució de l'atur, que des del 2013 va seguir una tendència decreixent.

En el tercer trimestre del 2017 l'afiliació del sector turístic respecte el total del sector serveis es va situar en un 29,44%, mentre que l'afiliació respecte el total, en un 26,06%. Aquestes xifres indiquen que a Girona el pes del turisme té certa importància per a l'economia del municipi, tot i no estar subjecta l'economia exclusivament a l'activitat turística.

En quant al tipus d'empreses relatives a la cura de mascotes que s'hi poden trobar Girona i els seus voltants, i per tant amb les quals l'hotel podria constituir **associacions clau**, són dos perruqueries situades a Girona centre, tres protectores canines (dos a Girona i una a Sant Martí de Llémena) i vuit botigues de gossos a Girona (formarien part de la competència).

Els equipaments esportius dels quals disposa el municipi són dos pavellons, dos pistes poliesportives, un camp poliesportiu i una sala esportiva. Tot i que aquestes instal·lacions són pensades per a la població local, també podria constituir oferta complementària per als turistes.

L'any 2015 el municipi va registrar una recollida selectiva de 24,8%, una fracció molt menys reduïda que al Gironès (44,9%) o la mitjana de Catalunya (38,9%). L'hotel Bordils You&Dog contribuirà al seu increment mitjançant la coordinació amb l'Ajuntament de Bordils de recollida de cartró, vidre, etc. en dies concrets.

Fent referència a l'activitat turística a la zona, com a tots els pobles petits, un dels **principals atractius** és l'església parroquial, en aquest cas la dedicada a Sant Esteve i la construcció de la qual és del segle XVI. Un dels elements d'atractivitat a destacar és el seu campanar octogonal. Un altre element d'interès és El Rentador, una antiga instal·lació restaurada el 2007 que s'utilitzava pels habitants del poble fins el segle XX per rentar la roba en un lloc controlat i no pas al riu, apart de ser un espai de socialització. A més a més el municipi es destaca també pels seus elements naturals, com la Sèquia Vinyals, una zona de regadiu formada per unes 804 hectàrees, que permet l'aprofitament hidràulic del riu Ter a Campdorà. A més d'estar plena d'arbres fruiters, pollancre i d'altra flora.

Analitzant la pàgina web de l'Ajuntament, concretament la secció de Turisme, s'han trobat sis rutes que es poden fer per Bordils, com la Ruta del Ter o Arbres Monumentals, on totes aquestes es destaquen pels seus paisatges naturals. Un altre punt a favor de la ubicació de l'hotel a destacar és la proximitat a les platges, especialment el fet d'haver **tres platges habilitades per a gossos a Girona**:

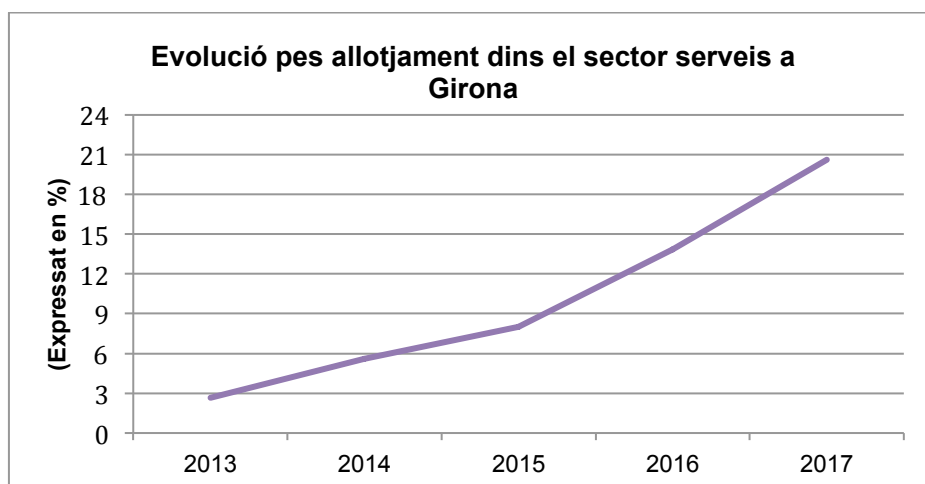
- la platja dels Griells a l'Estartit, inaugurada l'any 2016 com a resposta del tancament de la Platja de la Platera.
- la platja de la Rubina a Empuriabrava, la primera platja oficial per gossos a Espanya. Forma part del Parc Natural dels Aiguamolls de l'Empordà.
- la platja del Rec del Molí a l'Escala, situada en una petita cala semi-urbana, on la meitat d'aquesta està habilitada per a mascotes.

Cal dir que les condicions per emportar els gossos a aquests llocs públics no són gaire estrictes, ja que només s'obliga a tenir sota control en tot moment al gos, disposar de cartilla de vacunes i de tenir-les al dia i no molestar a altres usuaris.

4.2. Anàlisi de la competència

Per tal de poder estudiar la competència, primer s'ha de contextualitzar l'entorn més pròxim. En aquest cas s'han analitzarà a continuació el sector d'allotjament i hostaler en concret pertanyent al municipi de Girona en no disposar de dades del municipi de Bordils.

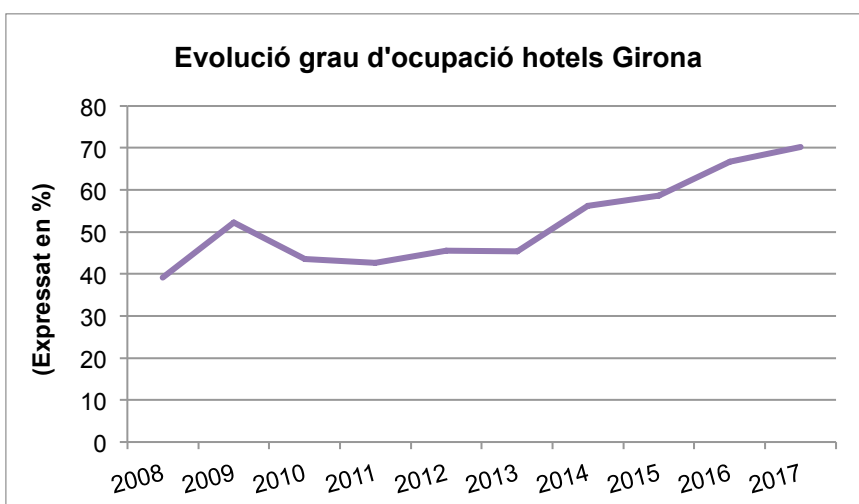
Gràfic 9 Evolució pes allotjament dins el sector serveis a Girona



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Observatori Girona, 2018

En el Gràfic 9 es pot observar l'evolució del pes d'allotjament dins el sector de serveis a Girona expressat en percentatge des de 2013 fins a 2017. Per començar, el pes que correspon al sector serveis a Girona es situa en 50,52% el 2016. El 2013, dins el sector terciari, el pes d'allotjament va constituir només un 2,66%, però la seva rellevància va anar guanyant pes, assolint el 2015 el 8% i ja el 2017, més del 20%, fet que indica la **tendència de creixement favorable** d'aquest sector d'activitat.

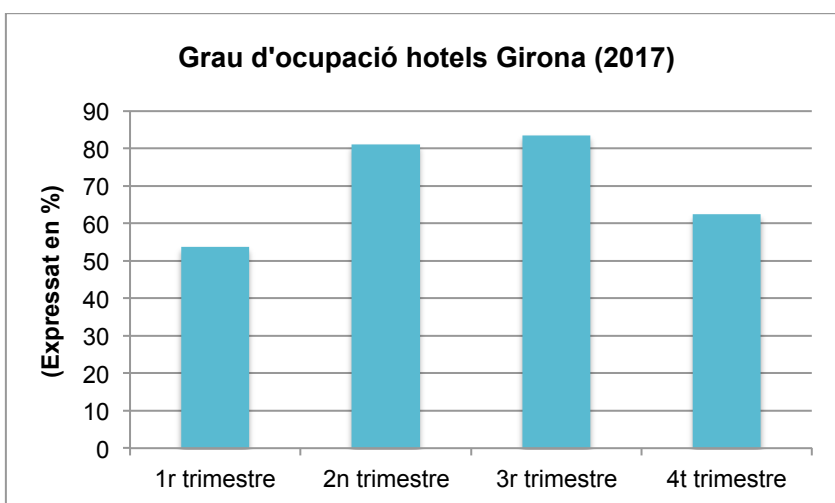
Gràfic 10 Evolució grau ocupació hotels a Girona



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Observatori Girona, 2018

La previsió d'ocupació és molt **favorable**, basant-se en el Gràfic 10, sobre l'evolució del **grau d'ocupació d'hotels** a Girona, que en els últims 10 anys ha presentat una tendència ascendent, arribant a tenir una mitjana d'un 70,15% el 2017.

Gràfic 11 Grau d'ocupació hotels a Girona (2017)



Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Observatori Girona, 2018

El Gràfic 11 mostra el grau d'ocupació d'hotels de Girona per trimestres de l'any 2017. Així doncs es pot observar que la temporada alta de Girona coincideix amb les destinacions costeres de Catalunya, tot i cal dir que el segon trimestre, en no ser la principal motivació sol i platja, també presenta uns resultats favorables degut a una distribució de turistes més equitativa al llarg de l'any. Per aquesta raó, malgrat ser el primer quadrimestre (gener-març) el de menor ocupació, aquest supera el 50%. Cal mencionar que la gràfica, tot i reflectir l'ocupació trimestral, no és del tot representativa pel que fa a l'àmbit turístic degut que el turisme és més o menys estacional, i per tant no seria correcte comparar l'ocupació del mes de gener amb el mes de març (barra del *1r trimestre*), ni l'abril amb el juny (barra del *2n trimestre*).

En estudiar els allotjaments rurals que admeten mascotes presents a la comarca en diversos portals de lloguer vacacional a Girona, com per exemple el Clubrural.com, Casarurales.net o Toprural.com, s'ha pogut observar que hi ha entre 146 i 274 allotjaments (cases i hotels rurals), depenent de la popularitat del mateix portal per tal d'anunciar-s'hi. Però comparant aquestes xifres amb les dades oficials de l'IDESCAT per l'any 2016, s'ha observat una enorme diferència entre elles, ja que segons aquest últim portal, al Gironès només hi ha registrats 56 allotjaments rurals i 53 hotels. Aquesta desviació podria produir-se a causa de la falta de regulació o/i les dades obsoletes, on aquesta última suposició quedarà demostrada en apartats següents.

Un cop s'ha analitzat el panorama turístic a Girona, es centrarà en el municipi objecte d'anàlisi. Per començar caldria afrontar el fet que Bordils no és un municipi de gaire activitat turística, tenint en compte la seva dimensió i el nombre d'allotjaments presents. Segons les últimes dades de l'IDESCAT, el 2016 hi havia dos hotels amb una capacitat de 32 places, tres cases rurals, de 31 places i un hostel de 22 places. Corroborant la veracitat de les dades de l'IDESCAT amb la realitat turística proporcionada per l'Ajuntament de Bordils, s'ha pogut constatar que al municipi només hi és present un hotel, quatre allotjaments de turisme rural² i cap hostel.

² Dos de quatre allotjaments rurals (Ca l'Estevenet i Mas de la Roda) no seran objecte d'anàlisi ni es consideraran com a competidors en ser establiments que no admeten mascotes.

A continuació s'ofereix un quadre resum del **benchmarking** realitzat de tres allotjaments turístics “pet-friendly” a **Bordils** (casa rural Can Dama, casa rural Can Carreras del Mas i hotel rural Mas Carreras 1846)³ i quatre hotels de **Girona** i voltants (Balneari Vichy Catalan, Ultonia, Costabella i Els Jardins de la Martana).

Gràfic 12 Característiques i serveis allotjaments “pet-friendly” a Bordils

Alotjament	Can Dama	Can Carreras del Mas	Mas Carreras 1846
Descripció	320m ² de superfície, 6 habitacions, 3 salons amb biblioteca i jocs de taula, 3 banys i 3 cuines. Jardí de 1000m ² i piscina de 10m x 5m.	4 habitacions, menjador per 20 persones, saló amb zona de lectura, piscina, barbacoa i terrassa.	Zones enjardinades, 11 habitacions (bàsica, estàndard, confort, superior, deluxe i exclusive)
Serveis	TV, DVD, equip de música, ventiladors, accessoris de neteja, WIMAX, bressols i trona.	Servei d'esmorzar i sopar, wifi, assecador, TV, ping-pong, bàsquet i lloguer de bicicletes	Aire condicionat, TV, assecador, caixa forta i amenitats. Pàrquing, wifi, lloguer bicicletes, SPA <i>Honesty Bar</i> (frigorífic amb begudes i snacks), piscina.
Preus	<i>Temporada baixa:</i> 2.500/setmana i 800€/cap de setmana <i>Temporada alta:</i> 2.970€/setmana i 850€/cap de setmana (Màxim: 15 adults i 3 bebès)	<i>Casa sencera:</i> 2.390€/setmana i 650€ cap de setmana <i>Hab. amb esmorzar:</i> 85-100€/doble/nit o 55€/individual/nit <i>Preu pax extra:</i> 25€/nit	<i>Hotel sencer:</i> 10.000€/setmana juny <i>Habitació estàndard:</i> 1.680€/setmana
Idiomes web	CAT, ESP, FR, ENG	CAT, ESP, ENG, FR, AL, HOL	CAT, ESP, FR, ENG
Públic objectiu	Turisme familiar i de grups d'amics.	Turisme familiar, romàntic, grups amics i esdeveniments.	Turisme familiar i romàntic.
Condicions mascotes	Gratis. Només fora de casa.	15€/gos/nit	Gratis. Possible només si es lloga l'hotel sencer.

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

Cal apuntar que els allotjaments rurals del Gràfic 12 presenten en el seu portal electrònic una secció, on s'ofereix la informació complementària sobre activitats que es poden realitzar al poble, com per exemple golf, hípica, turisme actiu, gastronomia local, platja, museu Dalí Figueres, a més de mencionar altres pobles d'interès turístic. La web de l'hotel Bordils You&Dog també proporcionarà aquest tipus d'informació, a més d'activitats que es poden realitzar als voltants amb la participació del gos.

³ Veure l'Annex 2 per poder ubicar físicament els allotjaments turístics competidors (en vermell) i no competidors (en gris) de Bordils, a més del mateix hotel Bordils You&Dog.

Gràfic 13 Característiques i serveis allotjaments “pet-friendly” a Girona

Alotjament	Balneari Vichy Catalan	Ultonia	Costabella	Els Jardins de la Martana
Descripció serveis hotel	Pàrquing, bar, restaurant, sala reunions, Spa, piscina, sauna, gimnàs, jardí, sala jocs, pista tenis.	Pàrquing, bar, restaurant, sala reunions, lloguer bicicletes, discoteca.	Pàrquing, bar, restaurant, sala reunions, piscina, sauna, gimnàs, jardí, sala de jocs, solàrium. Spa.	Pàrquing, gimnàs, restaurant, lloguer bicicletes, 3 jardins, massatges, biblioteca, servei de càtering.
Serveis habitació	TV, assecador, dutxa, bany, climatització, wifi, restaurant, bar, amenitats, minibar, caixa forta.	Climatització, bany, amenitats, TV, minibar, wifi, telèfon, bressol, despertador, caixa seguretat, assecador.	Wifi, radio, TV, assecador, caixa forta, minibar, climatització, telèfon, planxa.	Climatització, bany, TV, dutxa, wifi, banyera, telèfon, minibar.
Preus⁴	<p>Temporada baixa 99€/nit⁵ (suite: 175€/nit)</p> <p>Temporada mitjana 744€⁸/setmana i 133€/nit⁸ (suite: 236€/nit)</p> <p>Temporada alta 910€/setmana i 130€/nit (suite: 236€/nit)</p>	<p>Temporada baixa 447€/setmana i 75€/nit</p> <p>Temporada mitjana 488€/setmana i 80€/nit</p> <p>Temporada alta 660€/setmana i 105€/nit</p>	<p>Temporada baixa 433€/setmana i 79€/nit (DBL superior: 97€/nit)</p> <p>Temporada mitjana 547€/setmana i 89€/nit (DBL superior: 107€/nit)</p> <p>Temporada alta 736€/setmana i 99€/nit (DBL superior: 130€/nit)</p>	<p>Temporada baixa 763€/setmana i 109€/nit</p> <p>Temporada mitjana 639€/setmana i 90€/nit</p> <p>Temporada alta 763€/setmana i 109€/nit</p>
Idiomes web	CAT, ESP, FR, ENG	CAT, ESP, FR, ENG, DEU, RU, IT, PT	CAT, ESP, FR, ENG	CAT, ESP, FR, ENG
Públic objectiu	Turisme familiar, romàntic, amics, professional, de salut	Turisme esdeveniments, professional, actiu, familiar, de golf, romàntic	Turisme familiar, professional, romàntic, actiu, esdeveniments	Turisme familiar, romàntic, actiu, esdeveniments
Condicions mascotes	Gossos 5kg. Cost: 15€/nit.	Gossos. Gratis.	Accepten gossos i gats a 7€/nit.	Accepten gossos a 5€. Aigua inclosa.

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

Els preus consultats que corresponen a la temporada baixa és la nit i setmana del 26 de febrer; a la mitjana, la nit i setmana del 9 d'abril; i a l'alta, la nit i setmana del 6 d'agost, a excepció de l'hotel Els Jardins de la Martana, on aquestes últimes dates ja estaven reservades, per la qual cosa s'ha consultat la nit i setmana de l'1 d'agost.

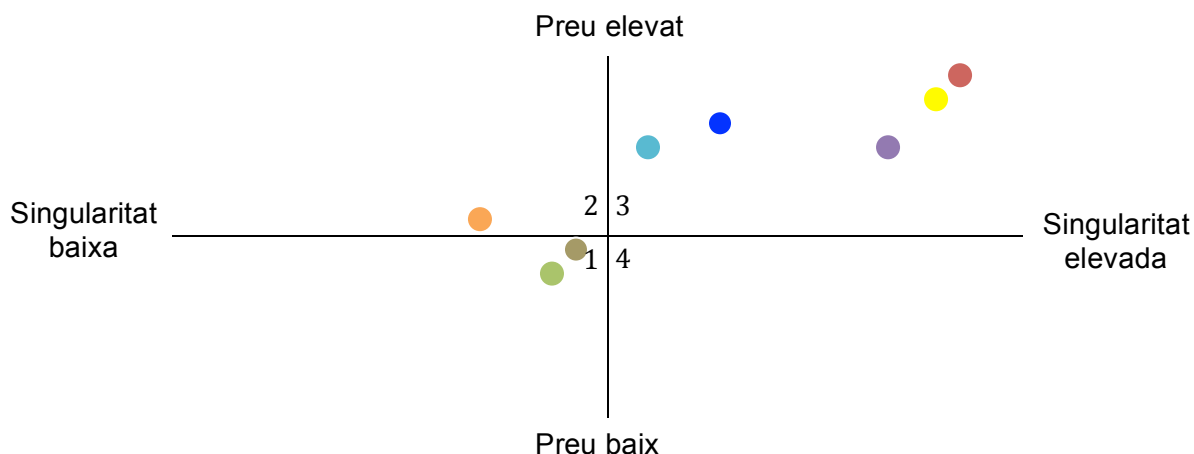
⁴ Només habitació.

⁵ Preu amb esmorzar

MAPA DE POSICIONAMENT

A continuació s'ofereix el mapa de posicionament en el qual hi són representats els allotjaments competidors de Bordils i Girona, a més del mateix hotel Bordils You&Dog.

Gràfic 14 Mapa de posicionament allotjaments Bordils i Girona



Font: elaboració pròpia, 2018

- Bordils You&Dog
- Mas Carreras 1846
- Can Dama
- Can Carreras del Mas
- Hotel Balneari Vichy Catalan
- Hotel Ultonia
- Hotel Costabella
- Hotel Els Jardins de la Martana

Per començar cal dir que tot mapa de posicionament és **subjectiu**, per la qual cosa s'ha de ser conscient que els allotjaments competidors i l'hotel Bordils You&Dog s'han situat en les següents posicions considerant la seva **capacitat de diferenciació** des del meu punt de vista, que va determinat en funció la unicitat i qualitat de serveis oferts i del disseny. També s'ha realitzat una comparativa de preus.

Tot i que en posicionar a tots els competidors el resultat visual teòric hauria d'adquirir una forma diagonal, mostrant un equilibri entre preu i qualitat, en la realitat la **percepció de la qualitat i del preu varia**, i d'aquesta manera alguns allotjaments presentaran majors o menors avantatges.

En el quadrant 1 hi són situats dos allotjaments rurals: Can Dama i Can Carreras del Mas. En aquest cas els seus preus són relativament baixos, a l'igual que la

singularitat. Tot i poder ser competitiu degut al seu preu bastant econòmic, el fet d'estar situats gairebé al centre del mapa fa que mentalment aquests productes no es destaquin en considerar-los ni com a dolents ni bons i per tant no cridar atenció.

El quadrant 2 és la pitjor posició, ja que en aquest cas l'hotel Ultonia es percep com a allotjament d'un cert preu però que té una baixa diferenciació. S'ha considerat que aquest hotel pertany a aquesta categoria degut a l'absència de serveis dels quals disposen altres competidors com per exemple la piscina o espais verds, a més de no oferir un disseny que ho pugui compensar.

Els allotjaments posicionats en el quadrant 3 són considerats com a **productes aspiracionals**, ja que des de la meua perspectiva el preu elevat està justificat per la seva capacitat de diferenciar-se de la resta i per tant són objecte d'imitació i denoten un cert èxit social. En aquesta categoria s'hi troben els hotels Costabella, Mas Carreras 1846, Balneari Vichy Catalan, Bordils You&Dog i Els Jardins de la Martana. Pel que fa a aquest últim, es troba més allunyat dels altres competidors de la mateixa secció degut a una oferta de serveis molt més reduïda (absència de piscina, SPA, sauna, etc.), però que es veu compensada pels seus jardins únics. En el cas de l'hotel Bordils You&Dog, aquest està situat en una bona posició en estar allunyat d'espais saturats per la competència, cosa que podria esdevenir una oportunitat per crear un nínxol de mercat. Com que el **mapa de posicionament és dinàmic**, en un futur es pretén situar-se encara amb un major preu i consegüentment oferir una millor qualitat, per tant en les polítiques de màrqueting mix es plasmarà la determinació de competir per un servei singular i de qualitat.

Malgrat no haver cap allotjament al quadrant 4, aquest espai és una de les millors opcions, ja que s'hi ubiquen els productes econòmics, però vistos com a productes de certa qualitat.

4.3. Anàlisi del mercat potencial

Una de les parts imprescindibles per tal de poder crear una empresa és saber a qui es dirigirà. Això implica la realització d'un estudi en detall del perfil dels visitants que venen a Girona que inclogui la seva procedència, pernoctació, grups d'edats, grups de viatge, motiu de l'estada, estada mitjana i per últim, però no menys important, els segments turístics als quals pertanyen. Amb l'objectiu d'obtenir aquestes dades en concret s'han consultat les estadístiques turístiques de l'Observatori de Girona i s'ha posat en contacte amb l'oficina de turisme de Girona, la qual ha proporcionat una completa caracterització dels visitants a través del registre de la base de dades de la Generalitat de Catalunya.

