

**Maria Coca Capafons**

**PLA D'EMPRESA PER A LA CREACIÓ D'UN  
HOTEL AL CELLER COCA I FITÓ A LA COMARCA  
DEL PRIORAT**

**TREBALL DE FINAL DE GRAU**

**dirigit pel Sr. Jordi Andreu Corbatón**

**Gran de Turisme**



**UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI**

**Vila-seca**

**2019**

**ÍNDEX**

<b>1. INTRODUCCIÓ</b>	<b>5</b>
1.1. PRESENTACIÓ DEL TREBALL I METODOLOGIA EMPRADA	5
1.2. DESCRIPCIÓ DEL SERVEI	6
<b>2. ANTECEDENTS I SITUACIÓ ACTUAL DE L'EMPRESA</b>	<b>8</b>
<b>3. ESTUDI DE MERCAT</b>	<b>10</b>
3.1. DESCRIPCIÓ DEL SECTOR	11
3.2. ANÀLISI DE LA CLIENTELA POTENCIAL	14
3.3. ANÀLISI DE LA COMPETÈNCIA	16
3.4. ANÀLISI DAFO	19
<b>4. ESTRATÈGIA COMERCIAL I PLA DE MÀRQUETING</b>	<b>21</b>
4.1. SERVEI	21
4.2. PREU	24
4.3. DISTRIBUCIÓ	26
4.4. PROMOCIÓ	27
<b>5. PLA D'OPERACIONS</b>	<b>29</b>
5.1. PROCÉS DE PRODUCCIÓ	29
5.2. COMPRES	36
<b>6. ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS</b>	<b>37</b>
6.1. FORMA JURÍDICA	37
6.2. ORGANIGRAMA	37
6.3. NECESSITATS DEL PERSONAL	38
6.4. CONTRACTES I RETRIBUCIONS	39
<b>7. ESTUDI ECONÒMIC-FINANCER</b>	<b>41</b>
7.1. INTRODUCCIÓ	41
7.2. INVERSIÓ INICIAL I FINANÇAMENT	41
7.3. COMPTE DE PÈRDUES I GUANYS	42
7.4. ESTIMACIÓ DE VENDES	43
7.5. COMPTE DE TESORERIA	44
7.6. BALANÇ DE SITUACIÓ	44
7.7. RATIS	46
<b>8. PLA DE VIABILITAT</b>	<b>47</b>
8.1. INGRESSOS	47
8.2. DESPESES FIXES	48
8.3. VAN I TIR	49
<b>9. CONCLUSIONS</b>	<b>51</b>



<b>10. BIBLIOGRAFIA</b>	<b>52</b>
<b>11. WEBGRAFIA</b>	<b>54</b>
<b>12. ANNEXES</b>	<b>55</b>
- ANNEX 1: VENDES PER REGIONS I AMPOLLES	55
- ANNEX 2: FOTOGRAFIES AÈRIES DE LA FINCA ON ES LOCALUTZARÀ L'HOTEL	58
- ANNEX 3: TRANSCRIPCIÓ DE L'ENTREVISTA A L'OFICINA DE TURISME DEL PRIORAT	60
- ANNEX 4: LLISTAT D'ALIMENTS DISPONIBLES A L'ESMORZAR BUFFET	67
- ANNEX 5: IMATGE I PREU DE LA CÀMERA DE SEGURETAT	68
- ANNEX 6: FITXES DE TREBALL	69
- ANNEX 7: LLISTA D'UTILLATGE	75
- ANNEX 8: PRESSUPOST DE LA INVERSIÓ REALITZAT PER L'EMPRESA GARRETA PANIELLO ARQUITECTURA I INTERIORISME, SLP	78
- ANNEX 9: PLA DE TRESORERIA A 12 MESOS	79
- ANNEX 10: COMPTE DE RESULTATS A 12 MESOS	80
- ANNEX 11: FLUX DE CAIXA A 15 ANYS	81
- ANNEX 12: BENEFICIS A 15 ANYS	81