En analitzar **procedència de visitants** que ha rebut Girona el 2016 el 44% o 41 mil dels 94 mil persones que han visitat l'oficina de turisme procedien d'Espanya. Seguidament es posicionen països europeus com França, Regne Unit, Països Baixos i Alemanya, conformant un 88,34% d'europeus que han passat per l'oficina. Fent referència als altres continents, de les Amèriques han visitat l'oficina 7.301 persones, dels quals un 32,56% procedien dels EEUU i un 10% de Canadà. Àsia i Oceania sumen 3.555 visitants (incloent la Índia), mentre que el continent africà és el de menor importància pel que fa al volum de visitants, només havent-hi 134 persones. Tot i la gran xifra del turisme estranger, el públic objectiu de l'hotel serà primordialment el

turisme regional, el qual va sumar un total de 84 mil visitants i el nacional, el qual es va situar al voltant d'unes 38 mil persones. Es preveu que el 70% de clients de l'hotel provindran de Catalunya i Espanya, degut a una major facilitat de desplaçament amb la mascota a nivell nacional, mentre que la resta, d'Europa i món en general. Tot i que el mercat rus no serà un mercat objectiu, pels motius mencionats a l'apartat 2. *Marc teòric*, la pàgina web de l'hotel també estarà disponible en rus.

En quant als **grups d'edat**, la majoria de visitants que han passat per l'oficina de turisme, concretament el 72,29%, tenen entre 36 i 65 anys. En una menor mesura (14,32%) es destaca el volum de visitants d'entre 26 i 35 anys. També cal assenyalar el segment turístic de visitants de tercera edat, que en forma un 10,53%. Estudiant els grups de viatge a Girona cal ressaltar la importància del segment de parelles, el qual conforma el 51,30%. A continuació li precedeixen persones que venen de forma individual (19,70%), famílies (17%) i grups (9,29%). Així doncs les comoditats i serveis de l'hotel, així com els esforços promocional s'orientaran a un públic de parelles i de famílies d'entre uns 20 i 65 anys.

Respecte el **motiu de l'estada** dels visitants de Girona, el pes més important (80%) correspon a l'interès en el turisme cultural. Tot i així hi són presents altres motivacions, com el turisme esportiu (5,7%), el turisme de compres (3%) o el turisme actiu (2,72%). Aquesta informació ha ajudat a escollir el tipus d'informació i serveis complementaris que proporcionarà l'hotel Bordils You&Dog, els quals consistiran en informació sobre els aspectes culturals de la zona i província.

El **segment turístic predominant** és el d'oci o vacances, que representa un 92,79% del total. També és important el turisme d'esdeveniments, amb un 4,10%, pel fet que a Girona hi tenen lloc esdeveniments d'envergadura internacional com per exemple el Fòrum Gastronòmic, Festival de Cinema de Girona o Temporada Alta (festival artístic), els quals podrien incentivar l'arribada de turistes. En analitzar aquesta informació el públic objectiu de l'hotel serà el d'oci.

Respecte les dades relatives al **transport**, tot i no quedar enregistrades, el personal d'atenció al client de l'oficina afirma que hi ha visitants que utilitzen com a mitjà de desplaçament cap a Girona el tren, sobretot tractant-se de persones provinents d'Amèrica Llatina i del continent asiàtic. Fent referència als visitants regionals, estatals i europeus, aquests empen el cotxe per arribar-hi. Però també n'hi ha d'altres visitants que prefereixen utilitzar el transport públic o llogar un cotxe degut al fet de quedar-se uns dies a la zona. Per aquest motiu s'ha decidit emprar la senyalització direccional que indiqui on es troba l'hotel des de l'estació de tren de Bordis-Jussà i també pel municipi.

Finalment, una altra dada que ha sigut proporcionada pel personal de l'oficina de turisme és **l'interès dels visitants per les mascotes**. Així doncs hi ha vegades que els visitants pregunten per allotjaments "pet-friendly" o si hi ha possibilitat de visitar certes atraccions turístiques amb la mascota. Per aquests casos, l'oficina disposa d'un fulletó informatiu dels establiments que accepten mascotes, informació molt útil per als clients de l'hotel.

Així doncs la prèvia anàlisi en profunditat ha permès elaborar el model de negoci de l'hotel Bordils You&Dog, el qual està orientat cap a un mercat específic, tot i amb característiques lleugerament diferents. A continuació es presenta una taula amb els

segments de mercat al qual es dirigiran tots els esforços de màrqueting i recursos humans i materials.

Gràfic 15 Segments de mercat hotel Bordils You&Dog

Variables	Geogràfiques	Sociològiques	Poder adquisitiu	Necessitats per tal de ser l'opció escollida
Segment 1	Nivell regional ⁶ , nacional i internacional ⁷	Parelles (25-65 anys) amb o sense gos	Mitjà/mitjà alt	Oferir packs romàntics-d'aventura-descans
Segment 2	Nivell regional, nacional i internacional	Famílies amb o sense gos	Mitjà/mitjà alt	Disposar d'activitats per nens.
Segment 3	Nivell regional, nacional i internacional	Parelles (25-65 anys) amb o sense gos	Alt	Oferta de suite

Font: elaboració pròpia a partir de les dades de l'Observatori de Girona, 2018

Els objectius de l'estratègia de mercat diferenciat són oferir un servei més adaptat per a les exigències de clients i assignar de manera eficient els recursos materials, publicitaris i humans. Com a resultat s'espera que la xifra de vendes sigui elevada gràcies al fet d'atendre un gran nombre de clients potencials amb unes necessitats lleugerament diferents entre ells.

Dins els segments anteriors també n'hi ha de **sub-segments**:

- Clients que venen amb un gos petit i necessiten que la seva mascota pugui dormir amb ells i fer activitats pensades per a la seva mida
- Clients que venen amb un gos gran i desitjarien que la seva mascota dormís en una caseta gran a fora i de disposar d'activitats pensades per a la seva grandària
- Clients que venen a l'hotel amb el seu gos perquè estigui amb ells, però no fan cap curs d'agility ni adquireixen articles de la botiga
- Clients que venen a l'hotel amb el seu gos perquè a més de no desitjar deixar-lo a casa, han decidit que el seu gos faci un curs d'agility per tal de millorar el seu comportament, però sense comprar res a la botiga o adquireixen alguna cosa puntual a la botiga (pipetes, collar anti-lladrucs, etc.)
- Clients especialment preocupats pel seu gos i que intenten emportar-se'l a qualsevol lloc i són consumidor d'articles de luxe (collarets d'estètica, vestits i altres similars)

Totes aquestes necessitats les cobreixen les instal·lacions i serveis de l'hotel Bordils You&Dog per tal que el propietari de qualsevol gos que s'hi allotgi no hagi de preocupar-se per la seva mascota.

⁶ Tarragona/Barcelona/Lleida

⁷ Andorra /Regne Unit/ França/ Alemanya i altres en menor mesura

4.4. Anàlisi dels proveïdors

Com a principals proveïdors dels serveis i productes que ofereix l'hotel Bordils You&Dog consten els de venda d'habitacions (Booking i altres especialitzats, explicats a l'apartat 5.3. *Distribució*), els d'aprovisionament d'aliments, els de servei de bugaderia i els de proporció d'articles per a la botiga de gossos interna.

Respecte els **proveïdors de productes alimentaris**, entre els més importants es troben Makro, una filial de Metro Group, una companyia internacional líder en els mercats detallista i majorista d'alimentació. Pel que fa a Makro d'Espanya, és l'empresa líder de distribució majorista, fundada l'any 1972, que ofereix productes d'alimentació i no alimentació que abasteix els professionals de restauració, hostaleria, etc. de tota la península ibèrica. Un dels factors que ha influït en la decisió d'escollir aquest proveïdor com a principal per a l'aprovisionament de productes alimentaris i no alimentaris és que disposa de marques pròpies com Aro, Horeca, Select o Rioba, les quals representen una gran oportunitat per a les PIMES en oferir uns preus molt econòmics. A més a més, ofereix el servei de reserva telefònica de productes frescos, cosa que facilita la realització de comandes i recepció del producte al dia següent. També cal destacar que la majorista presenta una gran varietat de productes, amb sortits locals, nacional i internacionals, justament el tipus de menjar que ofereix l'hotel Bordils You&Dog. El termini acordat de pagament de factures és de 60 dies.

Tot i intentar ser el més detallada i realista possible pel que fa a la recerca de preus, cal fer especial menció en el fet que el cost dels productes no és el mateix al llarg de l'any ja que els preus varien en funció dels següents factors:

- la temporada (el cost d'una taronja no és el mateix a l'estiu que a l'hivern)
- la fluctuació de preus de mercat (en el cas que hi hagi fet un temps dolent i s'hagi recollit menys fruita de la prevista, el preu incrementaria)
- la dependència dels acords amb els proveïdors (a més quantitat comprada, més descompte es podria demanar)

Respecte el **servei de bugaderia**, s'ha decidit externalitzar-lo i firmar un contracte amb l'empresa Limce Limpiezas y Mantenimiento, S.L., de Lió. Es tracta d'una companyia amb gairebé 30 anys d'experiència en el sector, que disposa d'un personal qualificat, i ofereix servei de bugaderia per als hotels tant a nivell local com nacional. S'ha escollit aquest proveïdor i no pas una altra més propera, l'empresa Limpid de Girona per la seva relació qualitat-preu, ja que les seves tarifes són molt més econòmiques. Concretament la diferència de preus entre aquestes dues bugaderies resideix en aproximadament 1€/kg, sent el preu per kilogram de l'empresa Limce de 2,10€ fins a 25kg i de 1,85€ de més de 25kg, mentre que el preu esbrinat, trucant directament a Limpid, d'uns 3€/kg.

S'ha decantat per l'externalització per les següents raons:

- estalviar costos derivats de la gestió d'aquest servei com la necessitat de personal extra
- requereix una gran inversió inicial, ja que s'ha d'adquirir, instal·lar i mantenir les infraestructures (assecadores, rentadores, etc.)
- necessitat de disposar d'espai suficient per a tota la maquinària
- oferta qualitat-preu satisfactòria

Pel que fa a la compra de productes per a la **botiga de gossos** de l'hotel, s'adquiriran a través de diverses empreses online com tiendanimal.es, mascotasyacessorios.com y arquivet.com per tal d'aconseguir els millors preus, a més de presentar uns terminis d'entrega molt favorables, que es mostren a continuació.

- Tiendanimal.es: l'enviament de productes cap a l'hotel és gratuït, sempre que l'import sigui superior a 39€, i el termini d'entrega varia entre 24 i 48 hores
- Mascotasyacessorios.com: l'enviament de productes cap a l'hotel és gratuït, sempre que l'import sigui superior a 49€, i el termini d'entrega varia entre 24 i 48 hores
- Arquivet.com: l'enviament de productes cap a l'hotel és gratuït, sempre que l'import sigui superior a 150€, i el termini d'entrega varia entre 24 i 48 hores

A l'Annex 3 es pot observar una taula que aglutina altres proveïdors secundaris dels quals l'hotel Bordils You&Dog ha adquirit en algun moment donat el material que faltava, així com la caracterització dels seus productes o serveis principals.

4.5. PORTER

Gràfic 16 PORTER de Bordils You&Dog



Font: elaboració pròpia, 2018

Fent referència a l'**amença d'entrada de nous competidors**, cal mencionar que la constitució d'un nou hotel de les mateixes característiques que Bordils You&Dog no suposa cap obstacle gran, a excepció de la necessitat d'una inversió, fet que no representaria una barrera d'entrada per a una empresa de dimensions grans. A més a més, l'accés als canals de distribució, tant de venda d'habitacions com de proveïdors de menjar, etc. no suposa cap dificultat, cosa que incrementa la probabilitat d'entrada de nous competidors. Per a l'accés de nous hotels també cal tenir presents els requisits legals i administratius (constitució de la societat, compliment de requisits per establir un hotel de certa categoria, etc.)

Respecte l'**amença de productes substitutius**, cal dir que el mercat turístic és molt transparent, fet que queda reflectit en l'absència de patents difícils de copiar, a diferència del què ocorre en altres sectors, com el tecnològic o farmacèutic. No obstant això, la singularitat del servei que ofereix Bordils You&Dog, en no existir cap allotjament d'aquestes característiques en tot Espanya, constitueix un gran punt a favor per a l'hotel, ja que el nivell percebut de diferenciació pels clients serà elevat. Cal dir que, per una banda, l'hotel Bordils You&Dog té competidors que ofereixen serveis similars més centrats i a preus competitius, però per l'altra banda, aquests no disposen dels mateixos serveis orientats cap a gossos (piscina, pista agility, guarderia canina, etc.) que els de l'hotel objecte d'estudi.

Pel que fa al **poder de negociació de consumidors**, el nombre de clients potencials és bastant ampli, ja que compren totes les persones que viatgen o desitjarien viatjar amb el seu gos o amb qualsevol altra mascota que admet l'hotel. A més a més, el present hotel té l'avantatge d'oferir un servei innovador i únic i per tant no pot ser trobat fàcilment, per la qual cosa redueix la sensibilitat al preu dels clients i obliga, d'alguna manera a acceptar el preu donat als viatgers. De totes maneres, això no implicaria que en ocasions puntuals, com baixada de demanda, l'hotel realitzés ofertes promocionals.

El **poder de negociació dels proveïdors** de l'hotel Bordils You&Dog és bastant gran, degut a les característiques del mateix (les seves dimensions reduïdes, localització aïllada, etc.). A més a més, en ser proveïdors, generalment, les grans empreses d'àmbit nacional i internacional fa que l'hotel tingui un poder de negociació més limitat a l'hora de negociar condicions, especialment referint-se al preu, ja que tot i utilitzar economies d'escala demanant productes en grans quantitats, aquestes no seran suficientment importants com per demanar, per exemple, rebaxada en el preu o negociar enfront de pujada de preu. Malgrat això, l'hotel és conscient que hi ha moltes més empreses majoristes de distribució dels serveis i productes necessaris per a l'hotel, per la qual cosa es reservarà dret, en cas que les condicions, en un moment en particular, per part dels proveïdors esdevinguin molt desfavorables per a l'hotel, de rescindir el contracte i buscar altres proveïdors, donat la gran quantitat de proveïdors de la indústria alimentària, etc.

Per últim, l'hotel Bordils You&Dog ha de competir amb els seus **competidors** (els hotels "pet-friendly" de Girona i Bordils, explicats a l'apartat 4.2. *Anàlisi de la competència*) sobretot pel que fa als serveis i el preu, tot i que l'hotel objecte d'anàlisi es centrarà en la captació de viatgers amb gossos, un nínxol de mercat en continu creixement i amb perspectives de desenvolupament favorables. Així doncs, el fet que a nivell nacional no hi hagi cap allotjament que proporcioni una oferta combinada i orientada cap a viatgers i els seus gossos indica l'avantatge competitiu de l'hotel en aquest aspecte, a més de destacar la singularitat i diferenciació dels altres competidors. Tot i així en cas que, per motius conjunturals, estructurals o de viabilitat, l'hotel no sigui capaç de seguir funcionant, les barreres de sortida consistirien en la pèrdua de tota la inversió feta en el negoci, com el lloguer de la finca o les diverses obres que s'hi han fet.

4.6. DAFO

A continuació es podrà observar el DAFO, on estan resumits els avantatges i inconvenients interns i externs que presenta *Bordils You&Dog* i el seu entorn. Així doncs en el DAFO es mencionaran aspectes positius i negatius relacionats amb les investigacions que s'han realitzat en els apartats anteriors.

Gràfic 17 DAFO de l'hotel Bordils You&Dog

<p>FORTALESES</p> <ul style="list-style-type: none">• Situació estratègia pel que fa a la ubicació pròxima a Girona• Valor afegit (singularitat producte)• Proximitat a l'estació de tren• Proximitat a la platja• Proximitat a l'aeroport de Barcelona• Existència d'iniciatives públiques a Girona relacionades amb el comportament de gossos• Bona xarxa de comunicació• Serveis extra alineats als de la competència• Evolució ocupació hotels a Girona positiva• N° competidors reduït a nivell local• Proveïdors de qualitat	<p>AMENACES</p> <ul style="list-style-type: none">• Absència de competidors degut als riscos que suposa obrir un hotel innovador, com una baixa rendibilitat o no aconseguir èxit• Risc d'interpretació dels serveis de l'hotel per part dels potencials clients com a un hotel "pet-friendly" o residència/guarderia canina• Absència d'una web que aglutini hotels només orientats cap a viatgers amb mascotes (NO "pet-friendly")• Risc que el concepte innovador de vacances amb la mascota no funcioni• Situació política d'incertesa actual• El fet que els proveïdors tinguin un elevat poder de decisió pot repercutir negativament en l'activitat financera de l'hotel
<p>DEBILITATS</p> <ul style="list-style-type: none">• Marca de l'hotel desconeguda• Destinació desconeguda• Preus més elevats que els de la competència• Absència de gimnàs• Costos de personal elevats• Ubicació aïllada• Temperatura moderada al llarg de l'any• Competidors ben posicionats a nivell regional	<p>OPORTUNITATS</p> <ul style="list-style-type: none">• Absència de competidors que ofereixin un servei similar al nostre a nivell local i regional• Baixa estacionalitat degut a la tipologia del turisme predominant i al tipus de clientela• Un gran interès per un hotel d'aquestes característiques pel part del mercat potencial i per tan una gran quantitat de clients potencials

Font: elaboració pròpia, 2018

4.7. Treball de camp

Un cop realitzat l'estudi de mercat teòric i establert el target market s'ha procedit al treball de camp pròpiament dit. Així doncs amb l'objectiu de conèixer el **perfil dels clients potencials i el seu comportament**, s'ha decidit complementar el present estudi amb la realització d'un treball de camp. La metodologia emprada ha consistit en la utilització d'una tècnica quantitativa, concretament en una **enquesta de 29 preguntes**⁸.

La tècnica de mostreig seleccionada ha sigut el **mostreig aleatori simple**, en el qual tots els components de l'univers, és a dir, totes les persones que tinguessin al menys un gos, tenen la mateixa probabilitat de ser escollits i formar part de la mostra.

Per tal de calcular la mostra representativa, s'ha utilitzat la següent fórmula:

$$n = \frac{Z_{\alpha}^2 N p q}{e^2 (N - 1) + Z_{\alpha}^2 p q}$$

Sent...

- univers: **28,7 milions**
- marge d'error: 10%
- interval de confiança: 95%.

La xifra de 28,7 milions de l'univers correspon a les dades explicades en l'apartat 2. *Marc teòric: "En el seu conjunt, els països europeus aglutinen un total de 82 milions de gossos", segons dades de FEDIAF, i "El percentatge de persones que té un gos i que se l'emporta de vacances se situa en un 35%", segons Ohr (2014).* Un cop conegudes les xifres, s'ha procedit a multiplicar 82 milions per 35%, així obtenint 28,7 milions.

Com a resultat, la **mostra representativa** s'ha situat en 97 persones, tot i que pels recursos econòmics i de temps limitats s'han realitzat el 62% o 60 d'enquestes. Les enquestes han estat dirigides en la seva gran majoria als propietaris de gossos provinents de Catalunya i la resta de l'Estat, ja que el 70% dels clients potencials de l'hotel procedeixen d'aquestes zones, procedint la resta d'enquestats d'Europa.

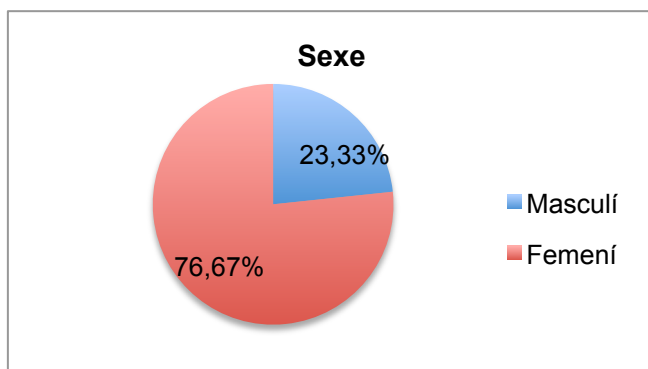
El tipus de les **preguntes** plantejades es caracteritza per ser **d'elecció múltiple**, on es poden trobar preguntes amb un ventall de respostes, a més d'altres amb un ítem obert (mencionat com a "*altres: (indicar)*"). També hi ha preguntes **d'estimació** ("*Amb quina freqüència creu que utilitzaria el servei de guarderia de pagament a l'hotel?*"). Segons la funció de les preguntes, hi ha una pregunta eliminatòria inicial, de "quants gossos en té?", i més endavant hi ha preguntes filtre ("*Si la resposta anterior ha estat Internet. Quin mitjà concretament?*"). Cal assenyalar que l'ordre de les preguntes no és accidental, sinó que s'ha començat per preguntes d'afluïxament o introducció per tal de generar interès i confiança amb l'enquestat, situant les preguntes referides als detalls econòmics ("*Quina és la despesa mitjana mensual que fa en la compra d'aliments per al gos?*").

Un cop l'estructura de l'enquesta ha estat elaborada, s'ha procedit al treball de camp pròpiament dit. Aleshores, per tal de conferir als resultats de l'enquesta una major solidesa, s'ha decidit realitzar enquestes a les diferents zones de la província de

⁸ Veure l'Annex 4

Tarragona i Barcelona. Així doncs els llocs concrets on s'han fet les enquestes han sigut Tarragona (parcs de gossos i les zones més cèntriques i les residencials); a Vilafranca del Penedès (a les zones verdes i al parc de gossos); i a Cambrils (la riera i el passeig marítim).

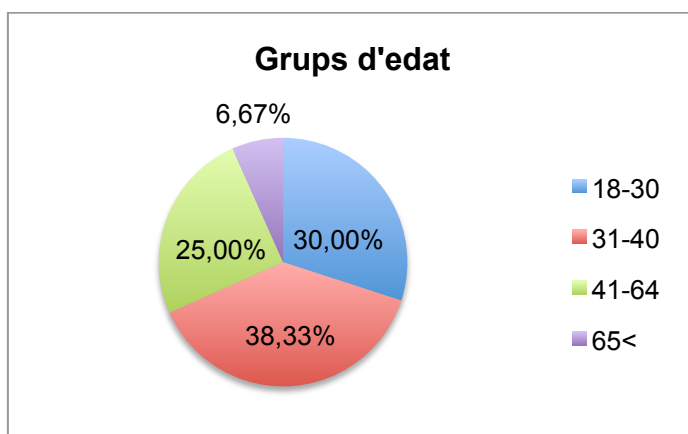
Gràfic 18 Sexe dels enquestats



Font: elaboració pròpia, 2018

S'ha enquestat aproximadament al 77% de dones i el 23% d'homes, tot i així cal dir que aquesta diferència és molt menor degut al fet que en algunes ocasions s'han enquestat a homes i dones en parelles.

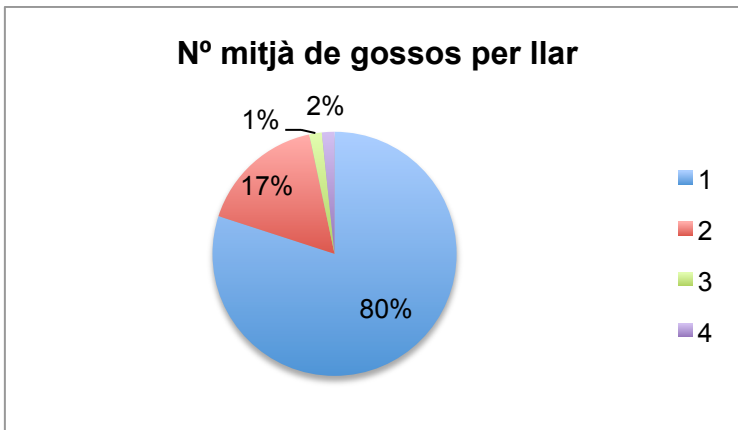
Gràfic 19 Grups d'edat



Font: elaboració pròpia, 2018

Pel que fa als grups d'edat als quals s'han realitzat les enquestes, s'ha intentat enquestar a una part de la generació de Milenials, la qual forma un mercat important en quant a viatges amb mascotes. La seva proporció ha constituït un 30%. També s'han enquestat a un 38% de persones entre 31 i 40 anys i a un 25%, d'entre 41-64 anys.

Gràfic 20 Nombre mitjà de gossos per llar

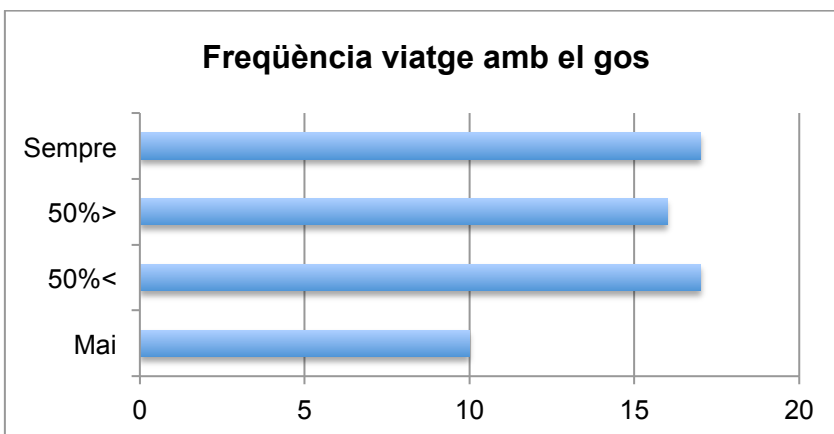


Font: elaboració pròpia, 2018

Pel que fa a la **tinència de mascotes**, el 80% de tots els enquestats presenten un gos, mentre que el 17%, dos gossos. El fet de conèixer aquesta dada és essencial per preveure els gossos que hi puguin estar allotjats a l'hotel, fet significatiu a l'hora de decidir el nombre de personal i quantitat de serveis del qual es disposarà per a la cura i entreteniment de gossos (nombre de llits, d'ensinistradors, etc.). Preguntant per l'etapa de vida dels gossos, s'ha observat que la gran majoria pertany a la fase d'adult, el 64% concretament, mentre que el 27% són cadells. Del total de 69 gossos que els propietaris han indicat tenir, el 48% d'ells són de mida gran; el 29%, petits; i el 23%, mitjans.

Els **cercadors més habituals** són els genèrics, utilitzats en un 82% de casos, ja que les noves tecnologies permeten posar diversos filtres que personalitzin la recerca. Un exemple d'això és el Booking, que permet cercar només hotels que admetin mascotes.

Gràfic 21 Freqüència de viatge amb el gos

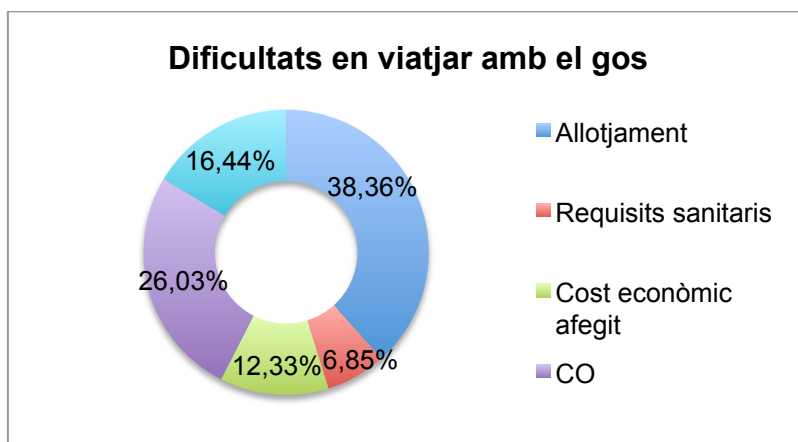


Font: elaboració pròpia, 2018

Creuant la **freqüència de viatge** amb el gos amb l'edat, s'ha observat que un 55% dels enquestats s'emporten el gos de vacances en més d'un 50% d'ocasions o sempre. Dins els 56,90% s'hi destaca la franja d'edat compresa entre 31 i 40 anys, els quals s'emporten el gos amb la freqüència indicada anteriorment en un 20,69%, seguida de la franja de 18 i 30 anys (17,24%). Mentre que combinant la freqüència de viatge amb el gos amb tipus de companyia habitual (parelles, famílies, etc.), s'ha pogut constatar que en el 27,59% dels casos són les famílies les que es decanten per emportar-se el gos de vacances, seguit de parelles, les quals ho són en el 19% d'ocasions.

Les dades relatives a la **pernoctació mitjana** amb el gos han mostrat que el 35% d'enquestats s'allotjaven entre 3 i 6 dies, mentre que les estades curtes i entre una i dos setmanes es donaven en un 20% de casos cadascuna.

Gràfic 22 Dificultats en viatjar amb el gos



Font: elaboració pròpia, 2018

Entre les complicacions més comunes a l'hora de viatjar amb el gos es troba la dificultat de trobar un allotjament que admeti mascotes, en un 38% de casos; i el cost d'oportunitat, és a dir, el fet d'haver de renunciar a certes activitats (museus, shopping, etc.) en les quals el gos no pot participar (26%). Pel que fa al cost econòmic afegit, només el 12% dels enquestats consideren aquest factor com a negatiu. En la categoria d'*Altres* hi figuren problemes com els marejos soferts pels gossos durant el viatge o el no poder endur-se el gos als àpats.

Segons els resultats de les enquestes, s'ha constatat que el 77% de persones han realitzat alguna vegada un curs d'ensinistrament per al seu gos i el 52% estaria disposat a provar-lo o tornar a fer-lo.

Els resultats han mostrat que el 64% dels enquestats estaria disposat a utilitzar el servei de guarderia, tot i que cal mencionar que una bona part d'ells han condicionat aquesta decisió a la presència d'unes condicions òptimes per al seu gos, com per exemple que el gos no estigui confinat en un espai. D'aquesta manera, en consistir la guarderia canina de l'hotel en tres casetes dins un filferro és possible que la proporció de clients que es decantin finalment per deixar el gos sigui menor. Això, però, forma part de l'estratègia, ja que físicament no hi ha més espai per oferir un espai més ampli per al gos, mentre que econòmicament, això suposaria una gran inversió.

Les investigacions han portat a concloure que el pinso que inicialment es plantejava vendre a la botiga de l'hotel no tingués èxit pel que fa als guanys, ja que el 92% dels enquestats han indicat que preferirien emportar-se el menjar de gos de casa. Com a motius d'aquesta justificació, els enquestats destacaven qüestions de salut i la incertesa de trobar un pinso en particular.

Pel que fa a la freqüència amb la qual els enquestats han llogat una bicicleta durant el viatge, s'ha observat que gairebé el 90% mai ho ha fet. Aquesta dada ha sigut útil a l'hora de pensar en l'adequació dels serveis oferts per l'hotel, ja que inicialment es plantejava llogar bicicletes, però els resultats han indicat la baixa probabilitat del seu ús, mentre que suposaven una gran inversió i costos de manteniment elevats.

5. Pla de màrqueting

En aquest apartat s'ha elaborat el màrqueting mix on es desenvoluparan en profunditat les característiques del producte, les estratègies de preu, els canals de distribució i les maneres de promocionar l'hotel.

5.1. Producte

La fase del cicle de vida en la qual es troba l'hotel és la del **llançament**, on cal emprar **estratègia de creació de demanda**. Com que l'oferta d'allotjaments per a viatgers amb mascotes com la que proporciona l'hotel Bordils You&Dog no existeix ni a nivell local ni a nivell al menys regional, hi ha avantatge de poder crear un nou mercat i per tant seguir l'estratègia de **l'oceà blau**.

Per començar, l'hotel Bordils You&Dog és un hotel rural de 3 estrelles ubicat a Bordils i orientat cap a viatgers amb mascotes, principalment gossos, ja que disposa de tot el necessari per garantir una bona experiència tant per al client com per al gos.

En quant la descripció física de l'hotel, es tracta d'un edifici d'estil colonial, actualment conservant peces originals, que disposa d'una superfície de 990m², dels quals 60m² els ocupa el hall i 80m² la terrassa. En total presenta **14 habitacions** amb els seus respectius banys⁹. L'hotel està envoltat per un jardí amb palmeres i arbustos, presentant una superfície de 3640m². A l'exterior s'hi troba una piscina de 10m x 4m, destinada per a l'ús dels clients i tres piscines petites per al gaudi dels gossos (una per als de mida gran, una altra per a la mitjana i l'altra per a la petita). A l'Annex 5 es poden apreciar espais distribuïts per plantes, a més del nombre d'habitacions i banys en cadascuna d'elles. Paral·lelament a l'Annex 6 es pot observar la distribució aèria dels espais que ofereix l'hotel, com el pàrquing per 10 cotxes, piscines per a gossos i la de clients, pista d'*agility*, guarderia canina, sauna i Spa i caseta independent que fa de suite. El restaurant-bar està ubicat a la terrassa, lloc que ha sigut tancat amb cristalls per tal d'oferir una temperatura agradable per romandre-hi al llarg de l'any. El tipus de servei és el de menú diari de menjar de caràcter local, regional, mediterrani i internacional. Tot i que no s'ofereix menjar per als celíacs, si els clients demanen per aquests productes amb antelació, es farà la comanda. També s'ofereix una àmplia varietat de begudes sense i amb alcohol que es poden consultar a l'Annex 7.

Estudiant els requisits que s'han de complir per categoritzar-se legalment com a hotel de 3 estrelles segons el **Decret 159/2012** s'ha comprovat que l'hotel disposés de tots els serveis i instal·lacions requerits per la llei (veure l'Annex 8) i quan s'ha detectat que no complia algun requisit (ascensor, bar, TV a les habitacions, caixa forta), s'ha procedit a la seva correcció mitjançant la instal·lació o compra d'aquests elements. Segons l'art. 20 sobre el full de notificació de preus, s'ha de proporcionar al client abans de la seva admissió certa informació sobre els preus pactats. A l'Annex 9 es pot consultar el *welcome* de l'hotel Bordils You&Dog amb tots els paràmetres requerits.

A més dels **serveis i instal·lacions** bàsiques obligatòries anteriorment mencionades l'establiment Bordils You&Dog presenta allò següent a les zones comunes:

⁹ La finca llogada inicialment presentava 14 habitacions i 11 banys, per la qual cosa s'han construït 3 banys de més.

- piscines de clor per als gossos
- piscina d'aigua salina per als clients
- restaurant amb servei d'esmorzar, dinar i sopar, i bar
- Spa&sauna
- pista d'agility
- guarderia canina (*de pagament*)
- wifi gratis
- recepció 24h
- personal que parla en català, castellà, anglès, francès, alemany i rus
- servei d'ensinistrament gos (*de pagament*)
- atenció veterinària bàsica
- pàrquing privat gratuït (sota disponibilitat)
- xemeneia i biblioteca comuna al hall de l'hotel
- servei d'ordinadors i fotocopiadora (*de pagament*)
- enviament d'una postal per habitació de manera gratuïta
- informació turística
- servei de despertador

Com a servei a destacar, l'hotel posa a disposició a tots els seus clients l'enviament d'una postal de l'hotel per a qualsevol persona del seu entorn, animant enviar-la a un familiar/amic que tingui gos, de manera gratuïta. D'aquesta manera, es considera que serà una gran oportunitat per promocionar l'hotel d'una forma poc convencional i donar-se a conèixer.

Les **habitacions dobles i quàdruples** presenten els següents serveis:

- TV
- climatització
- telèfon
- bany equipat (dutxa, bidet, inodor, paper higiènic i assecador)
- armari
- amenities (sabó de mans i de dutxa líquid, costurer i sabó en pastilla)
- caixa forta
- roba de llit i tovalloles

La **suite** presenta els següents serveis:

- jacuzzi
- TV
- telèfon
- climatització
- bany equipat (dutxa, bidet, inodor, paper higiènic i assecador)
- armari
- amenities (sabó de mans i de dutxa líquid, gel de dutxa i xampú en ampolletes, kit dental, sabó en pastilla i costurer) i barnús
- caixa forta
- roba de llit i tovalloles
- bullidor de té

Entre les **instal·lacions compartides per gossos** es troben:

- tanques
- tobogans
- gronxadors
- instal·lacions diverses a la pista d'*agility*
- joguines comunes
- 3 piscines
- guarderia canina (*de pagament*), consistent en 3 casetes de gos situades en una gàbia de 4m2 per caseta

Per tal d'oferir un servei complet de canals televisius per a tots els clients, s'ha adquirit un kit complet d'antena parabòlica de 80cm (amb LNB, suport, cable, connectors, receptor, brides i kit de fixació) que dona accés a satèl·lits Eutelsat 5° i Hotbird 13°, entre d'altres, així tenint canals tant nacionals com francesos, anglesos, italians, estatunidencs i russos, entre molts d'altres. D'aquesta manera es cobreixen les necessitats d'oci televisiu del target market de l'hotel.

Pel que fa als requisits i condicions a tenir en compte pels clients, entre aquests cal destacar que l'hotel accepta tota classe de gossos, a excepció de:

- gossos qui mostren o han mostrat comportaments agressius
- gossos ensinistrats per a l'atac (a persones o altres gossos)

També **s'admeten conills, conills porquins, hàmsters i ocells**, els quals hauran d'estar en una gàbia al dormitori dels amos. Els seus propietaris han de tenir en compte el fet que no s'ofereix cap tipus d'activitat per a ells. Qualsevol mascota que s'allotgi a l'hotel haurà de disposar de totes les vacunes obligatòries a Catalunya i tenir cartilla de vacunació al dia. En el cas del gos també caldrà tenir un microxip implantat, collaret antiparàsits i pipeta posada.

Entre les condicions de l'estada de la mascota es troben:

- totes les comoditats (piscines per gossos, pista d'*agility*, guarderia canina i casetes) estan pensades exclusivament per gossos
- dipòsit obligatori de 50 € pels possibles desperfectes causats per la mascota
- si el gos és sociable i no dona problemes, serà benvingut a esmorzar amb el seu amo a la terrassa comuna

En quant a les **polítiques de cancel·lació**, el client pot anular la seva reserva sense cap cost amb 48 d'antelació a la seva arribada. En cas que sigui dins els dos dies, se li cobrarà la primera nit.

Cal destacar l'existència del **programa de fidelització**, una eina de promoció molt important, amb el qual els clients habituals podran gaudir de certs avantatges com per exemple una hora extra d'ensinistrament de gos. La targeta del programa de fidelització s'oferirà al client a l'hora de realitzar el check-out, per tal d'incentivar-lo a repetir l'experiència. Per tant, es preveu que una bona part dels clients de l'hotel siguin repetidors. A més d'això, l'hotel disposarà d'un llibre comú i a la vista de clients d'opinions, suggeriments i queixes per tal de conèixer el grau de satisfacció i millorar els punts febles. Cal dir que l'hotel anima als clients a fer **donació** a qualsevol gossera de la regió, tot proporcionant exemple la mateixa empresa, donant el 5% dels seus beneficis a una gossera de Girona.

5.2. Preu

La determinació del preu d'un servei o producte és una de les decisions més importants a l'hora d'establir l'estratègia de negoci, ja que aquest farà que hi hagi menys o més ingressos o fins i tot si aquests es convertiran en beneficis o pèrdues. La política de preus que s'ha decidit emprar és la de **preus elevats**, amb l'objectiu de transmetre la singularitat i qualitat d'un servei innovador.

Per una banda per tal d'evitar riscos de tenir habitacions buides i per l'altra poder ingressar una major quantitat de diners quan hi hagi un excés de demanda, s'ha decidit emprar el **sistema de preus dinàmic**, és a dir, aquell que canvia en funció del mercat. Avui a dia el mercat d'hospitalitat és molt variable degut a diversos factors externs, com la situació econòmica o política i els continus canvis en les tendències de mercat i en la manera de viatjar. Aquest és el motiu pel qual els preus seran gestionats en funció de la rendibilitat, cosa que vol dir que el preu dependrà de les habitacions disponibles que hi hagi en un moment determinat i del moment de la compra. D'aquesta manera es pretén adaptar-se a les necessitats en temps real. Aquesta tasca serà portada a terme per la directora general que sóc jo.

El **preu de l'estada inclou** tot el que està indicat a continuació, a excepció de la taxa turística de 0,5€/nit (majors de 16 anys):

- tipus d'habitació i règim contractat
- piscina d'accés il·limitat
- 30min/setmana de Spa & Sauna
- altres instal·lacions comunes (TV, biblioteca, sala de jocs)
- pàrquing (sota disponibilitat)
- wifi
- allotjament d'1 gos
 - llit a l'habitació de l'amo o caseta canina fora (sota disponibilitat)
 - una joguina de benvinguda per qualsevol mascota
 - entrada il·limitada a les piscines i a la pista d'*agility*
 - altres (tovallols, antiparasitaris, manta, menjadora)
 - 21% de l'IVA

Pel que fa a les principals **fonts d'ingressos de l'hotel**, aquests són:

- **quota per ús.**
 - Lloguer d'habitacions (sistema de preus dinàmic)
 - Serveis de pagament (sistema de preus fixe):
 - Spa & Sauna extra
 - Ensinistrament
 - Guarderia canina
 - Passejos amb gossos
- **venda d'actius.**
 - Venda de productes botiga
 - Venda de begudes

Lloguer habitacions

Es pretén entrar amb un preu mitjà-alt amb la intenció de posicionar-se com a empresa líder en el nínxol de mercat existent i que no competeix pel preu sinó pel **valor**.

En els Gràfics 23, 24 i 25 es podran observar els preus de les habitacions per temporades i règims. Tot i haver un sistema de preus dinàmic, s'han establert uns preus base o **BAR (Best Available Rate)** amb l'objectiu de preveure els ingressos esperats i per tal de posicionar-se amb certs preus. Aquests s'han calculat tenint en compte els següents aspectes:

- competència (veure el Gràfic 12 i 13 de l'apartat 4.2. *Anàlisi de la competència*)
- competir per valor i no pas per preu
- temporades. A més d'estar establerts el preus en funció del calendari festiu, també segons la climatologia de Girona.

Gràfic 23 Preu per temporada i règim d'una habitació doble

11 habitacions dobles (preu per 2 persones nit)				Tarifa BAR
Temporades/Règim	Habitació	B&B	MP	PC
Temporada baixa	90€	100€	120€	140€
Temporada mitjana	115€	125€	145€	165€
Temporada alta	140€	150€	170€	190€

Gràfic 24 Preu per temporada i règim d'una habitació quàdruple

2 habitacions dobles d'ús quàdruple (preu per 2 adults i 2 nens/nit)				Tarifa BAR
Temporades/Règim	Habitació	B&B	MP	PC
Temporada baixa	110€	125€	155€	185€
Temporada mitjana	130€	145€	175€	215€
Temporada alta	160€	180€	220€	250€

Gràfic 25 Preu per temporada i règim d'una Suite

Suite/caseta independent (preu 2 pax/nit)				Tarifa BAR
Temporades/Règim	Habitació	B&B	MP	PC
Temporada baixa	145€	155€	170€	190€
Temporada mitjana	165€	175€	200€	220€
Temporada alta	200€	220€	250€	280€

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

*En els règims no estan incloses begudes (excepció: aigua)

*Bressol: gratuït. Sota disponibilitat.

*Cada gos addicional: 15€/dia.

*Si es reserva una estada d'una setmana o més, hi ha un 15% de descompte. Si es reserva una estada d'una setmana o més i es contracta el *Pack 1Setmana Agility*, hi ha un 20% de descompte a l'estada.

A continuació s'indiquen les temporades fixades:

- Temporada baixa: 04/11/19-05/03/20
- Temporada mitjana: 15/03/19-30/05/19 i 09/09/19-03/11/19
- Temporada alta: 31/05/19-08/09/19

Tot i haver temporades delimitades, a l'hora de determinar els preus es guia pel sistema de preus dinàmic, per la qual cosa dins de cadascuna els preus poden variar en sentit ascendent quan es tracti d'excés de demanda, caps de setmana i dies festius. I en sentit descendent quan hi hagi falta de demanda i situació conjuntural desfavorable.

Pel que fa a la diferència en els serveis i instal·lacions dels diferents tipus d'habitacions, les habitacions dobles estan dirigides a dos persones, especialment parelles. Malgrat que la suite també està orientada cap a un públic de parelles, es tracta d'una habitació molt més íntima i superior, fet que es denota en estar situada en una caseta independent, disposar del jacuzzi privat a l'interior i presentar més varietat d'amenitats. Així doncs es tracta de proporcionar una estada romàntica i de luxe. Mentre que el preu de les habitacions quàdruples inclou l'estada de 2 adults i 2 nens menors de 10 anys, havent de pagar un suplement de 20€/nit/adult extra en temporada baixa, de 35€/nit/adult en temporada mitjana i de 50€/nit/adult en temporada alta. Es tracta d'habitacions familiars més amples que les dobles i que disposen de dos llits de matrimoni.

Així doncs, a continuació es mostra el Gràfic 26 que indica els PVP per tipus d'habitació i règim, els quals s'explicaran més en detall en l'apartat 6. *Pla financer*.

Gràfic 26 Preu mig per temporada i habitació

Tipus habitació vs règim	Preu mig
Habitació doble	115€
Habitació doble B&B	125€
Habitació doble MP	150€
Habitació doble PC	165€
Habitació doble d'ús quàdruple	135€
Habitació doble d'ús quàdruple B&B	152,5€
Habitació doble d'ús quàdruple MP	187,5€
Habitació doble d'ús quàdruple PC	217,5€
Suite	172,5€
Suite B&B	187,5€
Suite MP	210€
Suite PC	235€

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

Spa & Sauna extra

Tot i estar inclòs mitja hora a la setmana de jacuzzi i sauna en el preu de l'estada del client, si aquest volgués tenir de més temps, sempre donant preferència als clients que no han gaudit d'aquest servei inclòs, els preus serien de 10€/hora per adult i de 5€/hora per nen (5-10 anys).

Pel que fa al control d'accés a la zona de sauna i jacuzzi, cal mencionar que qualsevol client que desitgi fer ús de sauna haurà de comunicar-lo a la recepció per tal que aquesta li sigui encesa i preparada. En el cas del Spa, el client també haurà d'adreçar-se a la recepció i demanar que li obrin el recinte vidriós on es troba situat el jacuzzi.