### ÍNDIX DE MAPES

MAPA 1: LOCALITZACIÓ EN GROC DE LA COMARCA DEL PRIORAT A CATALUNYA	6
MAPA 2: LOCALITZACIÓ DEL MUNICIPI DE EL MASROIG	6
MAPA 3: MAPA AMB LA UBICACIÓ DELS HOTELS AL PRIORAT. EN VERD, L'HOTEL COCA I FITÓ.	17
MAPA 3: FOTOGRAFIA AÈRIA DE PART DEL MUNICIPI DE EL MASROIG. UBICACIÓ DE L'HOTEL EN VERMELL	23

### ÍNDIX DE GRÀFICS

GRÀFIC 1: EVOLUCIÓ DE LES VENDES PER ANY EN UNITATS MONETÀRIES DE COCA I FITÓ, SL	8
GRÀFIC 2: VISITES A LA COMARCA EL PRIORAT (2006-2011)	14

### ÍNDIX DE TAULES

TAULA 1: TREBALLADORS, CÀRRECS I FUNCIONS CORRESPONENTS	9
TAULA 2: ALLOTJAMENTS TURÍSTICS A EL MASROIG, PRIORAT I CATALUNYA (2017)	12
TAULA 3: COMPARACIÓ DEL PROJECTE D'HOTEL AMB TRES COMPETIDORS DE LA COMARCA	17
TAULA 4: PUNTS FORTS I FEBLES DE LA COMPETÈNCIA	18
TAULA 5: ANÀLISI DAFO DEL PROJECTE	19



TAULA 6: PREU DE CADA HABITACIÓ PER DIA	24
TAULA 7: TAXA TURÍSTICA SEGONS ESTABLIMENT	25
TAULA 8: EVOLUCIÓ DEL PREU DE CADA HABITACIÓ	25
TAULA 9: TORNS DE CADA DEPARTAMENT	32
TAULA 10: COSTS DEL PERSONAL CONTRACTAT PER MESOS	40
TAULA 11: INVERSIÓ INICIAL DEL PROJECTE	41
TAULA 12: PRÉSTEC I CAPITAL SOCIAL DEL PROJECTE	42
TAULA 13: COMPTE DE RESULTATS A TRES ANYS	43
TAULA 14: PLA DE TRESORERIA INICI I A TRES ANYS	44
TAULA 15: BALANÇ DE SITUACIÓ INICI I A TRES ANYS	45
TAULA 16: RATIS DE LIQUIDITAT I SOLVÈNCIA A TRES ANYS	46
TAULA 17: INGRESSOS I COSTOS MENSUALS POTENCIALS	47
TAULA 18: DISTRIBUCIÓ MENSUAL DELS INGRESSOS A TRES ANYS	48
TAULA 19: DESPESES FIXES DEL PRIMER ANY	48
TAULA 20: FLUX DE CAIXA A TRES ANYS	49
TAULA 21: VAN, K I TIR	50

## ÍNDEX DE FIGURES

FIGURA 1: MODEL DE CICLE DE VIDA DE LES DESTINACIONS TURÍSTIQUES	22
FIGURA 2: HABITACIÓ DE LUXE	29
FIGURA 3: HABITACIÓ SUPERIOR	30
FIGURA 4: HABITACIÓ ESTÀNDARD	30
FIGURA 5: APARCAMENT EXTERIOR PER COTXES I MOTOS	31
FIGURA 6: ZONES COMUNES. BANYS, RECEPCIÓ, SALA D'ESTAR, MENJADOR, CUINA, MAGATZEM I BUGADERIA	31
FIGURA 7: LÍNIA DE NEGOCI	35
FIGURA 8: ORGANIGRAMA DE L'HOTEL	38



## 1. INTRODUCCIÓ

### 1.1. Presentació del treball i metodologia emprada

El present treball final de carrera té com a objectiu realitzar un pla d'empresa per a la creació d'un hotel a la localitat del Masroig, a la comarca del Priorat, a la Denominació d'Origen Montsant. El servei l'oferirà l'empresa Coca i Fitó, S.L que es dedica a l'elaboració i venda de vi de diferents denominacions d'origen. L'empresa vinícola té el celler a la localitat del Masroig i té una sèrie de terrenys on s'ha pensat poder realitzar aquest projecte.