Servei d'ensinistrament

Amb l'objectiu de poder arribar a un públic de gossos més ampli, l'hotel Bordils You&Dog ofereix diferents maneres de fer participar el gos en les vacances i millorar el seu comportament i benestar. Entre les activitats de les quals pot gaudir el gos i fins i en alguns casos els seus propietaris es troben:

- *Pack 1Setmana Agility* Curs d'Iniciació al Canicross individual: 290€
- *Pack 5Dies Agility* Curs d'Iniciació al Canicross individual: 225€
- *Pack 3Dies Agility* Curs d'Iniciació al Canicross individual: 144€
- Curs Iniciació al Canicross individual: 50€/classe de 1,5h
- Curs cadells: 25€/classe de 1,5h

Guarderia canina

El segon problema durant el viatge que presenta el 26% de persones enquestades és el cost d'oportunitat que els suposa el fet d'haver de renunciar a la realització de certes activitats com la visita de museus, un àpat en restaurants o certes activitats que no es poden dur a terme amb el gos. D'aquesta manera l'hotel Bordils You&Dog, en detectar aquest inconvenient, ha decidit eliminar-lo mitjançant la proporció de tres espais pensats per deixar-hi el gos puntualment.

El servei de guarderia canina està disponible de 9 a 14 i els seus preus varien en funció de la quantitat d'hores, on el preu per hora establert se situa en 5€. Suposant que de mitjana es deixarà el gos per a quatre hores i en un 64% de casos, segons els resultats de les enquestes, es preveu que el preu de venda mitjà sigui de 20€.

Passejos amb gossos

En cas que el propietari desitgi que el seu gos fos passejat per una altra persona (desig de no llevar-se aviat o estar fora tot el dia), l'hotel ofereix el servei de passeig amb el gos d'una mitjana de 30 minuts i un màxim de 2 vegades al dia per un preu de 10€ per gos.

Botiga hotel

Tradicionalment una botiga de mascotes es considerava com a negoci de luxe, però que actualment està creixent degut al fet de considerar el gos com a integrant de la família i per tant donar més importància al seu benestar.

Per aquestes raons s'ha decidit oferir una mini-botiga, incorporada al mateix hall de l'hotel on els clients podran adquirir diversos productes assenyalats, amb el seu preu

de venda al públic (veure l'Annex 10). Cal apuntar que els productes que es venen s'han escollit en funció dels articles més exitosos segons varis articles i botigues online, on aquests són el menjar, els snacks, les joguines, els arnesos i similars, i les vacunes, entre altres.

S'ha decidit no vendre el pinso degut als resultats obtinguts de les enquestes, les quals han demostrat que el 92% de persones preferirien emportar-se'l de casa. Però en cas que algun client desitgés adquirir-lo a l'hotel, aquest tindria possibilitat d'obtenir-lo sempre que ho demani amb al menys 48 hores d'antelació.

5.3. Distribució

L'etapa de llançament la distribució és una de les parts clau ja que s'han de saber escollir els **canals de comercialització** adequats per tal de poder fer arribar el nou producte, és a dir, l'hotel Bordils You&Dog als clients finals. En el cas del nostre hotel s'utilitzaran tant el canal directe com indirecte, ja que la participació dels intermediaris fan que el producte sigui més accessible i sobretot que es doni a conèixer a un públic més ampli. En el cas del canal indirecte cal informar, motivar i incentivar als venedors, és a dir, les agències de viatges i majoristes a vendre les habitacions de l'hotel.

Els canals indirectes consistiran en distribuïdors majoristes d'allotjaments genèrics com Booking, el qual cobrarà una comissió del 15% del PVP, i d'altres especialitzats en allotjaments *pet friendly*, també amb una comissió acordada de 15%, com:

- <http://www.redcanina.es/perros/hoteles-que-admiten-perros/>
- <http://www.viajarconperros.es/>
- <https://www.seadmitenmascotas.com/>
- <https://gudog.com/alojamiento-para-perros-barcelona>
- <https://www.petitsgranshotelsdecatalunya.com/hoteles-admiten-perros/>
- <http://www.hotelesperros.com/>
- <http://www.petfriendlybooking.com/>
- <http://www.pettravel.com/pet-friendly-hotels-search.cfm>
- <http://www.viajes4patas.com/>
- <http://www.rastreator.com/hoteles-que-admiten-mascotas.aspx>
- <http://www.hotdogholidays.com/>

Tot i que el target market de l'hotel són els viatgers amb mascotes, el fet de no poder emmagatzemar habitacions, ja que es tracta d'un servei perible, també es pretén arribar a viatgers sense mascotes. D'aquesta manera es recorrerà al servei de majoristes i minoristes per tal de poder omplir les habitacions.

Els **canals directes o de nivell 0** consistiran en la pàgina web, la qual està sincronitzada amb el motor de reserves, fet que em permetrà veure en tot moment i en temps real les reserves que es realitzen. A més d'aquesta funció, els potencials clients podran dirigir-se a l'hotel per via telefònica i e-mail (info@hotelbordilsdog.com) per aclarir qualsevol dubte o gestionar alguna petició en particular.

El tipus de distribució que es farà servir és la **distribució selectiva** per donar una imatge d'especialització en el mercat de viatges amb mascotes, a més de tenir una major cobertura del mercat i incrementar el control del producte.

5.4. Promoció

El nom de l'hotel Bordils You&Dog no és casual, i en la seva elecció s'han tingut en compte diferents aspectes. En primer lloc s'ha volgut posar un nom que indiqués el públic objectiu al qual va dirigit, que són viatgers i els seus gossos, d'aquesta manera intentant evitar que les persones associessin l'establiment amb una mera residència o guarderia canina. Un altre factor significant és el fet de posar al principi del nom, Bordils – el poble. És una decisió feta en base a la promoció que se'n farà de l'hotel, ja que s'intentarà posicionar-se sobretot mitjançant **SEO** en Google. Així doncs quan una persona introdueixi en la seva cerca de Google "hotels Bordils" o simplement "Bordils" una de les primeres opcions serà l'hotel Bordils You&Dog. En cas que les persones que desitgen viatjar amb mascotes busquin un hotel "pet-friendly" en Booking.com o altres portals web especialitzats en hotels que accepten mascotes, que es destaquí la paraula "Dog".

Pel que fa a la promoció pròpiament dita, l'hotel utilitzarà els seus mitjans propis (web i telèfon) i aliens (intermediaris per quota i comissions) per tal de donar-se a conèixer i arribar al públic objectiu, és a dir, a persones propietàries de gossos que tenen intenció de viatjar amb el seu gos.

L'objectiu de la comunicació en la fase de llançament és **augmentar vendes**, informant als consumidors sobre l'existència del nou producte directament o amb l'ajuda d'intermediaris. L'hotel Bordils You&Dog s'esforçarà per posicionar-se orgànicament o mitjançant l'estratègia de màrqueting digital SEO, que a diferència del SEM té com a resultat que l'hotel sigui conegut sense la necessitat d'una publicitat pagada. Per aquest motiu és imprescindible escollir els *key words* amb els quals els usuaris podran trobar l'hotel a les seves recerques de Google, algunes de les quals seran "hotels", "gossos", "pet-friendly", "mascotes", "allotjament", "rural", "luxe", "Girona", "Bordils", etc. Així doncs es donarà molta importància a la promoció de la pàgina web a través de buscadors, especialment el mencionat anteriorment, perquè el 80% del tràfic d'una pàgina web arriba mitjançant aquestes cerques.

Cal dir que l'hotel es posicionarà pel seu innovador i singular servei de qualitat, per la qual no es competirà pel preu, sinó mitjançant la diferenciació per la qualitat, fet que implica uns preus més elevats que els de la competència.

La direcció de l'hotel també és conscient del fet que cada vegada més s'utilitzen Smartphones per realitzar consultes sobre un determinat servei a les pàgines web i per això la web de Bordils You&Dog oferirà un **disseny responsive**, és a dir, compatible i còmode per navegar tant des de diferents dispositius electrònics.

D'aquesta manera es cuidarà l'aspecte de la **pàgina web**, combinant textos i imatges atractius, amb una estructura que permeti trobar el que es busqui fàcilment i proporcionant enllaços externs per consultes en més profunditat. A més a més es tindran en compte els detalls tècnics d'aquesta com proporcionar una adequada velocitat de càrrega i escollir un domini i URL adequats. Amb l'objectiu de popularitzar la web es crearà contingut rellevant per després compartir-lo i difondre'l a les xarxes socials com Facebook, Twitter i Instagram, on els mateixos clients de l'hotel seran

invitats a deixar opinions i explicar la seva experiència a l'hotel. Tots aquests aspectes es plasmaran en la pàgina web de l'hotel, www.hotelbordilsdog.com. Aquesta pàgina web, amb un domini adquirit, ha sigut dissenyada i estructurada per mi mateixa amb un programa anomenat *WebSite X5 Professional 10*, mentre que el motor de reserves que s'hi ha afegit, ha sigut l'obra del meu pare. Aleshores la pàgina web oferirà al client la possibilitat de consultar la disponibilitat d'habitacions i reservar-les de forma immediata. Cal dir que la web disposa d'informació detallada diverses llengües sobre tots els aspectes que puguin ser d'utilitat i interès per als clients, com polítiques de cancel·lació, maneres d'arribar a l'hotel, polítiques aèries relatives a mascotes i informació complementària sobre les cures de gos. A més a més a l'hora de buscar el nostre hotel a través de canals indirectes com Booking o webs de "pet-friendly", aquest aparegui com a una de les primeres opcions i sàpiga transmetre la seva oferta única i atractiva. Sobretot es treballarà amb la pàgina web de Booking i Tripadvisor com a canals indirectes per vendre habitacions, ja que les enquestes han demostrat que el 82% de persones que tenen gossos cerquen allotjament per aquests cercadors genèrics.

Paral·lelament es farà **publicitat en la radio**, on s'ha decantat per aquest mitjà de comunicació ja que presenta una gran flexibilitat geogràfica i temporal i el seu baix cost. Un dels seus inconvenients és la dificultat de transmetre una gran quantitat d'informació, per la qual cosa el contingut serà breu (consistint en ubicar l'hotel, presentar breument els seus serveis principals i en lloc de donar telèfon, es proporcionarà la pàgina web). La publicitat es portarà a terme en dos grans zones geogràfiques: Tarragona i Barcelona. Pel que fa a la primera, es contractarà la franja de dilluns a divendres tarda en *Tarragona Ràdio 96,7 FM*, la qual cobreix el radi de Tarragona, Reus, Torredembarra, Altafulla, Salou, Cambrils, Valls i Reus, comptant amb uns 17.600 oients/dia, i el preu de la qual és molt econòmic (11,88€/anunci de dilluns a divendres de 15 segons). Mentre que a Barcelona serà *M80*, amb uns 85.000 oients diaris, que s'adreça a un públic d'entre 29 i 50 anys cosmopolita i nostàlgic de classe mitjana i mitjana-alta, a més de tenir un preu relativament baix (92,82€/anunci de 20 segons de dilluns a divendres de 14 a 20 hores). I a més a més en *Kiss FM*, que compta amb uns 911.000 oients diaris i està orientat a un públic adult d'entre 35 i 50 anys de classe mitjana i mitjana-alta, aspectes que es reflecteixen en el seu preu de 240€/anunci de 20 segons de dilluns a divendres de 08.00 a 20.00 hores. La publicitat en ambdues emissores es realitzarà en els primers cinc mesos (març-juliol 2019) dels tres primers anys per tal de donar-se a conèixer als clients potencials tant abans de fer vacances com durant l'època estival. Com que els preus són diferents, la publicitat en la radio de Tarragona es farà un cop a la setmana, mentre que en la radio M80 i KissFM.

6. Pla financer

Aquest últim apartat del projecte consisteix en sis blocs principals: la inversió inicial, les despeses fixes, els ingressos i costos mensuals previstos, el compte de resultats amb el resum a tres anys, el pla de tresoreria i el balanç de situació inicial i a tres anys.

6.1. Inversió inicial

La posada de marxa de qualsevol negoci requereix d'una inversió inicial, que anirà estretament relacionada amb el capital aportat per socis i el préstec financer.

Per començar, el capital aportat per l'única sòcia, jo mateixa, ascendeix a 125.000€ i el préstec sol·licitat al banc, a 120.000€. El préstec presenta un interès de 5%, sense carència i la seva devolució està sotmesa a 120 mesos. Aquesta quantitat de préstec ajudarà a suportar, per una banda una part de les despeses de la inversió inicial, i per l'altra assegurar que la tresoreria sigui positiva.

A continuació es presenta el Gràfic 27 en el qual es pot observar la inversió inicial classificada. Per tal de veure l'import per elements de l'immobilitzat material consultar l'Annex 11, i per veure la inversió addicional realitzada en el segon i tercer any consultar l'Annex 12 i 13 respectivament.

Gràfic 27 Inversió inicial

Immobilitzat material	66.547,18	Anys amortització	Amortització anual
Construccions	11.540,00	10	1.154,00
Maquinària	3.575,00	10	357,50
Utiltatge	1.566,29	10	156,63
Altres instal·lacions	38.823,76	10	3.882,38
Mobiliari	2.740,42	10	274,04
EPI	3.149,71	10	314,97
Altre immobilitzat material	5.152,09	10	515,20
Immobilitzat intangible	0,00		
Existències	3.857,36		
Botiga gos	930,06		
Begudes restaurant	601,75		
Begudes bar	203,25		
Amenities	325,77		
Material de oficina i fungible	185,34		
Productes alimentaris	1.611,19		

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

Cal mencionar que l'hotel està en règim de **lloguer amb opció a compra** a quatre anys amb tots els mobles inclosos, essent la inversió inicial bastant reduïda, havent d'adaptar l'edifici als requisits legal exigits pel Decret 159/2012 per a un hotel de 3 estrelles, com la construcció d'un ascensor o la compra de televisió i telèfon per a cada habitació. Tot l'immobilitzat s'amortitza a 10 anys.

Pel que fa a les existències, hi consten els articles comprats per a la seva posterior venda a la botiga de gossos interna de l'hotel¹⁰; les begudes a vendre¹¹ i productes

¹⁰ Veure l'Annex 14

¹¹ Veure l'Annex 15

alimentaris, amb el seu estoc de seguretat de 10%; l'aprovisionament d'una gran quantitat d'amenitats, amb preus econòmics gràcies a les economies d'escala; i material d'oficina necessari.

A més d'aquesta inversió inicial, també hi ha unes despeses inicials com les que comporta la constitució de la societat (contractació de notari, inscripció de l'establiment en el registre mercantil, obtenció de llicències i permisos municipals, etc.), les quals, en el seu conjunt ascendeixen, a 600€, i les despeses de registre de marca i nom comercial, de 124,12€, segons OEPM.

6.2. Despeses fixes

Les despeses fixes del present hotel són els que constitueixen el major repte financer i econòmic per a l'hotel, representant el primer any les despeses de personal el 67,54% de tota la despesa. Als Gràfics 28 i 29 es poden apreciar les despeses fixes categoritzades per als tres primers anys.

Gràfic 28 Despeses fixes primer any

Concepte	Primer any	
	Import anual	Despeses mensuals
Despeses de personal	239.984,08	19.998,67
Sous i salaris	181.806,12	15.150,51
Seguretat social	58.177,96	4.848,16
Subministraments	11.524,08	960,34
Aigua	2.709,48	225,79
Gas	1.311,36	109,28
Electricitat	5.819,88	484,99
Telèfon + Mòbil + ADSL	824,16	68,68
Boca d'incendis	859,20	71,60
Serveis exteriors	90.929,82	7.577,49
Gestoria fiscal i laboral	2.160,00	180,00
Bugaderia	17.795,52	1.482,96
Manteniment jardí	3.600,00	300,00
Servei anual de control de legionel·la	900,00	75,00
Arrendaments	60.000,00	5.000,00
Servei de correus	1.625,04	135,42
Primes d'assegurances	1.375,56	114,63
Serveis bancaris	2.400,00	200,00
Quota Dog Vivant	72,00	6,00
Publicitat	1.901,70	158,48
TOTAL	343.337,98	28.611,50

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

Gràfic 29 Despeses fixes segon i tercer any

Concepte	Segon any		Tercer any	
	Import anual	Despeses mensuals	Import anual	Despeses mensuals
Despeses de personal	239.984,08	19.998,67	276.647,50	23.053,96
Sous i salaris	181.806,12	15.150,51	209.581,44	17.465,12
Seguretat social	58.177,96	4.848,16	67.066,06	5.588,84
Subministraments	15.012,26	1.251,02	18.191,57	1.515,96

Aigua	4.402,92	366,91	5.455,32	454,61
Gas	2.163,74	180,31	2.360,45	196,70
Electricitat	6.654,12	554,51	8.584,32	715,36
Telèfon + Mòbil + ADSL	932,28	77,69	932,28	77,69
Boca d'incendis	859,20	71,60	859,20	71,60
Serveis exteriors	103.652,04	8.637,67	111.310,38	9275,87
Gestoria fiscal i laboral	2.160,00	180,00	2.160,00	180,00
Bugaderia	28.917,72	2.409,81	35.591,04	2.965,92
Manteniment jardí	3.600,00	300,00	3.600,00	300,00
Servei anual de control de legionel·la	900,00	75,00	900,00	75,00
Arrendaments	60.000,00	5.000,00	60.000,00	5.000,00
Servei de correus	2.625,06	218,76	3.250,08	270,84
Primes d'assegurances	1.375,56	114,63	1.375,56	114,63
Serveis bancaris	3.000,00	250,00	3.360,00	280,00
Quota Dog Vivant	72,00	6,00	72,00	6,00
Publicitat	1.901,70	158,48	1.901,70	158,48
TOTAL	359.548,39	29.962,37	407.049,45	33.920,79

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

Fent referència al **personal**, cal mencionar que és la major despesa que ha de suportar l'hotel, a més de ser la part més complexa de gestionar. El primer any hi ha 12 treballadors, els salaris dels quals, a excepció de la direcció, es fixen segons les categories establertes en el conveni d'Hosteleria 2017-2019 corresponent a la província de Girona. El departament que més despesa suposa és el d'allotjament, ja que s'hi imputa el sou de la direcció, del departament de Housekeeping i del de recepció. Pel que fa a aquest últim departament, els dies quan el recepcionista i ajudant de recepció tinguin dia de descans, jo mateixa m'encarregaré d'atendre els clients. Esmementant l'increment en els sous pel que fa al tercer any, es contractarà a personal addicional (veure Annex 16 i 17) degut a un major volum de clients.

Respecte el departament de **restauració**, s'ha decidit adjuntar el bar amb el restaurant, ja que el bar estarà al mateix espai que el restaurant, i per tant el mateix cambrer o ajudant de cambrer s'encarregarà d'atendre a la barra. Cal mencionar que s'ha decidit no disposar de mantellera tradicional per cobrir les taules, sinó adquirir la mantellera individual, fàcil de netejar i econòmica, una tendència a l'alça als hotels per tal d'estalviar costos de bugaderia.

Referint-se al servei de **l'ensinistrador**, s'ha decidit disposar d'un ensinistrador tenint en compte que el primer any hi haurà una mitjana de 12,8 clients allotjats al dia, dels quals es preveu que realitzin algun tipus de curs d'ensinistrament el 52%, tal i com s'ha pogut deduir dels resultats del treball de camp (enquestes). Cal assenyalar que s'ha decidit contractar a un ensinistrador perquè formi part de plantilla fixa i no pas com a autònom, ja que el sou mitjà d'un ensinistrador per hora oscil·la entre 30 i 40€ per hora, i per tant sent més rentable la primera opció.

La despesa dels **subministraments** suposen un 3,24% per a l'hotel, una bona proporció tenint en compte que l'energia és una de les despeses que més s'ha de controlar. Aleshores l'electricitat és el subministrament que representa la major despesa dins aquesta categoria degut a la llum que utilitzen tant els clients com la cuina, a més dels diversos serveis que requereixen d'electricitat, com la piscina

(motor), sauna o jacuzzi. La tarifa d'electricitat i gas contractada correspon al 3.2., que fa referència a consums superiors a 15.000kw.

Pel que fa als **serveis exteriors**, la gestoria fiscal i laboral serà l'encarregada de gestionar les nòmines dels treballadors i rendir comptes a la hisenda. També s'externalitza el servei de bugaderia, on es rentarà la roba de llit, tovalloles, etc. propietat de l'hotel. A més a més es contractarà un jardiner freelance per tal que dediqui unes hores al dia a la cura de la gespa natural i a les diferents plantes del jardí. Per últim, anualment es farà una revisió del control de legionel·la, portat a terme per una empresa externa, la qual s'encarregarà de revisar l'aigua sanitària de tot l'hotel (els punts crítics de l'habitació, com rentamans, inodor i dutxa, i els aspersors del jardí, entre d'altres). La despesa del servei de correus el primer any serà de 1625,04€ per un total de 2044 postals enviades. Per al seu càlcul s'ha considerat que el 70% de clients de l'hotel provenen d'Espanya, mentre que el 25% d'Europa i el 5% de la resta del món. A continuació s'ha multiplicat el nombre d'habitacions (14), per 365 dies i per l'ocupació de l'any (0,40 el primer any)¹². Els serveis bancaris fan referència al manteniment del compte, comissions per targeta, transaccions, etc.; la quota anual, a l'import que es paga a una plataforma online de venda d'habitacions anomenada Dog Vivant; i la publicitat, a la ràdio, explicada a l'apartat 5.4. *Promoció*.

6.3. Ingressos i costos mensuals previstos

En aquest apartat es presentaran els ingressos i costos esperats calculats en base a 30 dies laborals, resumits al Gràfic 30, i explicats en més en detall a continuació.

Gràfic 30 Costos i ingressos mensuals esperats per serveis

Productes/Serveis	Cost directe mitjà unitari	Preu venda mitjà unitari	Quantitat mensual	Costos mensuals	Ingressos mensuals
Habitació doble	38,14	115,00	6,6	218,95	660,19
Habitació doble B&B	53,85	125,00	19,9	927,57	2.153,13
Habitació doble MP	53,85	150,00	59,6	2.782,70	7.751,25
Habitació doble PC	53,85	165,00	46,4	2.164,27	6.631,48
Habitació doble d'ús quàdruple	46,25	135,00	1,3	50,75	148,12
Habitació doble d'ús quàdruple B&B	61,96	152,50	3,8	204,11	502,37
Habitació doble d'ús quàdruple MP	61,96	187,50	11,4	612,16	1.852,50
Habitació doble d'ús quàdruple PC	61,96	217,50	8,9	476,20	1.671,62
Suite	39,09	172,50	0,6	21,14	93,29
Suite B&B	54,80	187,50	1,9	89,05	304,69
Suite MP	54,80	210,00	5,6	267,15	1.023,75
Suite PC	54,80	235,00	4,4	207,74	890,84
Passejos amb gossos	4,58	10,00	60	928,86	1.456,70
Cursos gos	36,30	215,04	30	943,80	5.591,04
Guarderia canina	6,05	20,00	60	314,60	1.040,00
Venda articles botiga	930,06	1.456,70	1	3,64	130,00

¹²Veure l'Annex 18 per a més detall

Spa & Sauna extra	0,28	10,00	15	238,16	520,00
Venda begudes restaurant copes i refrescos	0,45	2,33	666	259,74	1.344,88
Venda begudes bar	0,85	6,57	240	176,80	1.366,56
Venda begudes restaurant ampolles	5,96	10,25	51	263,43	453,05
Vendes comissions intermediaris				3.552,48	
Material oficina				25,19	
Amenities				75,48	
Productes alimentaris				1.464,72	
Total mes				16268,69	35585,44
Total any				195.224,25	427.025,33

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

La taula està distribuïda en quatre grans blocs. El primer bloc fa referència als costos i ingressos que comporta el servei principal de l'hotel, que és la venda d'habitacions. El segon bloc consta de serveis de pagament que s'ofereixen a l'hotel. Al tercer hi és present el bloc d'ingressos i costos que suposa la venda de begudes. I per últim, el bloc de costos que comporta les comissions per la venda d'habitacions als intermediaris; i l'adquisició mensual del material d'oficina, dels amenities i dels productes alimentaris del restaurant.