He escollit aquest tema perquè l'empresa és de la meva família i és un projecte que anys després de la creació del celler sempre hem tingut en ment. Em fa especial il·lusió crear aquest pla d'empresa ja que em servirà molt per aplicar els conceptes adquirits al llarg de la carrera i pot ser un projecte útil i a aplicar pel negoci familiar. La idea del projecte és oferir aquest servei en un entorn únic i especial amb la temàtica del vi. El nom pensat per a l'hotel és Hotel Coca i Fitó i amb una categoria de 4 estrelles. Podrà ser un servei complementari pel que fa a l'àmbit enoturístic de l'empresa.

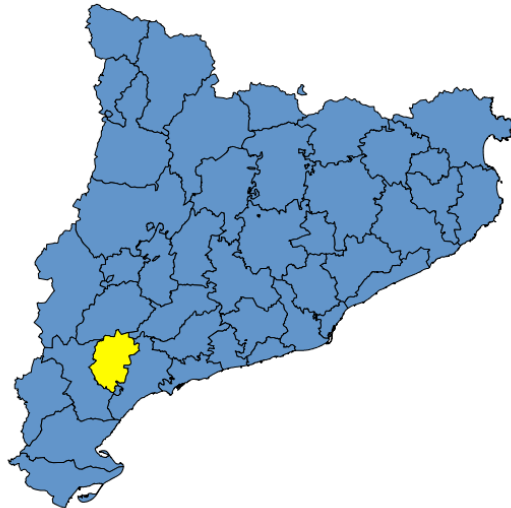
L'objectiu principal d'aquest treball és comprovar si la realització d'aquest projecte és viable o no.

Per a la realització d'aquest treball, en primer lloc s'ha realitzat un estat de la qüestió, és a dir, s'ha buscat material relacionat amb el tema escollit per tal de poder ampliar els coneixements. En segon lloc, s'ha estudiat la situació actual de l'empresa per tal de poder veure fins on es pot arribar i quins són els seus punts forts i dèbils. Seguidament, s'ha analitzat l'entorn, és a dir, la demanda, els perfils dels viatgers i la competència a la zona. En tercer lloc, s'ha realitzat l'estratègia comercial i el Pla de Màrqueting que seguirà l'empresa per donar-se a conèixer. En quart lloc, s'ha fet el Pla d'Operacions on es desenvolupa tot el tema de distribució de l'hotel. En cinquè lloc, s'ha realitzat l'estratègia de Recursos Humans, és a dir, com s'organitzarà l'hotel i com es gestionarà pel que fa al personal contractat. En sisè lloc, s'ha realitzat un estudi econòmic i financer on es calcularà tota la inversió a fer. En setè i últim lloc, s'ha realitzat un pla de viabilitat per tal de veure si l'empresa pot ser viable o no.

## 1.2. Descripció del producte

El servei que s'ofereix estarà situat en un entorn característic de la zona, l'hotel estarà envoltat de vinyes i amb unes vistes espectaculars del Montsant i la Serra de Llevaria. Es localitzarà concretament en el municipi del Masroig de la comarca del Priorat.

Mapa 1: Localització en groc de la comarca del Priorat a Catalunya.



Font: IDESCAT. El municipi en xifres.

En el següent mapa es pot veure on està localitzat el municipi del Masroig. Està tocant a la carretera Nacional 320 i a prop de la capital de comarca Falset.

Mapa 2: Localització del municipi de El Masroig.



Font: Google Maps, 2019



L'hotel és dirà Hotel Coca i Fitó i serà un hotel lleugerament tematitzat dins del món del vi.

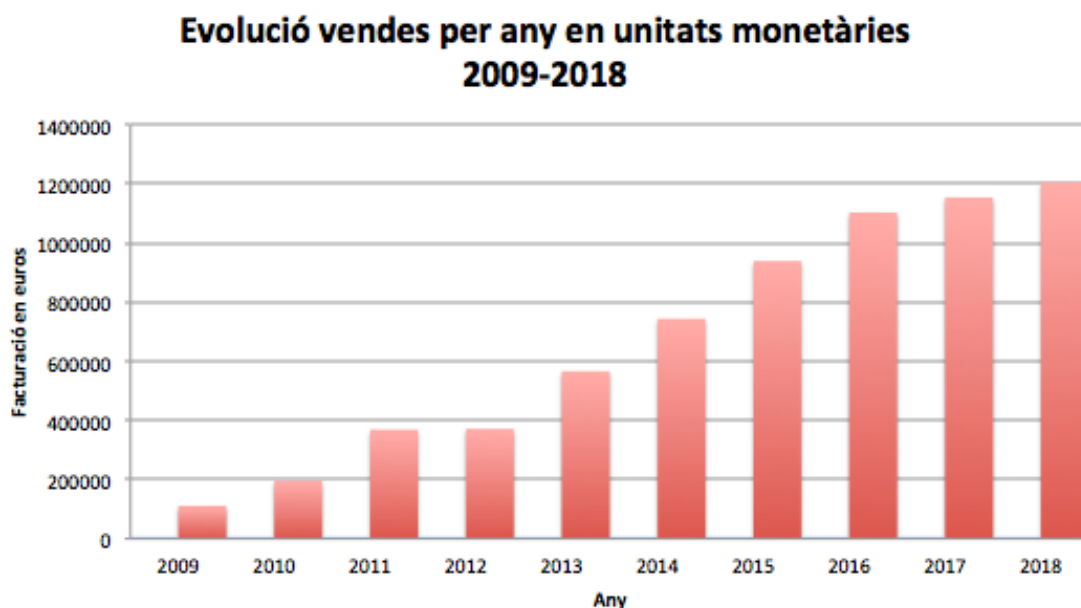
L'objectiu principal del servei és que el client se senti completament integrat en l'entorn. L'hotel constarà de 12 habitacions repartides per la zona escollida per a la seva construcció, totes les habitacions i zones comunes seran accessibles per a tothom. Dues de les habitacions seran tipus suite amb terrassa per a dues persones, quatre seran habitacions superiors en una mena de bungalows i les sis restants seran habitacions estàndards amb terrassa. Totes les habitacions seran d'ús doble. A les habitacions tipus suite hi haurà la possibilitat d'ampliar fins a 4 amb un sofà llit suplementari.

Pel que fa a les instal·lacions annexes a les habitacions l'hotel constarà de recepció; un despatx per a l'administració; cuina; magatzem; bugaderia; menjador per a l'esmorzar; sala d'estar amb televisió, sofàs i un billar; banys comuns i aparcament per cotxes i motos.

## 2. ANTECEDENTS I SITUACIÓ ACTUAL DE L'EMPRESA

L'empresa Coca i Fitó, S.L és una empresa familiar que es dedica a l'elaboració i venda de vi des de l'any 2006. Tot va començar a partir d'una petita vinya on l'any 2009 es va llençar la primera línia de vi al mercat. Coca i Fitó va acabar l'any 2009 amb una facturació de 111.560,21€ i al acabar l'any 2018 tenia una facturació de 1.205.421,51€. L'empresa en els seus inicis exportava un 80% i un 20% es venia a Catalunya. Actualment, a Catalunya es ven un 55,37%, a la resta d'Espanya un 7,55%, a Europa un 30,52%, a Amèrica un 2,65% i a Àsia un 2,65% del total<sup>1</sup>. El celler produeix unes 300.000 ampolles l'any.

Gràfic 1: Evolució de les vendes per any en unitats monetàries de Coca i Fitó, SL.



Font: Informe de gestió de Coca i Fitó, SL. Elaboració pròpia.

El celler ha anat creixent fins a arribar a elaborar vins de 5 denominacions d'origen diferents, com són: DO Montsant, DO Priorat, DO Terra Alta, DO Empordà i DO Ribera Sacra. També s'han decantat per l'elaboració d'oli d'oliva verge extra, de la DOP Siurana.

Tal com es pot veure, l'empresa ha tingut un llarg recorregut fins a crear un cert renom. L'any 2018 l'enòleg i soci de l'empresa va ser premiat per l'Associació de

<sup>1</sup> Dades més ampliades a l'annex 1.

<sup>2</sup> Transcripció de l'entrevista adjunta a l'annex 3.

<sup>3</sup> Separació que fa l'Oficina de Turisme del Priorat.



Sommeliers de Catalunya per ser el Millor enòleg de l'any 2018 de Catalunya, fet que dóna un gran valor a l'empresa i dóna més visibilitat a nivell català. A banda, alguns dels seus vins han estat reconeguts a nivell català.

Pel que fa al personal de l'empresa, compta amb els dos socis, cinc treballadors al celler i a la terra i 2 administratius. En total l'empresa la formen 9 persones.