Respecte el primer bloc, amb l'objectiu de calcular el cost directe mitjà unitari dels tres tipus d'**habitacions**, el cost per habitació (de dues persones en cas d'habitació doble i la suite i de quatre persones en cas de la quàdruple) comprèn les corresponents despeses de personal, de bugaderia, de servei de correus, de subministraments, de joguina de benvinguda i de publicitat (consultar els Annexos 19, 20, 21). Pel que fa al preu de venda mitjà unitari, s'ha calculat a partir de la mitjana del preu per tipus d'habitació i règim de la temporada alta i baixa. Per il·lustrar, en el cas de l'habitació doble el preu mig és de 115€, resultat de la suma de 90€ (el seu preu en temporada baixa) i 140€ (en temporada alta) i la seva posterior divisió entre 2.

L'ocupació de l'hotel s'ha establert basant-se, per una banda, en el grau d'ocupació d'hotels de Girona, explicat a l'apartat 4.2. *Anàlisi de la competència*, i per l'altra banda en el tipus del servei ofert, la grandària de l'hotel i l'estacionalitat. Pel que fa a l'ocupació per anys, s'ha considerat que l'ocupació del primer any seria aproximadament d'un 40% degut al desconeixement de l'hotel per part dels clients potencials, a més d'estar enfocat a viatgers amb gossos, fet que limita el nombre de clients potencials. El segon any l'ocupació incrementarà fins el 65%, gràcies a l'increment fins al 20% en reserves directes (web i telèfon) i a una major visibilitat en cercadors. El tercer any, es preveu que l'ocupació de Bordils You&Dog augmenti fins aconseguir el 80%, així superant l'ocupació mitjana d'hotels gironins, fet possible gràcies a una reduïda estacionalitat al llarg de l'any (està enfocat a viatgers amb interessos per fer turisme cultural, esportiu i altres alternatius a sol i platja); a la gran proporció de reserves directes (el 30%), gràcies als incentius del programa de fidelització; a la singularitat del servei (proporció d'un servei que satisfaci les necessitats del propietaris de gossos); i per últim a una grandària de l'hotel reduïda (14 habitacions). Tenint en compte l'ocupació del primer any, es preveu que com a màxim l'hotel tindrà 13 clients al dia, dels quals s'ha suposat que el 35% contractarà el règim

de pensió complerta, el 45% de mitja pensió, el 15% d'esmorzar i el 5%, només habitació. Així doncs es preveu que el primer any de mitjana hi hagi 4 persones en PC, 6 en MP, 2 en HD i 1 només habitació. El cost mitjà diari en els productes d'alimentació que s'ha calculat és de 1,29€ per persona en esmorzar; de 2,42€ per persona en dinar; i de 2,23 per persona en sopar. Aquestes quantitats s'han calculat a partir de la combinació dels plats del menú més cars i després més barats. En total el cost mitjà diari de menjar, amb l'aigua per als clients inclosa, ascendeix a 48,82€.

Dins el segon bloc, fent referència a l'adquisició de material per a la botiga de gossos, com que aquesta no és la principal font d'ingressos, l'estratègia a seguir es basarà en la compra mínima d'articles per tal de disminuir els costos d'emmagatzematge i els financers, coincidint el cost mensual amb les existències. Respecte els cursos de gos, per al càlcul del seu cost mitjà unitari s'ha agafat la quantitat monetària de sis hores de sou de l'ensinistrador, mentre que en el cas del cost de la guarderia canina i passeig amb gos, només una hora. El cost mitjà de la sauna és de 0,28€, degut que una hora de funcionament de sauna ronda aquesta xifra.

Explicant els costos i ingressos de les begudes de **restaurant i bar**, s'han fet una sèrie de suposicions del nombre de begudes alcohòliques i no alcohòliques que consumirien i adquiririen els clients allotjats de l'hotel al mes (veure l'Annex 22). Cal esmentar que per tal de tenir els costos de cada còctel elaborat a l'hotel el més realista possible, primer s'havia calculat el cost de tots els ingredients (veure l'Annex 23).

L'últim bloc, que correspon només als costos mensuals, inclou les **comissions d'intermediaris**, els quals s'han calculat multiplicant per 0,15 (15% de comissió com a estàndard) a la suma dels ingressos mensuals de totes les habitacions¹³. Els costos mitjans del **material de l'oficina** comprenen el tòner i paper. Els costos dels **amenities** inclouen els que proporciona l'hotel als clients allotjats en les habitacions dobles, quàdruples i suites, tenint en compte l'ocupació del 40%. Pel que fa als **productes alimentaris**, tot i que per les reduïdes dimensions de l'hotel i pel pressupost limitat l'hotel no presenti el departament de compres explícit, cal dir que les funcions pròpies d'aquest departament es portaran a terme per mi mateixa. Això es veu reflectit en la manera detallada que s'ha fet a l'hora de calcular el cost d'aliments. Per començar per tal de reduir imprevistos en el consum que ocorren en el cas d'oferir buffet lliure, s'ha decantat pel menú diari. D'aquesta manera s'han elaborat set menús diaris (veure Annex 25) que s'oferiran als clients al llarg de la setmana, on el menú de dinar i sopar consisteixen en dos primers plats, tres segons plats i quatre postres, a escollir un de cada categoria, mentre que del menú d'esmorzar el client podrà escollir dos plats principals d'entre sis, una beguda i una fruita. A l'hora d'elaborar aquests menús s'han tingut en compte varis factors. En primer lloc, la procedència de plats, oferint plats locals, regionals, nacionals i internacionals; la no repetició en un mateix menú diari de productes del mateix tipus de carn o peix; la facilitat d'elaborar el plat; la quantitat d'ingredients requerits; i el seu cost unitari¹⁴. Així doncs en observar que el cost d'un plat superava els tres euros (per exemple en el cas de fideuà) s'ha procedit o bé a retallar la quantitat d'ingredients més cars (gambes), rebaixar la seva qualitat (en lloc de gambes fresques, gambes congelades) o bé eliminar totalment els ingredients

¹³ Veure l'Annex 24

¹⁴ Per a més detall veure l'Annex 26 (cost per ingredient de cada plat) i Annex 27 (llistat de preus de compra de tots els productes alimentaris)

el preu dels quals era massa elevat (per exemple llagostins). A més a més, quan s'observava que el cost d'un plat era reduït s'ha decantat per incloure'l més cops al menú. Pel que fa al cost dels ingredients, i per consegüent del menú, s'ha realitzat una cerca de majoristes online per tal de poder posar preus el més aproximats i reals possibles (sense IVA, estalvi de costos en utilitzar economies d'escala, etc.). Amb l'objectiu de portar un major control d'estoc es realitzarà compra setmanal planificada, la qual consistirà a comprar la quantitat necessària d'aliments i begudes basant-se en la previsió de l'ocupació. L'estoc de seguretat tant de productes alimentaris com de begudes comprendrà disposar sempre d'un 10% de la quantitat que es preveu consumir per tal de no quedar-se sense existències, fet que podria representar un greu problema durant la temporada alta. Un cop al mes es realitzarà el control d'estoc mitjançant la tècnica de FIFO (els primers ítems a entrar, són els primers a sortir) d'aquesta manera les existències finals queden valorades als preus més recents.

6.4. Compte de resultats: resum a quatre anys

Un cop coneguts els costos i ingressos mensuals, les despeses fixes i la inversió inicial, s'ha procedit a realitzar el compte de resultats i fer el Gràfic 31, en el qual queden reflectits els resultats operatiu, el d'abans d'impostos i el de l'exercici, així com l'EBITDA, el resultat abans d'impostos, interessos i amortitzacions.

Gràfic 31 Compte resultats a quatre anys

	31/12/19	31/12/20	31/12/21	31/12/22
Vendes productes/serveis	427.025,33	689.816,71	854.050,69	854.050,69
Cost directe de les vendes	195.224,25	315.365,26	390.453,73	390.453,73
Marge contribució brut	231.801,07	374.451,46	463.596,97	463.596,97
Despeses de personal	239.984,08	239.984,08	276.647,50	276.647,50
Serveis exteriors	104.078,02	122.564,31	130.401,95	130.401,95
Amortitzacions immobilitzat	6.654,72	6.654,72	6.654,72	6.654,72
Resultat operatiu	-118.915,74	5.248,35	49.892,80	49.892,80
Despeses financeres	5.784,50	5.299,03	4.788,72	4.252,31
Resultat abans impostos	-124.700,25	-50,68	45.104,08	45.640,49
Impostos sobre beneficis	0,00	0,00	0,00	0,00
Resultat de l'exercici	-124.700,25	-50,68	45.104,08	45.640,49
% Marge contribució brut	54,28%	54,28%	54,28%	54,28%
% Resultat operatiu	-30,66%	-0,98%	4,44%	4,44%
EBITDA	-124.261,02	-96,93	44.547,52	44.547,52

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

Cal mencionar que el 2019 i el 2020 no es farà donació a cap gossera (allò mencionat a l'apartat 5.1. *Producte*) degut als beneficis negatius i simbòlics, respectivament. Així doncs el 2021 el resultat de l'exercici no serà 45.104,08€, sinó 42.848,88€ en haver donat un 5% a una gossera de Girona.

El primer i segon any l'empresa no haurà de pagar l'impost sobre beneficis o l'impost de societats degut que el resultat abans d'impostos ha sigut negatiu, de -124.700,25€ i -50,68€, respectivament. El tercer i quart any, tot i haver beneficis, l'hotel no haurà de tributar a la hisenda, sinó que s'haurà de tenir en compte la diferència de la resta entre el resultat abans d'impostos del segon any (-50,68€) i del primer (-124.700,25€). Com a resultat dóna -124.705,93€ i per tant en ser negatiu, no es tributa. Aquesta operació es

repeteix fins a obtenir un resultat positiu i tributant el 25% sobre el resultat abans d'impostos. D'aquesta manera, la hisenda compensa les pèrdues que hagi tingut l'empresa.

En decidir no repartir els beneficis, a més de la reserva legal del 10%, es deixen tots els beneficis com a reserva voluntària, d'aquesta manera capitalitzant l'empresa. La decisió per part de la direcció de no retirar els beneficis per a les seves despeses personals és deguda al fet que hauria de tributar l'IRPF, podent arribar a pagar un impost de més del 50%.

6.5. Pla de tresoreria

A continuació es presenta el Gràfic 32 on es mostren els fluxos de caixa de l'hotel a l'inici i durant els quatre primers anys.

Gràfic 32 Pla de tresoreria a quatre anys

	Inicial	31/12/19	31/12/20	31/12/21	31/12/22
Resultat de l'exercici		-124.700,25	-50,68	45.104,08	45640,49
Influència dies de cobrament		0,00	0,00	0,00	
Influència dies de pagament		12.006,29	27.414,37	9.386,06	24012,90
Amortitzacions immobilitzat		6.654,72	6.654,72	6.654,72	6.654,72
Impost societats		0,00	0,00	0,00	
Flux de tresoreria		-106.039,24	34.018,40	61.144,85	76.308,11
Préstecs rebuts	120.000,00	120.000,00			
Capital	150.000,00	150.000,00			
Inversió en immobilitzat	66.547,18	66.547,18	354,27	161,88	161,88
Inversió en existències	3.937,87	3.937,87			
Devolució de préstecs		9.488,93	9.974,40	10.484,71	11.021,13
Pagament impostos any anterior			0,00	0,00	0,00
Benefici repartit			0,00	0,00	0,00
Tresoreria generada	199.514,95		23.689,73	50.498,26	65.286,98
Tresoreria inicial			83.986,78	107.676,51	158.174,77
Tresoreria final		83.986,78	107.676,51	158.174,77	223.461,76

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

En analitzar la taula de dalt, s'observa que la tresoreria generada de tots els anys és positiva, fet que indica que l'empresa no presenta problemes de solvència. D'aquesta manera la tresoreria final també és positiva, fet que indica que l'empresa cobra més del que paga. Aquest resultat és possible gràcies, sobretot, al gran capital aportat i a les condicions del préstec sol·licitat.

6.6. Balanç de situació

A continuació es presenta el balanç de situació en quatre moments concrets: l'inicial, que reflecteix l'estat econòmic de l'empresa a l'inici de la seva activitat, és a dir, el 15 de març del 2019; a 31 de desembre del 2019, 2020, 2021 i 2022.

Gràfic 33 Balanç de situació a quatre anys

	Inicial	31/12/19	31/12/20	31/12/21	31/12/22
Immobilitzat material i tangible	66.547,18	66.547,18	66.901,45	67.063,33	67.063,33
Amortització acumulada	0	6.654,72	13.309,44	19.964,15	19.964,15
Actiu no corrent	66.547,18	59.892,46	53.592,01	47.099,18	47.099,18
Existències	3.937,87	3.937,87	3.937,87	3.937,87	3.937,87
Clients	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
Tresoreria	199.514,95	83.986,78	107.676,51	158.174,77	223.461,76
Actiu corrent	203.452,82	87.924,65	111.614,38	162.112,64	227.399,63
TOTAL ACTIU	270.000,00	147.817,12	165.206,40	209.211,82	267.844,09
Capital	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00	150.000,00
Reserves		0,00	-124.700,25	-124.750,93	-79.646,85
Resultat de l'exercici		-124.700,25	-50,68	45.104,08	45.640,49
Patrimoni net	150.000,00	25.299,75	25.249,07	70.353,15	115.993,64
Préstec a llarg termini	110.511,07	100.536,67	90.051,96	79.030,83	67.447,17
Passiu no corrent	110.511,07	100.536,67	90.051,96	79.030,83	67.447,17
Préstec a curt termini	9.488,93	9.974,40	10.484,71	11.021,13	11.583,65
Proveïdors	0	12.006,29	39.420,66	48.806,72	72.819,62
Passiu corrent	0	21.980,69	49.905,37	59.827,84	84.403,27
TOTAL PASSIU I PATRIMONI	270.000,00	147.817,12	165.206,40	209.211,82	267.844,09

Font: elaboració pròpia a partir de diverses fonts, 2018

De l'anàlisi de el Gràfic 33 es pot apreciar que en tots els quatre anys l'actiu corrent supera el no corrent, fet que indica un fons de maniobra positiu i per tant demostra que l'empresa té prou recursos per fer front als seus deutes immediats.

Pel que fa al passiu (finançament aliè), el passiu no corrent supera el corrent durant els tres primers anys, indicador favorable per a l'hotel, ja que el termini de venciment dels deutes és major i per tant l'empresa haurà de pagar als seus prestadors i proveïdors més tard.

Referint-se al patrimoni net, tot i que a l'inici de l'activitat aquest és superior al total del passiu, durant els primers quatre anys aquest serà inferior al passiu, fet que indica que per finançar-se, l'empresa requerirà de recursos aliens. Es tracta d'un indicador no gaire positiu, ja a qualsevol companyia li interessa més finançar-se amb els seus propis recursos que no pas amb contraure deutes, que serà el nostre cas.

6.7. VAN i TIR

Amb l'objectiu d'estudiar la rendibilitat del negoci i determinar doncs si és viable o no, s'ha procedit a calcular el VAN i TIR, sent el Valor Actual Net el criteri d'inversió amb el qual es coneixerà la quantitat de guanys o pèrdues actualitzada de l'hotel, mentre que la Taxa Interna de Retorn, la taxa de rendibilitat de la present inversió.

Per al càlcul del VAN a quatre anys, s'ha empleat la següent fórmula:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+k)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+k)} + \frac{F_2}{(1+k)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+k)^n}$$

Sent...

- Inversió inicial: 198.790,83€
- Tipus de descompte: 5%
- Flux 1: 83.986,78
- Flux 2: 23.689,73
- Flux 3: 50.498,26
- Flux 4: 65.286,98

Com a resultat, el VAN=17,93€. Com que el VAN>0, el valor actualitzat dels cobraments i pagaments futurs amb un tipus de descompte de 5%, es pot afirmar que l'hotel generarà beneficis.

Respecte la TIR, s'ha empleat la següent fórmula, utilitzant les mateixes dades numèriques que per al càlcul del VAN:

$$VAN = -I_0 + \sum_{t=1}^n \frac{F_t}{(1+TIR)^t} = -I_0 + \frac{F_1}{(1+TIR)} + \frac{F_2}{(1+TIR)^2} + \dots + \frac{F_n}{(1+TIR)^n} = 0$$

La TIR, doncs, és de 5%, indicant així el percentatge de benefici generat per la present inversió. Donat que la TIR=k, és a dir, TIR=5%, aquesta inversió es podrà portar a terme sempre que es millori la posició competitiva de l'hotel, en cas contrari hi ha risc que la inversió s'hagi de refusar.

7. Conclusions

La literatura mostra que la indústria hospitalària està canviant, havent d'adaptar-se a les noves tendències de viatge i de perfil del turista. Així mateix el turisme "pet-friendly" està en continu creixement gràcies a la transformació de la concepció de la mascota, passant de ser un subjecte passiu a un membre més de la família, els propietaris de la qual es preocupen per garantir el seu benestar. D'aquí el desig del propietari de poder viatjar amb la seva mascota i disposició per invertir més recursos econòmics perquè aquesta estigui còmoda.

D'aquest desig o necessitat, aleshores, sorgeix la idea de comprovar la viabilitat econòmica i financera del present hotel Bordils You&Dog que va més enllà d'un simple allotjament que accepta mascotes, sinó que ofereix serveis enfocats tant al benestar i diversió dels gossos (tobogans, gronxadors, piscines gossos, etc.) com al dels seus propietaris (jacuzzi, sauna, piscina, etc.).

L'hotel Bordils You&Dog compta amb múltiples avantatges com la seva localització estratègia, situat a 30 kilòmetres de Girona, el context econòmic i turístic favorable i l'interès en el producte del potencial target market. Amb l'objectiu de captar determinats clients (viatgers amb gossos amb poder adquisitiu mitjà o mitjà-elevat), la promoció i la distribució del producte (habitacions de l'hotel) correspondran a l'estratègia de preus més elevats, tot i no exclusius, degut a les seves característiques singulars.

Estudiant la viabilitat de l'hotel, s'ha establert un pla financer que compren l'anàlisi de la inversió inicial necessària per tal de posar en funcionament el negoci, la qual és relativament reduïda gràcies a l'acord arribat durant la negociació amb els propietaris de realitzar un contracte de lloguer de la finca (hotel) amb opció a compra a tres anys i no pas a la seva adquisició immediata, acció planejada inicialment, però inviable per la gran inversió que requeria. Malgrat tenir solucionat aquest punt, l'empresa haurà de fer front a les despeses mensuals fixes, els quals ascendeixen a 343 mil euros anuals el primer any, degut a la necessitat de mantenir una plantilla de personal fixa i uns serveis externs imprescindibles tot i haver una taxa d'ocupació baixa (40%). En ser l'import d'aquestes despeses molt superior al marge brut (ingressos-costos) que obté l'hotel el primer any, de 231 mil, l'empresa tindrà un resultat de l'exercici negatiu de 124 mil euros el primer any i de 50 euros el segon. A partir del tercer any el resultat serà positiu.

Resumint les principals conclusions a les quals s'ha arribat un cop contextualitzada la rellevància del turisme de mascotes i realitzat l'estudi de mercat i el pla financer, es pot afirmar que l'hotel Bordils You&Dog és viable i genera beneficis, podent recuperar la inversió inicial a partir del quart any.

8. Bibliografia

AARP (2015). Travel Research: 2016 Travel Trends. Recuperat el 11/02/2018 de <https://www.aarp.org/>

Afonso, T. et al. (2008). Mercado pet em ascensão - Hotelaria para cães e gatos em São Paulo. *Revista Brasileira de Pesquisa em Turismo*. v. 2, n. 4, p. 102-123, 10. Recuperat el 11/02/2018 de <https://www.rbtur.org.br/rbtur/article/view/120>

Anònim (1985). *The moving tale of flying pets; Animals and air transport*. *Pakistan Hotel and Travel Review*, (7)7, 14-15. Recuperat el 01/03/2018 de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13032917.2014.942327?scroll=top&needAccess=true>

Anònim (2001). Pet travel scheme welcomes first passengers. *Leisure tourism*. Recuperat el 02/03/2018 de <https://www.cabi.org/leisuretourism/news/4823>

APPA (2018). The 2017-2018 APPA National Pet Owners Survey Debut. Recuperat el 10/05/2018 de http://www.americanpetproducts.org/pubs_survey.asp

Carr, N.&Cohen, S. (2009). Holidaying with the family pet: No dogs allowed! *Tourism and Hospitality Research*, 9(4), 290–304. Recuperat el 11/02/2018 de <http://journals.sagepub.com/doi/abs/10.1057/thr.2009.10>

CCOO (2017). Convenio colectivo interprovincial del sector de la industria de hostelería y turismo de Cataluña 2017-2019. DOGC, núm. 7589. Recuperat el 02/05/2018 de <http://www.ugt.cat/>

FEDIAF (2016). Facts & Figures 2016. Recuperat el 15/02/2018 de <http://media.ofcom.org.uk/facts/>

Glasser, M. R. (2013). Dog Park Design, Development, and Operation. *Human Kinetics*. Recuperat el 09/05/2018 de <https://bit.ly/2jLfmZD>

Hung, K. P. et al. (2013). Taking Dogs to Tourism Activities: Incorporating Attachment Into a Pet-Related Constraint-Negotiation Model. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 40(3), 364–395. Recuperat el 09/02/2018 de: <http://doi.org/10.1177/1096348013503992>

INE (31/01/2017). Encuestas de ocupación en alojamientos turísticos extrahoteleros. Diciembre 2016 y año 2016. Datos provisionales [Comunicat de premsa]. Recuperat el 15/02/2018 de <http://media.ofcom.org.uk/facts/>

Ley 19/2009, de 26 de noviembre, del acceso al entorno de las personas acompañadas de perros de asistencia. Boletín Oficial del Estado, núm. 309, de 24 de diciembre de 2009, pp. 109461 a 109478. <http://sid.usal.es/leyes/discapacidad/15022/3-2-1/ley-19-2009-de-26-de-noviembre-del-acceso-al-entorno-de-las-personas-acompanadas-de-perros-de-asistencia.aspx>

Ohr, R. (2014). *Pet Study – “Pet Ownership as Economic Factor”*. Gotinga. Recuperat el 11/02/2018 de <https://www.uni-goettingen.de/.../pet...pet+ownership...economic+factor.../500479.html>

Osterwalder, A.&Pigneur, Y. (2011). *Generación de modelos de negocio. Un manual para visionarios, revolucionarios y retadores*. [PDF] Centro Libros PAPP, S. L. U., pp.1-285. Recuperat el 10/02/2018 de <http://www.planetadelibros.com/generacion-de-modelos-de-negocio-libro-49022.html>

PFMA (2017). Pet Data Report. Recuperat el 15/02/2018 de https://www.pfma.org.uk/_assets/docs/Datareport/PFMA-Pet-Population-Report-2017_WEB.pdf

Richter, N. (n.d.). *The Millennial Pet Owner Introduction to Wakefield Research*. PIJAC. <https://www.pijac.org/sites/default/files/.../2014T2TpptRichter.pdf>

Taillon, J. (2014). Hotel pet policies: an assessment of willingness to pay for travelling with a pet. *Anatolia – An International journal of Tourism and Hospitality Research*, (26)1, 89-91. Recuperat el 01/03/2018 de <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/13032917.2014.942327?scroll=top&needAccess=true>

9. Webgrafia

5 Fuerzas de Porter (02/03/2018)
Accuweather (18/02/2018)
ACOMPANY Gestoría (20/03/2018)
Al Campo (29/04/2018)
Amazon Piscina Mascotas (20/04/2018)
Amenities Pack (22/04/2018)
American Veterinary Medical Association (20/04/2018)
Animals Protection Tribune (02/03/2018)
Anuncios Radio (17/03/2018)
Ark Animals (05/05/2018)
Articles botiga (15/03/2018)
Blogspot Mapa de Posicionamiento (17/03/2018)
BOE (14/03/2018)
Booking.com (17/02/2018)
Bordils (10/01/2017)
Bordils Turisme (10/01/2017)
Cadena Ser (17/03/2018)
Calor y Frío Consumo (05/05/2018)
Calor y Frío Sanitarios (05/05/2018)
Can Dama (27/01/2018)
CANMIGOS (17/02/2018)
Casas Rurales Girona (27/01/2018)
Catalunya Pet-friendly (17/02/2018)
Catalunya Press (17/03/2018)
Cats-club (02/03/2018)
Central de Compras Hosteleria (10/04/2018)
Clima Girona (18/02/2018)
Club Rural (27/01/2018)
Col·legis i associació d'agents immobiliaris (24/01/2018)
Corporació Catalana de Mitjans Audiovisuals (19/04/2018)
Correos (15/03/2018)
Crono Share Mantenimiento Jardín (15/03/2018)

Cuaderno de Márqueting (02/03/2018)
Cuina Catalana (18/03/2018)
Departament d'Empresa i Coneixement (22/02/2018)
Diari de Tarragona (15/02/2018)
Diesl.com (12/05/2018)
Dieta Mediterránea (18/03/2018)
Digital Mantenimientos (12/05/2018)
Directo al Paladar (19/04/2018)
Dog Vivant (15/03/2018)
Donurmy (22/04/2018)
Droplak (02/03/2018)
El Compas (18/04/2018)
El Comprador (26/03/2018)
El Gran Negocio (15/03/2018)
Emprendedores (14/03/2018)
Empresa Municipal Mixta d'Aigües de Tarragona (13/03/2018)
Enciclopèdia (10/01/2017)
Enciclopèdia (10/01/2017)
Enciclopèdia (19/01/2018)
Energias de Portugal (14/03/2018)
Energias de Portugal (14/03/2018)
Espicias Pedroza (20/04/2018)
Europea Térmica Eléctrica (29/04/2018)
European Comission Pets (20/02/2018)
Experian (02/03/2018)
Factor Energia (14/03/2018)
Gallina Blanca (20/04/2018)
Generalitat Catalunya (15/01/2017)
Generalitat Catalunya Tinença de gossos potencialment perillosos (02/02/2018)
Girona Demografia (18/02/2018)
Girona Turisme (19/01/2018)
Girona Turisme (30/01/2018)
Girona Viajes Baratos (26/02/2018)
Gran Blau (24/04/2018)

Grau Online (26/03/2018)
Guia Animal (15/02/2018)
Habitacía Hotel Bordils (09/01/2018)
Habitissimo (03/03/2018)
Hogar Mania (24/04/2018)
Hosteltur (08/05/2018)
Hotel Balneari Vichy Catalan (17/02/2018)
Hotel Costa Bella (17/02/2018)
Hotel Ultonia (17/02/2018)
HP Online Store (15/03/2018)
IDESCAT Allotjaments hotelers (24/01/2018)
IDESCAT Allotjaments rurals (24/01/2018)
IDESCAT Municipi en Xifres (10/01/2017)
IKEA (22/04/2018)
ING Negocios (04/05/2018)
Jamonarium (29/04/2018)
Joan Carles Prats (15/02/2018)
Juegos al Aire Libre (20/04/2018)
Klimer (20/04/2018)
La Fundación Ecología y Desarrollo (07/03/2018)
La Martana (15/03/2018)
La Tienda Vichy (26/03/2018)
Leroy Merlin (29/04/2018)
Lider Papel (29/04/2018)
Limpiezas Limce (14/03/2018)
Lladruc Blog (26/02/2018)
Makro (19/03/2018)
Mascotas y Accesorios (17/03/2018)
Masmit Carnicería (29/04/2018)
Material piscina (03/03/2018)
Media Markt (03/03/2018)
Media Markt (15/03/2018)
Mercasa (26/03/2018)
Mind Tools (01/03/2018)

Multi Mascota (20/04/2018)
Noticias jurídicas (02/02/2018)
Oficinas Montiel (18/04/2018)
Panafonic (13/05/2018)
Patata Barata (20/04/2018)
Paw House Inn (16/02/2018)
Pedres de Girona (19/01/2018)
Pet Food Manufacturer's Association (05/02/2018)
Pet Secure (11/02/2018)
Pet Travel (15/02/2018)
Plan General Contable (20/04/2018)
Portafolio (15/03/2018)
PYMES y Autónomos (15/03/2018)
Red Canina (10/01/2017)
Reformas Servicios (03/03/2018)
Reservas de Alojamientos (03/03/2018)
Santalucia (20/04/2018)
Se Admiten Mascotas (17/02/2018)
Securame (10/04/2018)
Shopify (15/03/2018)
Sky Scanner (15/02/2018)
Solo Stocks (30/03/2018)
Survey Monkey (26/03/2018)
Tarifas de Gas y Luz (05/05/2018)
Tecno Hotel News (29/04/2018)
Terra Girona Grau Ocupació per Habitacions (18/02/2018)
Terra Girona Pes Sector Turístic (27/01/2018)
Terra Girona Pes Sector Turístic Total (27/01/2018)
Terra Girona Activitats Sector Serveis (27/01/2018)
Terra Girona Atur (27/01/2018)
Tienda Animal (04/02/2018)
Tindeo (04/02/2018)
Top Rural (27/01/2018)
Tourism-review Best pet-friendly hotel chains (15/02/2018)

Tourism-review Dog-friendly opportunities (15/02/2018)

Tourism-review Non-pet-friendly guests (15/02/2018)

Tourism-review Pet tourism challenges (15/02/2018)

Unilever Food Solutions (24/04/2018)

Venta-única Bar (22/04/2018)

Venta-única Sauna (22/04/2018)

Vino Sensación (20/04/2018)

VIX Còcteles (20/04/2018)

Vodafone (12/03/2018)

Washington Post (01/02/2018)

Web del Hidromasaje (22/04/2018)

Worldometers (26/03/2018)

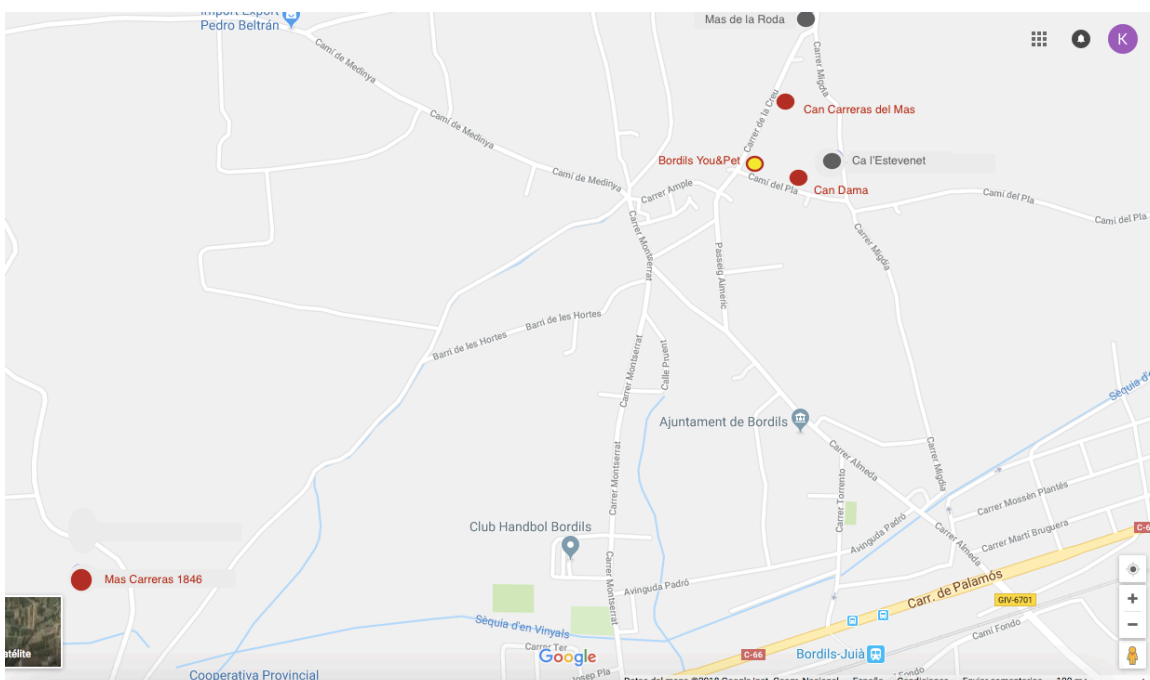
Worten (29/04/2018)

10. Annexos

Annex 1 Logotip Hotel Bordils You&Dog



Annex 2 Ubicació competidors i Boridls You&Dog



Font: Google Maps, 2018

Annex 3 Proveïdors secundaris

Nom empresa	Producte/servei contractat
Acompany	Assessoria jurídica legal i fiscal
ING	Banc
Santalucia	Companyia asseguradora
Dog Vivant	Intermediari (venta habitacions)
Redcanina.es	Intermediari (venta habitacions)
Viajarconperros.es	Intermediari (venta habitacions)
Seadmitenmascotas.com	Intermediari (venta habitacions)

Gudog.com	Intermediari (venda habitacions)
Petitsgranshotelsdecatalunya.com	Intermediari (venda habitacions)
Hotelesperros.com	Intermediari (venda habitacions)
Petfriendlybooking.com	Intermediari (venda habitacions)
Pettravel.com	Intermediari (venda habitacions)
Viajes4patas.com	Intermediari (venda habitacions)
Rastreator.com	Intermediari (venda habitacions)
Hotdogholidays.com	Intermediari (venda habitacions)
EMATSA	Proveïdor d'aigua
El Comprador	Proveïdor d'aliments
Masmit	Proveïdor d'aliments
Al Campo	Proveïdor d'aliments
Unilever Food Solutions	Proveïdor d'aliments
Eroski	Proveïdor d'aliments
Carrefour	Proveïdor d'aliments
Amenities Pack	Proveïdor d'amenities
Media Markt	Proveïdor d'articles d'informàtica i tecnologia
Klimer	Proveïdor d'articles de cuina i restaurant
Worten	Proveïdor d'articles de restaurant
Multimascota	Proveïdor d'articles per a mascotes
Espicias Pedroza	Proveïdor d'espècies
La Tienda Vichy.com	Proveïdor de begudes
Gran Blau	Proveïdor de carn i peix
EDP Energia	Proveïdor de gas i electricitat
Donurmy	Proveïdor de matalassos, coixins, edredons, etc.
El Compas	Proveïdor de material d'oficina
Liderpapel	Proveïdor de material d'oficina

Securame	Proveïdor de material de videovigilància
IKEA	Proveïdor de material divers
Oficinas Montiel	Proveïdor de mobles
Patatabarata	Proveïdor de patates
Jamonarium	Proveïdor de pernil i similars
Grau Online	Proveïdor de vins
Vinosensacion	Proveïdor de vins
Fluidra	Proveïdors de material piscina, sauna i jacuzzi
Tarragona Radio	Publicitat a la ràdio
Kiss FM	Publicitat a la ràdio
M80	Publicitat a la ràdio
Vodafone	Telèfon, ADSL, mòbil, TV

Annex 5 Distribució d'espais de l'hotel per plantes

	Planta baixa	Primera planta	Segona planta	Caseta	Espais exteriors
Saló	X	X	X	X	
Menjador	X				
Terrassa	X	X	X	X	
Nº habitacions	2	7	4	1	
Nº banys	2	7	4	1	
Jacuzzi				X	X
Sauna					X
Piscina					X
Altres ¹⁵	X				

¹⁵ Xemeneia, despatx, cuina

Annex 6 Distribució aèria dels espais de l'hotel exteriors



Font: Google Maps, 2009

Annex 7 Carta de begudes bar i restaurant

Sense alcohol		Amb alcohol	
Coca-cola	1,50€	Cervesa Estrella Galícia	2,00€
<u>Pepsi</u>	1,50€	Sangria	1,80€
<u>Nestea</u>	1,50€	Brandi	2,80€
Seven Up	1,50€	Whisky	3,50€
Trina	1,20€	Licor	2,80€

Còctels		Carta de vins negres		
		Copa	Ampolla	
Mojito	6,00€	Coto <u>Crianza D.O. La Rioja</u>	2,00€	6,50€
Caipirinha	7,00€	<u>Perelada Jardins (D.O. Empordà)</u>	2,50€	8,00€
Daiquiri	7,00€	<u>Jane Ventura Selecció 2013</u>	3,50	11,50€
Cosmopolitan	7,50€			
Pinya Colada	7,50€	Carta de vins blancs		
<u>Tequila Sunrise</u>	8,50€	Copa	Ampolla	
<u>Gin Tonic</u>	9,50€	<u>Señorio Real Verdejo</u>	1,30€	5,00€
Martini	10,50€	<u>Perelada Jardins (D.O. Empordà)</u>	2,50€	7,00€
		<u>Gramona Gessami 2017</u>	3,50€	12,00€

Cava i vi rosat		Copa	Ampolla
Cava <u>Juvé&Camps</u>	4,00€	4,00€	16,00€
<u>Vi Ermita d'Espiells Rosat 2016</u>	3,00€	3,00€	9,00€

Annex 8 Requisits legals de serveis mínims

Entrada de servei	Amplada mínima al voltant de llits de 2,6m
Ascensor	Amplada mínima al voltant de llit de 2m
Bar amb superfície mínima de 1,5m ²	Amplitud llit de 1,35m i longitud de 1,90m
Climatització zones comunes i habitacions i calefacció en habitacions	Un espai de trànsit de 50cm al voltant de llit
Telèfon d'ús general	Mínim d'un 75% de banys grans
Serveis sanitaris en espais comuns	Superfície mínima del bany gran 4m ²

Superfície mínima de vestíbul de 10m ²	Superfície recinte dutxa bany gran 1m ²
TV a les habitacions	Longitud mínima banyera bany gran 1,6m
Servei de comunicació amb l'establiment a les habitacions	Superfície mínim del bany petit de 3m ²
Servei d'esmorzars	Elements bany: dutxa, rentamans i inodor
Informació turística de la localitat	Portes habitacions 0,80m d'amplada i de 2,2m d'alçada
Amenities (sabó de mans i de dutxa)	Superfície mínima d'una doble de 14m ²
Caixa forta	Nombre de dobles mínim del 75%
Superfície mínima d'una individual de 8m ²	

Annex 9 Welcome de l'hotel

Hotel*** Bordils You&Dog

Recasens, Lisa A2 NO

Nº Gossos: 1

Check in: 18/06/2019
Check out: 22/06/2019

Règim: MP

HAB Nº12

Altra mascota (si escau): _____



Annex 10 Preus de venda al públic d'articles botiga gossos

Producte	PVP		PVP
Arnés amb corretja petit	12,20 €	Farmaciola primers auxilis	9,90 €
Pipetes gossos 1-4kg	28,50 €	Joguina anell de goma vermell	1,50 €
Pipetes gossos 10-25kg	48,90 €	Joguina os de goma vermell	2,10 €
Pipetes gossos 5-10kg	32,20 €	Raspall de dents	3,90 €
Pipetes gossos >25kg	38,90 €	Pasta de dents	4,90 €
Pipetes gossos 40-60kg	15,80 €	Tovallletes humides	5,90 €
Collars antiparàsits gos gran	23,90 €	Cinturó de seguretat	7,50 €
Collars antiparàsits gos petit	19,50 €	Manta	5,90 €
Spray antiparàsits	9,90 €	Collaret antilladrucs	29,00 €

Morrions	7,50 €	Bolquers cadells	8,90 €
Impermeable reflectant	22,90 €	Xiulet ultrasò ajustable	3,50 €
Jaqueta estampada	28,50 €	Ronyonera porta-premis	9,90 €
Snacks (sticks)	2,50 €	Clicker d'ensinistrament	3,90 €
Xampú Arquivet	6,80 €	Dispensador de bosses	3,50 €
Raspall	9,50 €	Rotllos de bosses biodegradables	6,00 €
Tisores	12,80 €	Netejador d'ulls i oïdes	5,90 €
Tallaungles ergonòmiques	6,90 €	Llibre: <i>Obediencia básica</i>	19,90 €
Llibre: <i>La educación del cachorro</i>	24,90 €	Llibre: <i>Adiestramiento y juego con tu perro</i>	19,90 €
Llibre: <i>Introducción al adiestramiento con el clicker</i>	16,90 €	Colònies	9,90 €

Font: elaboració pròpia, 2018

Annex 11 Inversió inicial detallada

Construccions	Unitats	Import
Construcció banys habitacions	3	4740
Construcció bany adaptat hall	1	1580
Rehabilitació fatxada	1	5220
TOTAL		11540
Maquinària	Unitats	Import
Armari refrigeració 400l	1	649
Armari congelació 400l	1	749
Congelador horitzontal 211l	1	199
Triturador capacitat 10l	1	129
Microones professional	1	159
Taula refrigerada capacitat 300l	1	695
Rentadora professional Electrolux	1	995
TOTAL		3575
Utilitatge	Unitats	Import
Vas còctel	15	11,85
Copa Gin Tonic	7	7
Joc de ganivet, cullerada cafè, cullerada, forquilla Model Goutte	40	131,6
Panera	10	19,4
Joc de plat pla, fons i de postre Col·lecció Cosmo	50	150
Copa cervesa	15	8,85
Llevataps	2	9,9
Olles acer inoxidable	2	19,9
Cassoles acer inoxidable	3	29,85

Cassons acer inoxidable	3	14,85
Paella alumini antiadherent 20cm	1	8,5
Paella alumini antiadherent 24cm	1	14,95
Planxa antiadherent gas 40x40x22,6cm	1	189
Espàtula planxa	1	2,95
Robot Mycook	1	349
Motlle rodó per emplatar	1	2,95
Batidor manual	1	3,95
Motlle acer 30cm	1	8,45
Corró per pastar	1	6,95
Gerra mesuradora 1,5	1	4,52
Bàscula digital	1	16,95
Ganivet carnisser 21x5cm	2	23,72
Ganivet peix 20cm	2	21,78
Copa cervesa	15	8,85
Ganivet genèric Chef Professional	1	8,84
Talla pizza	5	44,75
Tisores	3	2,34
Regla de 60cm	1	1,42
Calculadora científica	2	19,42
Cafetera Espresso SOLAC CE4493 Stillo	1	99
Barrinador	1	2,11
Regla de 30cm	2	0,76
Grapadora	2	5,96
Dymo retoladora	1	34,35
Barrinador despatx	1	2,11
Arxivadors	30	37,5
Draps vaixel·la microfibra	2	13,9
Planxa vapor	1	9,95
Joc de neteja (pal de fregar i cub)	2	64
Baietes mikrofibra 8un	2	9,3
Cullerot Inox 31cm	1	18,08
Vas tub ARO	72	13,68
Vas xarrup H-Line	12	4,8
Copa vi Model Cabernet Tulipe	30	75
Copa brandi	5	8,3
Copa whisky	5	25
TOTAL		1566,29
Altres instal·lacions	Unitats	Import
Jacuzzi interior	1	1430
Spa jacuzzi exterior AS-002	1	2400
Tancament terrassa cristall	1	746
Instal·lació dutxa exterior Niágara acer inox.	1	657,02
Sauna exterior equipada (2/3 pax)	1	1369,99
Aire condicionat	14	16478

Ascensor	1	15632
Adquisició i instal·lació antena parabòlica	1	110,75
TOTAL		38.823,76
Mobiliari	Unitats	Import
Taula despatx 140x80	1	147
Caixa registradora Olivetti	2	278
Armari Brimne blanc	14	81,82
Moble barra restaurant-bar Gordon	1	299
Mantellera individual esmorzar i dinar vermella	24	59,52
Mantellera individual sopar negra	24	59,52
Trona	1	15,22
Tamboret de fusta barra clients	28,8	57,6
Estanteria	2	76
Cadira giratòria (despatx i recepció)	2	272
Mostrador recepció 120x60x105	1	157
Estructura llit	2	163,64
Calaixera metàl·lica amb clau (despatx)	1	97
Tobogan amb opció d'aigua	1	75
Conjunt de roda Agility	1	36,89
Túnel flexible	1	23,99
Cèrcol de salt	1	24,99
Eslàlom de 12 barres	1	78,89
Joc de dos tanques	1	52,99
Túnel gossos petits	1	29,99
Para-sol	2	99,1
Caixa forta 17x23x17cm	14	455,28
Bressol	2	99,98
TOTAL		2740,42
EPI	Unitats	Import
Portàtil Asus F541NA-GQ265T	2	520
Telèfon fixe i portable (recepció i despatx)	1	64,45
Càmera interior Domo DM941IB-Q4N1 4en1 4MP ECO IR30m 3.6mm	2	104,28
Càmera exterior CVPT3410FIZ-FTVI 4en1 2MP (1080p) IR120m 5.1-51mm motoritzada Zoom10x	4	600,4
Gravador vídeo càmeres NVR Dahua NVR2208-8P-S2 8ch 6MP 80Mbps H264+ HDMI SATAx2 POEx8	1	297,52
Impressora HP Officejet 7612 A3 Multifuncional	1	164,46
TV LED 22" OK OLE22561F	14	1260
Telèfon habitació	14	138,6
TOTAL		3.149,71
Altres immobilitzats materials	Unitats	Import
Tovalles per a mans	30	109,5
Tovalloles dutxa	30	217,5
Llençols (150x275cm)	30	217,5
Protector matalàs	14	247,8