Taula 1: Treballadors, càrrecs i funcions corresponents.

TREBALLADOR	FUNCIONS/CÀRREC
<b>Soci 1</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Comercial</li><li>• Presència en fires</li><li>• Administració</li></ul>
<b>Soci 2</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Director tècnic</li><li>• Enòleg</li><li>• Administració</li></ul>
<b>Treballador celler 1</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Responsable del celler</li><li>• Treball al celler</li></ul>
<b>Treballador celler 2</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Treball al celler</li><li>• Responsable de les visites enoturístiques</li></ul>
<b>Treballador celler 3</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Treball al celler</li><li>• Treball a la vinya</li></ul>
<b>Treballador celler 4</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Treball al celler</li><li>• Treball a la vinya</li></ul>
<b>Treballador celler 5</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Treball al celler</li><li>• Treball a la vinya</li></ul>
<b>Administratiu 1</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Administració</li></ul>
<b>Administratiu 2</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Administració</li><li>• Presència en fires</li></ul>

Font: Elaboració pròpia.



### 3. ESTUDI DE MERCAT

El turisme representa una gran part del PIB tan nacional com a nivell català. Els turistes fan despesa en dormir, menjar i en altres activitats d'oci, és un mercat que toca moltes tecles. Per tant, l'empresa Coca i Fitó oferiria un servei amb un bon esmorzar i amb la possibilitat de complementar el dia amb visites i tasts al celler i a les vinyes. L'enoturisme està començant a arrencar a la zona del Priorat, molts dels cellers estan focalitzant una part de la seva activitat a fer visites. Entenem per enoturisme el conjunt d'activitats d'oci de caràcter temàtic que fan els turistes quan es desplacen fora del seu àmbit habitual que tenen a veure amb la cultura del vi, en qualsevol de les seves manifestacions. Inclou aquelles activitats directament relacionades amb la cultura del vi i també aquelles que, sense formar-ne part, completen l'experiència turística. (J. Salvat, 2019) Per tant, es vol oferir una possible activitat enoturística complementària al celler.

La Comarca del Priorat té dues denominacions d'origen: la Denominació d'Origen Qualificada Priorat i la Denominació d'Origen Montsant. La DOQ Priorat té una superfície de 17.629 hectàrees, de les quals 1.725 estan plantades de vinya. Dels 23 municipis que té la comarca, 9 formen part de la DOQ Priorat amb un total de 81 cellers. Aquesta DOQ té una producció total d'uns 3 milions d'ampolles l'any. Aquesta està reconeguda a nivell mundial, és una denominació qualificada.

Pel que fa a la DO Montsant, va ser creada l'any 2001 amb una superfície de 35.676 hectàrees, de les quals 2.006 estan plantades de vinya. Dins d'aquesta DO es fa una producció d'uns 5 milions d'ampolles l'any amb 48 cellers.

Per tant, la combinació de les dues denominacions d'origen fa que es creï un servei diferenciador del territori del voltant. L'hotel estarà ubicat al municipi del Masroig, en conseqüència el servei ofert és un servei on els futurs clients es podran allotjar en un entorn únic i tranquil, envoltat de grans hectàrees de vinya i vistes a la gran serra del Montsant i de Llevària. A l'annex 2 es pot observar la ubicació exacta de l'hotel. El total de la finca on s'ubicaria l'hotel és de 22 hectàrees, on també està previst en un futur la construcció d'un nou celler. L'hotel estarà ubicat al cap damunt d'una petita



muntanya, per tant, hem de tenir en compte que l'hotel ha de disposar d'una bona accessibilitat, que en aquest cas la té. Disposa d'un camí cimentat des de baix a la carretera principal (T-734) fins dalt a la prevista ubicació de l'hotel.

A nivell espanyol hi ha zones concretes on l'enoturisme està molt desenvolupat, durant els últims anys han crescut molt el nombre de visitants als cellers. Com és el cas de la Rioja. Actualment, el que la majoria de cellers ofereixen és una visita i tast al celler, tot i això, alguns cellers estan començant a oferir altres serveis com pot ser l'allotjament. És aquí on l'empresa Coca i Fitó vol obrir nous fronts, poder captar nous clients i oferir altres serveis que no ofereixen tots els cellers de la comarca.