Coixins	32	219,2
Funda coixí	30	133,5
Edredons	14	348,6
Catifa de bany	14	59,5
Matalàs	2	147,1
Cartel "Netejar habitació"	100	24
Barnús	2	39,98
Ronyonera porta-premis	1	4,25
Pilota de tenis	10	29,9
Uniforme restaurant i bar (camisa i pantaló)	3	75
Uniforme cuina (camisa, gorra, pantaló)	2	81,4
Davantall	2	15,8
Esclop antilliscant	2	49,9
Cendrer paperera exterior	1	33,04
Bullidor Tarrington House	1	17,95
Detector bitllets falsos	1	96,47
Capses conservació hermètica 2,5l	10	35
Contenidors brossa industrial	2	61,25
Aspirador Rowenta	1	125
Depuradora de filtre de gossos	3	99,75
Piscina gos 160x30cm	3	156
Cub de brossa (sala, bar, lavabos)	17	140,42
Safates sobretaula (recepció i despatx)	6	7,44
Paperera (despatx, recepció)	2	6,2
Destructora de paper	1	25,27
Assecador de cabells blanc	14	279,86
Suport de sabó dutxa Natture	14	196
Dispensador de sabó dutxa	14	115,64
Dispensador de sabó mans	15	74,25
Perxes	48	23,94
Dispensador porta tovalloles	1	26,5
Dispensador paper higiènic	1	23,5
Parc de filferro BASIC 4m2 superfície	3	1184,85
Casetes gos 71x71x68cm	3	177
Abeuradora gos petit 235ml	10	17,9
Abeuradora gos gran 710ml	10	38,9
Menjadora gos gran 235ml	10	17,9
Menjadora gos petit 710ml	10	38,9
Coixí per dormir (50x34cm)	12	95,88
Matalàs Bressol	2	24,78
TOTAL		5.160,02

Annex 12 Inversió addicional segon any

Concepte	Unitats	Utiltatge
Vas còctel	10	7,9
Copa Gin Tonic	4	4
Joc de ganivet, cullerada cafè, cullerada, forquilla Model Goutte	2	6,58
Copa cervesa	3	1,77
Espàtula planxa	1	2,95
Motlle hacer 30cm	1	8,45
Joc de neteja (fregona i cub)	2	64
Bayetes mikrofibra 8un	2	9,3
Vas xupito H-Line	4	1,6
Concepte	Unitats	Altres immobilitzats materials
Cartel "Netejar habitació"	30	7,2
Pilota de tennis	3	8,97
Aspirador Rowenta	1	125

Annex 13 Inversió addicional tercer any

Concepte	Unitats	Utiltatge
Cafetera Espresso SOLAC CE4493 Stillo	1	99
Vas còctel	15	11,85
Copa Gin Tonic	6	6
Joc de ganivet, cullerada cafè, cullerada, forquilla Model Goutte	3	9,87
Copa cervesa	4	2,36
Vas xupito H-Line	4	1,6
Concepte	Unitats	Altres immobilitzats materials
Ronyonera porta-premis	1	4,25
Cartel "Netejar habitació"	50	12
Pilota de tennis	5	14,95

Annex 14 Costos compra articles botiga gossos

Producte	Unitats	Cost/unitat	Cost total
Arnés amb corretja gos petit	1	7,99	7,99
Pipetes gossos 1-4kg	2 pacs x 4 pipetes	22	44
Pipetes gossos 10-25kg	1 pac x 6 pipetes	41,8	41,8
Pipetes gossos 5-10kg	2 pacs x 6 pipetes	26,2	52,4
Pipetes gossos >25kg	2 pacs x 4 pipetes	31,9	63,8
Pipetes gossos 40-60kg	2	8,8	17,6
Collars antiparàsits gos gran	2	14,19	28,38
Collars antiparàsits gos petit	2	13,79	27,58
Spray antiparàsits	2	5,79	11,58
Morrions	1	2,6	2,6
Impermeable reflectant gossos petits	1	12,49	12,49
Jaqueta estampada gossos petits	1	17,97	17,97
Snacks (sticks)	28 (pacs)	oferta	7,89
Xampú Arquivet	6 + 6 de regal	1,38	8,28

Raspall	1	5,93	5,93
Tisores	1	9,19	9,19
Tallaungles ergonòmiques	1	5,24	15,72
Joguina os de goma vermell	12	0,11	0,66
Raspall de dents	3	2,99	8,97
Pasta de dents	3	3,69	11,07
Tovalloletes humides	5	4,19	20,95
Cinturó de seguretat	2	4,99	9,98
Manta	2	3,99	7,98
Collaret antilladrucs	10	19,99	199,9
Bolquers cadells	5	4,89	24,45
Xiulet ultrasò ajustable	18	1,99	35,82
Ronyonera porta-premis	4	4,24	16,96
Clicker d'ensinistrament	20	2,29	45,8
Dispensador de bosses	5	1,99	9,95
Rotllos de bosses biodegradables	7	5,05	35,35
Netejador d'ulls i oïdes	5	3,49	17,45
Llibre: <i>Obediencia bàsica</i>	1	13,59	13,59
Llibre: <i>La educación del cachorro</i>	1	19,75	19,75
Llibre: <i>Adiestramiento y juego con tu perro</i>	1	13,25	13,25
Llibre: <i>Introducción al adiestramiento con el clicker</i>	1	11,99	11,99
Farmaciola primers auxilis	2	7,49	14,98
Colònies	5	7,79	38,95
		Total mes	928,86

Annex 15 Cost unitari de les begudes comprades

Concepte	Cost Un	Concepte	Cost Un
Ginebra Beefeater 0,7l	10,25	Trina 330ml	0,31
Brandy Veterano 1l	6,75	Cafè 10 càpsules	2,75
Licor 70cl 40ml	5,40	Cafè en gra 1kg	8,95
Ron Bacardi negro 0,70l	7,72	Tònica 330ml	0,36
Ron Bacardi blanco 0,70l	10,99	Pepsi 330ml	0,27
Tequila Añejo 0,7l	6,75	Vi Ermita d'Espiells Rosat 2016	5,53
Vodka 0,7l	1,00	Jane Ventura Selecció 2013	7,55
Whisky J&B 0,7l	8,77	Gramona Gessami 2017	8,14
Tònica 25cl	0,34	Licor Cachaça Brasilia 0,7l	8,88
Cava Juvé&Camps 75cl	6,90	Cointreau 700ml	13,70
Sangria 1l	0,80	Physalis 100g	1,92
Ampolla vi Señorío Real Verdejo	2,39	Granadina 1l	2,15
Ampolla vi blanc Perelada Jardins (D.O. Empordà)	4,60	Vermut Seco Martini 1l	6,57
Ampolla vi negra crianza El Coto (Rioja)	3,95	Suc d'aràndans 200mlx6 ampolles	3,24

Ampolla vi negre Perelada Jardins (D.O. Empordà)	4,60	Nèctar de pinya 850ml	0,75
Estrella Galícia 24 ampolles	7,20	Licor batida de coco 0,75l	8,02
Coca-cola 330ml	0,38	Ron caribeny amb coco 0,7l	7,52
Nestea 330ml	0,43	Crema de coco 425g	1,98
Seven Up 330ml	0,27		

Annex 16 Sous per departaments

	Personal	PAX	Total sou mensual	Sou anual	SS a càrrec hotel/mes
Direcció	Direcció general	1	1.500,00	18.000,00	480,00
Departament Allotjament	Recepcionista	1	1.418,82	17.025,84	454,02
	Ajudant recepció	2	1.214,61	29.150,64	777,35
	Cambrer de pisos	1	1.155,56	13.866,72	369,78
	Auxiliar cambrer de pisos	1	1.155,56	13.866,72	369,78
Departament Manteniment	Especialista manteniment	1	1.320,71	15.848,52	422,63
Departament Restauració	Cambrer	1	1.320,71	15.848,52	422,63
	Auxiliar cambrer	1	1.214,61	14.575,32	388,68
	Cuiner	1	1.320,71	15.848,52	422,63
	Ajudant cuiner	1	1.214,61	14.575,32	388,68
Altres	Ensinistrador	1	1.100,00	13.200,00	352,00
Total		12	13.935,90	181.806,12	4.848,16

Annex 17 Sous personal extra tercer any

Personal extra (3er any)	PAX	Total sou mensual	Sou anual	SS a càrrec hotel
Ensinistrador	1	1.100,00	13.200,00	352,00
Ajudant cuiner	1	1.214,61	14.575,32	388,68
TOTAL	2	2.314,61	27.775,32	740,68

Annex 18 Cost enviament postals primer any

Postals/1any	2044		% procedència turistes
Nacional	0,55	1430,8	0,7
Europa	1,35	511	0,25
Internacional	1,45	102,2	0,05
Tarifa mitjana	0,795€		
TOTAL MES	TOTAL ANY		
135,42€	1624,98€		

Annex 19 Cost habitació doble desglossat

HABITACIÓ DOBLE	Cost mitjà unitari	CMU HAB B&B	CMU HAB MP	CMU HAB PC
Despeses de personal	28,77	44,48	44,48	44,48
Bugaderia	3,09	3,09	3,09	3,09
Servei de correus	0,80	0,80	0,80	0,80
Subministraments	5,01	5,01	5,01	5,01
Joguina gos benvinguda	0,10	0,10	0,10	0,10
Publicitat	0,37	0,37	0,37	0,37
TOTAL	38,14	53,85	53,85	53,85

Annex 20 Cost habitació quàdruple desglossat

HABITACIÓ QUÀDRUPLE	CMU HAB QDR	CMU HAB QDR B&B	CMU HAB QDR MP	CMU HAB QDR PC
Despeses de personal	28,77	44,48	44,48	44,48
Bugaderia	6,18	6,18	6,18	6,18
Servei de correus	0,80	0,80	0,80	0,80
Subministraments	10,03	10,03	10,03	10,03
Joguina gos benvinguda	0,10	0,10	0,10	0,10
Publicitat	0,37	0,37	0,37	0,37
TOTAL	46,25	61,96	61,96	61,96

Annex 21 Cost Suite desglossat

SUITE	CMU SUITE	CMU SUITE B&B	CMU SUITE MP	CMU SUITE PC
Despeses de personal	28,77	44,48	44,48	44,48
Bugaderia	3,09	3,09	3,09	3,09
Servei de correus	0,80	0,80	0,80	0,80
Subministraments	5,96	5,96	5,96	5,96
Joguina gos benvinguda	0,10	0,10	0,10	0,10
Publicitat	0,37	0,37	0,37	0,37
TOTAL	39,09	54,8	54,8	54,8

Annex 22 Cost i preu begudes

Refrescos	Quantitat/MES	COST/MES	PREU/MES
Coca-cola	120	0,38	180,00
Pepsi	30	0,27	45,00
Nestea	15	0,43	22,50
Seven up	15	0,27	22,50
Trina	6	0,31	9,00
Cervesa	90	0,30	180,00
Copes			
Señoría Real Verdejo	60	19,12	78,00
Perelada Jardins Blanc	60	36,80	150,00
Gramona Gessami	90	97,68	315,00
Coto D.O. La Rioja	30	15,80	60,00
Perelada Jardins Negre	45	27,60	112,50
Jané Ventura	60	60,40	210,00
Cava Juvé&Camps	30	27,60	120,00

Ermida d'Espiells Rosat	15	11,06	45,00
TOTAL		298,02	1549,5

Begudes alcohòliques	Quantitat/MES	COST/MES	PREU/MES
Sangria	30	7,80	54,00
Brandi	6	1,80	16,80
Licor	3	1,02	8,40
Whisky	6	3,18	21,00
Mojito	60	53,40	360,00
Caipirinha	15	12,45	105,00
Daiquiri	15	16,05	105,00
Cosmopolitan	15	13,65	112,50
Pinya Colada	30	41,40	225,00
Tequila Sunrise	15	9,45	127,50
Gin Tonic	30	24,60	285,00
Martini	15	18,45	157,50
TOTAL	240	203,25	1577,7

Ampolles venudes/mes	Quantitat/mes	Cost	Preu
Señoría Real Verdejo	3	7,17	15
Perelada Jardins Blanc	6	27,6	42
Gramona Gessami	10	81,4	120
Coto D.O. La Rioja	7	27,65	45,5
Perelada Jardins Negre	3	13,8	24
Jané Ventura	6	45,3	69
Cava Juvé&Camps	9	62,1	144
Ermida d'Espiells Rosat	7	38,71	63
TOTAL	51	303,73	522,5

Annex 23 Cost d'ingredients begudes bar

Sangria	Costos
Sangria 250ml	0,20
Glaçons gel 2ud	0,03
Taronja 3 tires	0,03
TOTAL	0,26

Whisky	Costos
Whisky J&B 40ml	0,50
Glaçons gel 2ud	0,03
TOTAL	0,53

Brandi	Costos
Brandi Veterano 40ml	0,27
Glaçons gel 2ud	0,03
TOTAL	0,30

Daiquiri	Costos
Rom blanc 60ml	0,94
Suc de 1 llimona	0,12
Sucre 9g	0,01
TOTAL	1,07

Caipirinha	Costos
Llimona 3 tires	0,03
Sucre 20g	0,01
Cachaça brasilia 60ml	0,76
Glaçons gel 2ud	0,03
TOTAL	0,83

Licor	Costos
Licor 40ml	0,31
Glaçons gel 2ud	0,03
TOTAL	0,34

Gin Tònic	Costos
Ginebra 50ml	0,73
Tònica 20ml	0,03
Glaçons gel 2ud	0,03
3 trossos de llimona	0,03
TOTAL	0,82

Pinya Colada	Costos
Nata 20ml	0,08
Batuda de coco 40ml	0,43
Nèctar pinya 40ml	0,04
Rom blanc 20ml	0,31
Rom de coco 40ml	0,43
Crema de coco 20ml	0,09
TOTAL	1,38

Tequila Sunrise	Costos
Tequila 50ml	0,48
Nèctar taronja 100ml	0,10
Granadina 20ml	0,04
TOTAL	0,63

Martini	Costos
Glaçons gel 1ud	0,02
Ginebra 75ml	1,10
Vermut sec 15ml	0,10
Oliva 1ud	0,02
Pell de llimona	0,00
TOTAL	1,23

Cosmopolitan	Cost
Vodka 40ml	0,31
Suc nabius 40ml	0,11
Cointreau 20ml	0,39
Suc de 1 llimona	0,01
1 tira de closca taronja	0,00
Physali 1un	0,10
TOTAL	0,91

Mojito	Costos
Rom negre 60ml	0,66
Sucre morè 9g	0,05
Llimona 3 tires	0,03
Menta	0,03
Seven up 100ml	0,08
Glaçons gel 2ud	0,03
TOTAL	0,89

Annex 24 Comissions intermedis

Reserves				
		1er any	2on any	3er any
	Web/telèfon	10	20	30
	Cercadors genèrics	75	65	55
	Webs pet-friendly	15	15	15
	Total reserves indirectes	90	80	70
Comissions intermediaris	Any 1	40.710,13	3392,51	
	Any 2	58.736,19	4894,68	
	Any 3	63.305,29	5275,44	

Annex 25 Menús esmorzar, dinar i sopar per dies de setmana

MENÚ ESMORZAR

(A ESCOLLIR 2 PLATS)

Ous fregits, bullits o passats per aigua

Salsitxes

Sortit de formatge i pernil

Cereals de blat o de xocolata amb llet

Croissant artesà

Napolitana de xocolata

Torrades amb mel i mermelada

(A ESCOLLIR UNA BEGUDA)

Suc de taronja

Cafè

Té

(A ESCOLLIR UNA FRUITA)

Poma

Plàtan

Taronja



MENÚ DINAR DILLUNS

Crema de xampinyons

Amanida mixta

Mandonguilles amb salsa de tomàquet i
arròs

Salmó al forn amb patates

Ravioli amb salsa de formatge

logurt natural

Pastís de xocolata

Sorbet de llimona

Gelat italià de xocolata o vainilla i amb xarop
de maduixa o xocolata



MENÚ DINAR DIMARTS

Sopa de fideus

Amanida mixta

** * **

Cuit madrileny

Pit de pollastre a la planxa i arròs

Lluç amb patates i salsa de tomàquet

** * **

logurt natural

Pastís de xocolata

Sorbet de llimona

*Gelat italià de xocolata o vainilla i amb xarop
de maduixa o xocolata*



MENÚ DINAR DIMECRES

Amanida mixta

Crema de carbassó

** * **

Paella de marisc

Espinacs a la crema amb ous poché

Pollastre amb salsa de verdures i patates

** * **

logurt natural

Pastís de xocolata

Sorbet de llimona

*Gelat italià de xocolata o vainilla i amb
xarop de maduixa o xocolata*



MENÚ DINAR DIVENDRES

Amanida mixta
Nuggets de pollastre

* * *

Salmó amb salsa de xampinyons i patates
Espaguetis a la bolonyesa
Pit de pollastre amb arròs

* * *

logurt natural
Pastís de xocolata
Sorbet de llimona
Gelat italià de xocolata o vainilla i amb xarop
de maduixa o xocolata



MENÚ DINAR DISSABTE

Croquetes de pernil
Amanida mixta

* * *

Costelles de porc amb cebes tendres
caramel·litzades a la farigola
Bacallà amb mantega de cítrics i patates
Arròs asiàtic amb ous

* * *

logurt natural
Pastís de xocolata
Sorbet de llimona
Gelat italià de xocolata o vainilla i amb xarop
de maduixa o xocolata



MENÚ DINAR DIUMENGE

Amanida mixta
Croquetes de pernil

* * *

Macarrons a la carbonara
Pit de pollastre a la planxa amb arròs
Orada a la sal amb patates

* * *

logurt natural
Pastís de xocolata
Sorbet de llimona
Gelat italià de xocolata o vainilla i amb xarop
de maduixa o xocolata



MENÚ SOPAR DILLUNS

Trita de patates
Amanida mixta

* * *

Salmó amb patates
Pit de pollastre a la planxa amb arròs
Canelons

* * *

Poma
Mufin de xocolata
Crema catalana
Sorbet de llimona



MENÚ SOPAR DIMARTS

Amanida mixta
Crema de tomàquet

* * *

Tagliatella amb xampinyons

Pudin de peix

Risotto

* * *

Plàtan

Mufin de xocolata

Crema catalana

Sorbet de llimona



MENÚ SOPAR DIMECRES

Amanida mixta
Gaspatxo

* * *

Arròs a la cubana

Rap a la marinera

Pizza

* * *

Taronja

Mufin de xocolata

Crema catalana

Sorbet de llimona



MENÚ SOPAR DIJOUS

Amanida mixta
Crema de verdures

* * *

Llenties estofades
Lasanya de carn
Fideuà

* * *

Poma
Mufin de xocolata
Crema catalana
Sorbet de llimona



MENÚ SOPAR DIVENDRES

Salmorejo
Amanida mixta

* * *

Canelons
Verdures farcides
Pizza

* * *

Raïm
Mufin de xocolata
Crema catalana
Sorbet de llimona



MENÚ SOPAR DISSABTE

Crema de verdures

Xató

Orada a la sal amb patates

Lasanya de carn

Pit de pollastre a la planxa amb arròs

Maduixes cobertes de nata

Mufin de xocolata

Crema catalana

Sorbet de llimona



MENÚ SOPAR DIUMENGE

Amanida mixta

Truita de patates

Arròs a la cubana

Rap a la marinera

Pizza

Pinya

Mufin de xocolata

Sorbet de llimona

Crema catalana



Annex 26 Cost d'ingredients dels plats

Amanida mixta		
Producte	Unitats	Cost €
Fulles d'enciam Iceberg	4	0,09
Fulles enciam fulla de roure	2	0,05
Patates	75g	0,02
Tomàquet	75g	0,12
Espàrrecs blancs	1	0,09
Olives	6	0,10
Tonyina	25gr	0,22
Vinagre	5gr	
Oli d'oliva	15gr	0,05
Sal	1/2 culleradeta	
TOTAL		0,73

Fideuà		
Producte	Unitats	Cost €
Brou de peix	375ml	0,45
Fideus	100g	0,11
Gambes	4	0,20
Calamar	60g	0,51
Sípia	50g	0,39
All	1/4	
Rovell d'ou	1/4	0,03
Sal	1/2 culleradeta	
Oli de gira-sol	15gr	
TOTAL		1,69

Salmó amb salsa de xampinyons i patates		
Producte	Unitats	Cost €
Sal	1/2 culleradeta	
Patates	150g	0,04
Mantega	3g	
Llom de salmó	1 (120g)	1,00
Llimona	40g	0,03
Pebre	1/6 culleradeta	
Escalunya	25g	0,16
Xampinyons	50g	0,14
Vi blanc	10ml	0,02
Nata	10ml	0,02
Formatge fos	50g	0,21
Nou moscada	1/4 culleradeta	
TOTAL		1,63

Salmó al forn amb patates		
Producte	Unitats	Cost €
Llom de salmó	120g	0,99
Patates	150g	0,04
All	1 1/2	
Ceba tendra	35g	0,16
Anet picat	1/2 culleradeta	
Sal	1/2 culleradeta	
Vi blanc	15ml	0,04
TOTAL		1,23

Espinacs a la crema amb ous poché		
Producte	Unitats	Cost €
All	1/4 dent	
Oli de gira-sol	8g	
Espinacs congelats	80g	0,08
Sal	1/4 culleradeta	
Farina	8g	
Llet	80ml	0,07
Mantega	5g	0,04
Nou moscada	1/6 culleradeta	
Pebre negre molt	1/6 culleradeta	
Ou	1	0,13
Formatge ratllat	8g	0,04
TOTAL		0,35

Orada a la sal amb patates		
Producte	Unitats	Cost €
Sal grossa	500g	0,09
Orada	1	1,79
Oli d'oliva	5g	0,02
Suc de llimona	1 culleradeta	
Patates	50g	0,01
TOTAL		1,91

Sopa de fideus		
Producte	Unitats	Cost €
Fideus	50g	0,55
Ou	1/2	0,06
Ceba	50g	0,03
Pastanaga	40g	0,03
Julivert	1/2 tall	
Oli de gira-sol	10ml	
Sal	1/4 culleradeta	
TOTAL		0,67

Bacallà amb mantega de cítrics i patates		
Producte	Unitats	Cost €
Taronja	40g	0,03
Llimona	40g	0,04
Patates	100g	0,03
Carbassó	100g	0,19
Mantega	20g	0,15
Llom de bacallà	1 (120 g)	0,57
Sal	1/4 culleradeta	
Pebre mòlt	1/6 culleradeta	
Anís en gra	1/4 culleradeta	
Julivert	10g	
TOTAL		1,00

Crema de xampinyons		
Producte	Unitats	Cost €
Xampinyons	25g	0,07
Formatge fos	10g	0,04
Llet	50ml	0,05
Pastilla de brou de verdures	1/4	0,03
Farina	13g	
Sal	1/4 culleradeta	
Nata	13g	0,04
Julivert	10g	0,10
TOTAL		0,32

Crema de carbassó		
Producte	Unitats	Cost €
Ceba	13g	
Carbassó	125g	0,24
Pebre mòlt	1/6 culleradeta	
Pastilla de brou de verdures	1/4	0,06
Mantega	3g	0,02
Formatge fos	10g	0,04
Sal	1/4 culleradeta	
TOTAL		0,35

Mongetes amb beicon		
Producte	Unitats	Cost €
Ceba	45g	0,02
Oli d'oliva	18g	0,05
Mongetes verdes	125g	0,32
Beicon	50g	0,20
Sal	1/4 culleradeta	
TOTAL		0,60

Macarrons a la carbonara		
Producte	Unitats	Cost €
Grana Padano	13g	0,16
Ceba	8g	
Oli de gira-sol	8g	
Beicon	50g	0,20
Nata	50g	0,10
Sal	1/4 culleradeta	
Macarrons	80g	0,09
Ou batut	1/4	0,03
TOTAL		0,58

Arròs a la cubana		
Producte	Unitats	Cost €
Oli de gira-sol	20g	
All	1/2 dent	
Arròs extra	70g	0,06
Sal	1/4 culleradeta	
Ou	1	0,13
Salsa soja	10ml	
Caramel líquid	7ml	
Plàtan	75g	0,08
Tomàquet triturat	130g	0,12
Sal	20g	
Sucre	1/4 culleradeta	
TOTAL		0,39

Pit de pollastre amb arròs		
Producte	Unitats	Cost €
Pit de pollastre	175g	0,61
All	1/2	
Julivert	1/2 culleradeta	
Oli d'oliva	5g	0,015
Arròs	50g	0,22
TOTAL		0,845

Salsa bolonyesa		
Producte	Unitats	Cost €
Carn picada	125g	0,49
Ceba	25g	0,01
Pastanaga	40g	0,03
Branca d'api	27g	0,19
Tomàquet pera	70g	0,11
Tomàquet triturat	10g	
Vi blanc	25ml	0,07
Espaguetis	80g	0,09
TOTAL		0,98

Lluç amb patates i salsa de tomàquet		
Producte	Unitats	Cost €
Patates	130g	0,04
Oli d'oliva	10ml	0,03
Rodanxa de lluç	1 (250g)	1,69
Sal	1/3 culleradeta	
Ceba	25g	0,01
All	1/4	
Pastanaga	15g	0,01
Vi blanc	8ml	0,02
Tomàquet	64g	0,10
TOTAL		1,90

Arròs asiàtic amb ous		
Producte	Unitats	Cost €
Arròs basmati	50g	0,09
Cansalada	30g	0,12
Ceba	18g	
Pastanaga	18g	0,01
Oli de gira-sol	10g	
Ous	1/2	0,06
Sal	1/4 culleradeta	
All	1/4 dent	
TOTAL		0,28

Pollastre amb salsa de verdures i patates		
Producte	Unitats	Cost €
Crema de verdures	15ml	0,03
Nata	15ml	0,02
Mantega	3g	
Mostassa	5g	0,01
Rovell d'ou	1/6	0,02
Sal	1 culleradeta	
Pebre mòlt	1/2 culleradeta	
Julivert picat	1/4 culleradeta	
Patates	50g	0,01
Filet pollastre	100g	0,35
Pell de carbassó	1/2	0,00
Pastanaga	40g	0,03
TOTAL		0,48

Ravioli amb salsa de formatge		
Producte	Unitats	Cost €
Ravioli	100g	0,79
Salsa de formatge	50g	0,38
Sal	1/4 culleradeta	
Oli de gira-sol	10ml	
TOTAL		1,17

Cuit madrileny		
Producte	Unitats	Cost €
Cigrons	65g	0,10
Os de pernil	25g	0,20
Os de canya	15g	0,05
Vedella	40g	0,48
Cansalada	15g	0,06
Botifarra	15g	0,07
Sal	1/6 culleradeta	
Xoriço semi curat	15g	0,09
Pastanaga	30g	0,02
Patates	30g	
Col	40g	0,10
Filet de pollastre	40g	0,14
All	1/2	
Oli d'oliva	13ml	0,04
Pebre dolç	1/6 culleradeta	
Fideus	15g	0,02
Menta	2g	
TOTAL		1,36

Nuggets de pollastre		
Producte	Unitats	Cost €
Nuggets	150g	0,79
Oli de gira-sol	20ml	
Salsa barbacoa	30ml	0,08
TOTAL		0,87

Croquetes de pernil (4) i beixamel		
Producte	Unitats	Cost €
Pernil	12g	0,07
Oli de gira-sol	15ml	0,05
Pa ratllat	16g	0,02
Mantega	8g	0,06
Ceba	2g	
Farina	14g	
Llet	64ml	0,06
Ou	1/3	0,04
TOTAL		0,29

Truita de patates		
Producte	Unitats	Cost €
Truita de patates precuinada	1	0,27

Crema catalana		
Producte	Unitats	Cost €
Crema catalana Royal	1	0,24
Llet	150ml	0,2
TOTAL		0,44

Risotto		
Producte	Unitats	Cost €
Formatge Grana Padano	10g	0,12
Escalunya	7g	0,05
Mantega	3g	
Oli d'oliva	10ml	0,03
Arròs risotto	80g	0,18
Vi blanc	15ml	0,04
Sal	1/4 culleradeta	
Pastilla de brou	1/4	0,03
TOTAL		0,45

Pudin de peix		
Producte	Unitats	Cost €
Palets de cranc	65g	0,21
Ous	1	0,13
Tonyina	30g	0,27
Llet evaporada	65ml	0,20
Pebrot del piquillo	1	0,38
Pebre mòlt	1/6 culleradeta	
Sal	1/4 culleradeta	
TOTAL		1,18

Verdures farcides		
Producte	Unitats	Cost €
Carbassó	65g	0,12
Albergínia	200g	0,40
Ceba	60g	0,03
Oli d'oliva	5g	
Pa ratllat	25g	0,03
Fulles alfàbrega	2	0,05
Ou	1/4	0,03
Llet	5ml	
Sal	1/6 culleradeta	
Pebre mòlt	1/6 culleradeta	
TOTAL		0,66

Pizza		
Producte	Unitats	Cost €
Daus de beicon	100g	0,40
Salsa tomàquet	2 culleradeta	0,02
Mozzarella	100 g	0,50
Massa pizza	200g	0,43
Orenga	1/4 culleradeta	
Pebre mòlt	1/2 culleradeta	
Alfàbrega	1 fulla	0,02
TOTAL		1,37

Muffin de xocolata		
Producte	Unitats	Cost €
Xocolata per fondre	25g	0,12
Mantega	10g	0,07
Farina	5g	
Sucre	10g	
Ous	1/3	0,04
TOTAL		0,23

Crema de tomàquet		
Producte	Unitats	Cost €
All	1/4	
Ceba	10g	
Oli d'oliva	7ml	0,02
Tomàquet	175g	0,27
Tomàquet triturat	18g	0,02
Pastilla de brou	1/4	0,03
Sal	1/4 culleradeta	
Sucre	1/4 culleradeta	
Orenga	1g	0,04
Nata	25ml	0,05
Alfàbrega	2 fulles	0,05
Julivert	1/4 tall	
TOTAL		0,47

Gaspatxo		
Producte	Unitats	Cost €
Tomàquet pera	165g	0,25
All	1/4	
Pebrot verd	8g	0,02
Ceba	7g	
Cogombre	13g	0,01
Vinagre	5g	
Sal	1/4 culleradeta	
Oli de gira-sol	10ml	
Glaçó de gel	45g	0,02
TOTAL		0,30

Salmorejo		
Producte	Unitats	Cost €
Oli de gira-sol	25ml	0,03
Ous	1/2	0,06
Pernil serrà	15g	0,08
All	1/4	
Tomàquet	165g	0,26
Molla de pa blanc	25g	0,04
Sal	1/6 culleradeta	
Vinagre	5g	
TOTAL		0,47

Tagliatella amb xampinyons		
Producte	Unitats	Cost €
Julivert	5g	
All	1/4	
Oli d'oliva	13ml	0,03
Xampinyons	25g	0,07
Tagliatella	80g	0,09
Sal	1/4 culleradeta	
Pebre mòlt	1/6 culleradeta	
TOTAL		0,20

Lenties estofades		
Producte	Unitats	Cost €
Lenties	60g	0,07
Pastanaga	30g	0,02
Pebrot verd	12g	0,03
Caiena	1/6 culleradeta	
Oli d'oliva	8ml	0,02
All	2	
Sal	1/4 culleradeta	
Ceba	8g	
Xoriço	15g	0,09
Cansalada	15g	0,06
TOTAL		0,29

Costelles de porc amb cebes tendres caramel·litzades a la farigola		
Producte	Unitats	Cost €
Costella de porc	250g	1,113
Fogassa de pa	1/4	
All	1 dent	
Ceba tendra	70g	0,317
Oli de gira-sol	10ml	
Mostassa	5g	
Sal	5g	
Pebre mòlt	5g	
Farigola	5g	
Julivert	5g	
TOTAL		1,43

Canelons		
Producte	Unitats	Cost €
Làmines	4	0,04
Llet	125ml	0,11
Mantega	10g	0,07
Farina	10g	
Sal	1 culleradeta	
Nou moscada	1/4 culleradeta	
Grana Padano	8g	0,10
Oli de gira-sol	15ml	0,02
Ceba	30g	0,02
All	1/2	
Tomàquet	50g	0,08
Pit de pollastre	30g	0,11
Vedella	20g	0,24
Llom de porc	40g	0,13
Pebre mòlt	1/4 culleradeta	
Brandi	5g	0,03
Farina	8g	
Llet	30ml	0,03
TOTAL		0,98

Paella		
Producte	Unitats	Cost €
Arròs	100g	0,08
Rap	50g	0,19
Gambes	40g	0,70
All	1/2	
Cloïssa	40g	0,15
Brou de peix	180ml	0,22
Sal	1/2 culleradeta	
Julivert	1/2 culleradeta	
Ceba	25g	0,01
Pastanaga	20g	0,01
Pebrot verd	40g	0,09
Tomàquet	40g	0,06
TOTAL		1,51

Crema de verdures		
Producte	Unitats	Cost €
Patates	50g	0,01
Tomàquet	25g	0,04
Ceba	13g	
All	1/4	
Pastanaga	50g	0,03
Porro	15g	0,08
Sal	1/4 culleradeta	
Julivert	1/2 tall	
Pebre mòlt	1/6 culleradeta	
Cansalada	15g	0,06
Oli d'oliva	3ml	
TOTAL		0,23

Xató		
Producte	Unitats	Cost €
Nyora	1/2	0,21
All	1/4	
Ametlla	4g	0,05
Llesca de pa torrat	1/4	
Vinagre	1/2 culleradeta	
Pebre	1/4 culleradeta	
Sal	1/4 culleradeta	
Oli d'oliva	15ml	0,05
Ceba tendra	30g	0,14
Branca d'api	20g	0,14
Olives negres	10g	0,04
Escarola	100g	0,31
Tonyina en oli	13g	0,12
Bacallà dessalat	30g	0,58
Anxoves	12g	0,16
TOTAL		1,78

Lasanya de carn		
Producte	Unitats	Cost €
Làmines	2	0,26
Llet	165ml	0,15
Mantega	15g	0,11
Farina	15g	0,01
Sal	1 culleradeta	
Nou moscada	1/4 culleradeta	
Grana Padano	20g	0,25
Ceba	8g	
Pastanaga	15g	0,01
Api	7g	0,05
Oli d'oliva	7ml	0,02
Carn picada	130g	0,51
Vi blanc	15ml	0,04
Tomàquet triturat	50g	0,05
Pebre mòlt	1/4 culleradeta	
TOTAL		1,46

Postres	
Producte	Cost €
Mufin de xocolata	0,23
Crema catalana	0,44
Sorbet de llimona 50ml	0,09
logurt 40g	0,15
Gelat italià xocolata	0,25
Gelat italià vainilla	0,25
Pastís de xocolata	0,63
Fruita:	
Poma	0,15
Pinya	0,19
Plàtan	0,15
Maduixes	0,24
Taronja	0,10
Raïm	0,20

Rap a la marinera		
Producte	Unitats	Cost €
Llom de rap	160g	0,60
Oli d'oliva	10ml	0,03
Farina	10g	
Brou de peix	30g	0,04
Vi blanc	30ml	0,06
Llesca de pa torrat	1/4	
Julivert picat	1/4 culleradeta	
Caiena	1/6 culleradeta	
Ametlles	5g	0,06
All	1 dent	
Ceba	25g	0,01
Anelles pota	50g	0,37
Cloïssa	60g	0,22
TOTAL		1,39

Annex 27 Cost unitari i mensual dels productes alimentaris

Producte i ingredients	Cost/unitat	Nº unitats/mes	CT/mes
Bossa Iceberg 1kg	2,25		
Escarola 800g	2,45		
Enciam fulla de roure	1,20		
Tomàquet beef 6kg	9,30		
Olives negres 2,1kg	8,59		
Cansalada 4kg	15,96		
Calamar patagònic caixa 8kg	67,92		
Ravioli 300g	2,36		
Pastanaga 1kg	0,68		
Anelles de pota 1,8kg	13,46		
Sípia 1kg	7,70		
Llom de salmó caixa de 3kg	24,75		
Cloïssa xilena 2kg	7,40		
Gamba crua 400g (90 unitats)	10,80		
Bacallà dessalat 300g	5,80		
Bacallà 1kg	4,75		
Anet picat 1kg	7,46	30g	0,22
Pebre de Jamaica 1kg	6,49	30g	0,19
Menta triturada 1kg	6,57	40g	0,26
Caiena 1kg	12,87		0,00
Xarop de caramel líquid 1kg	2,05	1000g	2,05
Salsa de soja 1,85l	6,95	50ml	0,19
Anís en gra 1kg	4,40	10g	0,04
Nou moscada 1kg	13,24	173g	2,29
Tomàquet pera 2,5kg	3,75		
Mongetes 1,5kg	2,59		
Espàrrecs blancs 1,5kg (90 unitats)	7,95		
Filet de pollastre 2,4kg	8,38		
Rodanxes de lluç 3kg	19,47		
Xampinyons 2,5kg	6,88		
Lasanya en làmines Knorr 5kg (180 racions)	46,51		
Canelons en làmines 125g (54 làmines)	0,58		
Nata cuina 1,5l	3,05		
Carbassó 1kg	1,88		
Mandonguilles mixtes 2,5kg	14,13		
Albergínia 1kg	2,00		
Alfàbrega 125g	2,87		
Bossa glaçons gel 2kg	0,69		
Cogombre 500g	0,54		
Nyora 25g	1,28		
Porro 3 unitats (300g)	1,59		

Xoriço 1kg	5,65		
Pebrot verd 1kg	2,29		
Pebrot del piquillo 1,9kg	11,95		
Cigrons 5kg	7,60		
Orada 1 unitat (300g)	1,79		
Aigua 1,5x6	2,22		
Mantega 250g	1,84	250g	1,84
Pa ratllat 5kg	4,95		
Bossa fideus 5 kg	5,45		
Llet 1,5l	1,35	83ml	0,07
Llet evaporada Nestlé 525ml	1,69		
Farina 10 bosses/1kg	6,90	3kg	2,07
Formatge mozzarella per fondre 2kg	9,99		
Formatge fos 3kg	12,36		
Formatge Grana Padano ratllat 800g	9,95		
Bossa macarrons 5 kg	5,45		
Bossa espaguetis 5 kg	5,45		
Arròs basmati 5kg	8,45		
Arròs llarg 5g	4,45		
Arròs extra 5kg	4,45		
Julivert 125g	2,49	200g	3,98
Truita de patates congelada 2,4kg	6,46		
Espinacs congelats 2,5kg	2,48		
Orègan 1kg	10,95		
Pastilles de brou pollastre (24 unitats)	2,45		
Pastilles de brou verdures (12 unitats)	2,65		
Anxoves en oli vegetal 600g	7,99		
Tomàquet triturat 800g	0,75	65g	0,06
Tomàquet fregit 2,6kg	1,49		
Ous frescs 12 dotzenes	15,12		
Formatge ratllat 1kg	4,95		
Formatge en talls 900g	8,88		
Ametlla fregida 2,5kg	29,75		
Pernil salat 1kg	5,49		
Salsitxes 1kg	4,95		
Cereals de blat 1kg	3,98		
Cereals de xocolata 1kg	4,98		
Farigola 1kg	4,29	83g	0,36
Croissants bossa 10x95g	4,83		
Napolitana 12x100g	5,79		
Melmelada Hero 1kg	3,62		
Mel 1kg	4,10		
Pa de motlle 1kg	1,45		
Mitja baguette 1040 g	2,75		
Pa redondet d'oli 1,125kg	8,35		

Suc de taronja 1l	1,01		
Cafè 10 càpsules	2,75		
Cafè en gra 1kg	8,95		
Té poleo menta 25 bossetes	1,51		
Vi blanc per cuinar 6 ampolles (750ml)	11,94		
Bossa de cues de rap 800g	2,99		
Brou de peix 1l	1,20		
Llenties 5kg	8,25		
Tagliatella 5kg	5,75		
Os de canya 1kg	3,60		
Os de pernil 500g	4,00		
Botifarra 1,5kg	7,43		
Col 500g	1,25		
Costelles de porc 1,8kg	8,01		
Llom de porc	11,52		
Carn porc picada 3kg	11,85		
Vedella llom 7kg	83,65		
Api 400g	2,75		
Ceba tendra 3 unitats (210g)	0,95		
Ceba sac 25kg	13,25	3kg	1,59
All pelat 1kg	3,29	100g	0,33
Maionesa cub 9kg	15,03	300g	0,50
Palets de cranc 1kg	3,25		
Tonyina 1,125kg	9,99		
Sucre 1kg	0,69	2kg	1,38
Sucre morè 500g	2,95		
Sal fina 5kg	0,90	1,4kg	0,25
Sal grossa 5kg	0,90		
Ketchup 6 bots de 300g	3,54	300g	0,59
Crema de verdures 1l	2,09		
Salsa de formatge 1kg	7,49		
Salsa barbacoa 1,85kg	4,99		
Vinagre 2l	1,30	1,2l	0,78
Mostassa 1,85kg	2,55		
Pebre mòlt 1kg	9,11	500g	4,56
Oli de gira-sol 5l	5,45	10l	10,90
Oli d'oliva 5l	14,95	2l	5,98
Pinya 1,9kg	3,59		
Plàtans Canàries 1kg	1,00		
Xarop de xocolata 1,2kg	3,35		
Xarop de maduixa 1,2kg	3,35		
Nata postres 250ml	0,95		
Poma Golden 1kg	0,75		
Xocolata per fondre 200g	0,99		
Llimones caixa 9kg	7,38		

Taronges caixa 12,5	8,63		
Raïm rosat 1kg	3,99		
Maduixes 2kg	4,78		
logurt natural 2,5l	9,23		
Gelat de xocolata 2,5l	9,23		
Gelat de vainilla 2,5l	9,23		
Patates sac 25kg	7,00	1,2kg	0,33
Massa de pizza 200g*10	4,30		
Flam 4 unitats	1,08		
Sorbet de llimona 2,5l	3,48		
Escalunya pelada 1kg	6,49		
TOTAL			40,83

Annex 4 Enquesta a persones amb gossos

1. Quants gossos en té?

- 1
- 2
- 3
- 4<

2. De quina raça és el seu gos?

3. En quina etapa de vida es troba el gos?

- Cadell
- Adult (2 anys<)
- Vell

4. Com de sovint ha viatjat amb el gos?

- Mai
- En menys d'un 50% d'ocasions
- En més d'un 50% d'ocasions
- Sempre

5. Per quins motius viatja amb el gos?

- Perquè li agrada
- És un gos que necessita atencions especials (siguin raons mèdiques o afecte)
- No hi ha ningú que pugui tenir cura d'ell mentre viatjo
- Altres: _____

6. Quina ha sigut l'estada mitjana en nits en els seus viatges amb el gos en els últims 5 anys?

- 0 nits
- De 1 a 2 nits
- De 3 a 6 nits
- De 7 a 14 nits
- Més de 14 nits

7. Quines són les principals dificultats que representa per a vostè viatjar amb el gos (màx. 3 respostes)?

- Trobar allotjament que accepti el seu gos
- Requisits sanitaris per transportar el gos
- El cost econòmic afegit
- El cost d'oportunitat (el fet d'haver de renunciar a certes activitats)
- Motius professionals o laborals o similars que no ho permeten
- Altres: _____

8. En quin tipus d'establiment s'ha allotjat en el 80% de casos a l'hora de viatjar amb el gos?

- Hotel
- Allotjament rural
- Casa d'amics/familiars
- Altres: _____

9. Esculli (màx. 2) aspectes que més li han influenciat a l'hora d'escollir un allotjament quan havia de viatjar amb el seu gos.

- Preu econòmic
- Relació qualitat-preu
- Ubicació hotel
- Activitats per al gos
- Serveis de l'hotel (piscina, jacuzzi, etc.)
- Altres: _____

10. Amb qui viatja en un 80% d'ocasions (a més del gos)?

- Individualment
- Amb la parella
- Amb la família
- Amb amics
- Altres: _____

11. Quin mitjà utilitza per buscar allotjament en més de 80% de casos en haver de viatjar amb el gos?

- Internet
- Amics
- Altres: _____

12. (Si la resposta anterior ha estat *Internet*). Quin mitjà concretament?

- Buscadors genèrics (com Booking, Tripadvisor)
- Buscadors especialitzats (webs d'allotjaments pet-friendly)
- Xarxes socials
- Altres: _____

13. Amb quina freqüència ha llogat una bicicleta durant el viatge?

- Mai
- <15%
- 15%-40%
- 41%-75%
- 75%<

14. Quantes vegades ha pagat un suplement pel gos?

- 0
- 1-3
- <3

15. (Si ha pagat). Aquest suplement en quina quantitat ha consistit de mitjana?

- <5€
- 5€-10€
- 10€

16. Ha utilitzat alguna vegada el servei de guarderia per al seu gos?

- Sí
- No

17. Amb quina freqüència creu que utilitzaria el servei de guarderia de pagament a l'hotel?

- No l'utilitzaria
- <15%
- 15%-40%
- 41%-75%
- 75%<

18. En el tema de menjar per al gos, per quina opció creu que es decantaria?

- Adquirir menjar de gos a l'hotel
- Emportar-se menjar de gos de casa
- Altres: _____

19. El seu gos ha fet alguna vegada un curs d'ensinistrament?

- Sí
- No

20. Li agradaria que el seu gos fes un curs d'ensinistrament?

- Sí
- No

21. Quina és la despesa mitjana mensual que fa en la compra d'aliments per al gos?

- 0-5€
- 6-20€

- 20€<
- N/s o n/c

22. Quina és la despesa mitjana mensual que fa en la compra d'accessoris i joguines?

- <5€
- 6-30€
- 30€<
- N/s o n/C

23. Sexe

- Masculí
- Femení

24. Grup d'edat

- 18-30
- 31-40
- 41.'64
- 65<

25. En quina província viu actualment?

26. Quin és el seu estat civil?

- Solter/a
- En parella/compromès/a / casat/da
- Enviudat/da
- N/c

27. Té fills?

- Sí
- No

28. (Resposta anterior afirmativa) Quants en té?

- 1
- 2
- 3≤

29. En quina de les següents situacions es troba?

- Aturat/da
- Treballant
- Només estudia
- Pensionista
- Jubilat
- N/s