S'ha realitzat un anàlisi PORTER on està desenvolupat en els apartats 3.2 i 3.3, que fan referència al poder de negociació dels clients i de la competència, respectivament. A continuació s'analitzarà l'amenaça dels nous competidors i dels productes o serveis substituïts.

Pel que fa a l'amenaça de productes o serveis substituïts identificaríem els serveis que ofereixen els altres hotels de la competència. Ofereixen un servei molt semblant al d'aquest projecte i podria ser que el client es decantés cap al seu servei. Hem de tenir en compte que no només poden ser una amenaça per a nosaltres els hotels de la competència, sinó que els apartaments turístics de la zona també ho són.

Finalment, pel que fa a l'amenaça dels nous competidors dir que és una realitat que hem de tenir en compte, sempre es poden crear més hotels de l'estil i noves ofertes innovadores. El Priorat està començant a desenvolupar-se l'enoturisme i el més probable és que neixin noves empreses amb nous serveis o serveis semblants al d'aquest projecte.

### **3.1. Descripció del sector**

A la comarca del Priorat hi ha gran quantitat de cellers, però són pocs els que ofereixen el servei complementari com és l'allotjament. Afegir que a la comarca hi ha, segons l'IDESCAT (Institut d'Estadística de Catalunya), 20 hotels amb un total de 267 places, 3 càmpings amb un total de 951 places i una casa rural amb un total de 9 places. A la



població del Masroig només hi ha aquesta última oferta d'allotjament esmentada darrerament, la casa rural.

Taula 2: Allotjaments turístics a El Masroig, Priorat i Catalunya (2017).

	El Masroig	Priorat	Catalunya
<b>Hotels</b>	0	20	3.007
<b>Places d'hotels</b>	0	267	312.249
<b>Càmpings</b>	0	3	351
<b>Places de càmpings</b>	0	951	271.425
<b>Turisme rural</b>	1	44	2.415
<b>Places de turisme rural</b>	9	382	19.038

Font: IDESCAT, Allotjaments turístics 2017, a partir de les dades del Departament de Treball, Afers Socials i Famílies.

Segons l'Oficina de Turisme del Priorat i el Consell Comarcal del Priorat es calcula que visiten la comarca unes 35.000 persones. Tot i això, aquesta xifra no és del tot fiable ja que no s'hi han afegit la gent que no visita els cellers o no han passat per la Cartoixa. L'Oficina de Turisme preveu que la comarca rep un total de 50.000 persones. Els dies que hi ha més concentració de turistes a la comarca és a la Fira del Vi de Falset, per Setmana Santa i a les èpoques de primavera i tardor. Els mesos de més fred hi ha menys afluència de turistes.

El Priorat ha presentat una candidatura, titulada Priorat-Montsant-Siurana per a la Llista de Patrimoni Mundial de la UNESCO en la categoria de paisatges culturals. El Priorat té un paisatge excepcional i de gran valor, l'agricultura és la principal protagonista. Aquest paisatge conté la vida al camp des de fa molts anys fins a l'actualitat i la cultura i identitat encara viva dels seus habitants. Altrament, es vol gestionar aquest paisatge de manera sostenible com a benefici de tothom. Actualment el Priorat es coneix pel vi, però ara també es vol donar a conèixer pel seu paisatge, vol "esdevenir un territori referent de l'agricultura del mediterrani". Per tant, és de gran valor afegit que la comarca pugui ser Patrimoni de la Humanitat per la UNESCO. A



l'entrevista realitzada a l'Oficina de Turisme del Priorat<sup>2</sup> va ser un tema a comentar, segons la seva experiència l'Oficina calcula que a llarg termini, si al final es concedeix, durà més turisme. Tot i això, comenten que és difícil que es vegin canvis en la demanda a curt termini.

El perfil de turista que visita la comarca és principalment regional, en segon i tercer lloc serien nacionals i internacionals. Pel que fa als turistes internacionals provenen del Regne Unit, França, Bèlgica i Estats Units. Tenen entre 40 i 60 anys, acostumen a viatjar en parella o amb grup de famílies i tenen un poder adquisitiu mitjà. En l'apartat 3.2 es tractarà més en profunditat el perfil de turista que rep la comarca i quines són les seves motivacions.

S'ha de tenir en compte que els competidors són els que actualment ofereixen un servei semblant al que es vol realitzar, és a dir, la combinació del Celler i de l'allotjament en un entorn i amb unes característiques diferenciadores. Aquesta idea de negoci està clar que cada vegada anirà a més perquè el que es busca és arribar al màxim de públic possible i com més serveis s'ofereixin més gran serà el ventall de rebre clients.

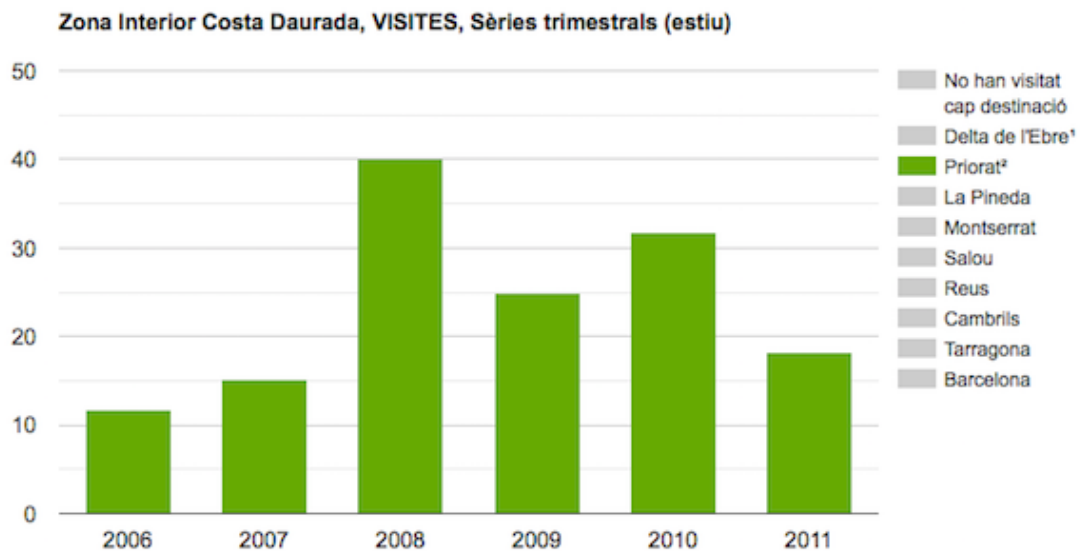
En el següent gràfic es pot observar per sèries trimestrals les visites que rep la comarca del Priorat. L'any 2006 va rebre un 11,7%, l'any 2007 un 15,1%, l'any 2008 un 40,1%, l'any 2009 un 25%, l'any 2010 un 31,8% i l'any 2011 un 18,2%. Només tenim dades fins l'any 2011 però les visites durant els darrers anys han anat en creixuda.

A partir d'aquestes dades es pot veure que cada vegada més hi ha més interès en aquest sector i que en un futur en comptes de buscar el producte de les visites als cellers i vinyes, els turistes podran tenir més present l'opció de pernoctar en un entorn únic i 100% dins la cultura del vi, és a dir, una immersió total en aquest sector.

---

<sup>2</sup> Transcripció de l'entrevista adjunta a l'annex 3.

Gràfic 2: Visites a la comarca del Priorat (2006-2011)



Font: Observatori del Parc Científic i Tecnològic de Turisme i Oci.

### 3.2. Anàlisi de la clientela potencial

Segons l'Organització Mundial del Turisme (OMT) el turisme comprèn les activitats que realitzen les persones durant els viatges i estades en llocs diferents al seu entorn habitual, per un període de temps consecutiu inferior a un any, amb fins d'oci, per negocis i altres.

Primer de tot, cal diferenciar entre turista i excursionista. El turista és aquell que pernocta i l'excursionista és aquell que visita la destinació i torna a casa al mateix dia.

Pel que fa al perfil del turista o excursionista que visita la comarca l'any 2018, segons l'Oficina de Turisme del Priorat, podríem fer dos anàlisis. En primer lloc, analitzant el mercat exclouent els turistes catalans i valencians<sup>3</sup>, i en segon lloc el turista o excursionista que visita els cellers de la ruta del vi. Aquest primer perfil es situa entre els 40 i 60 anys, majoritàriament són homes, la seva estada a la comarca és de dos dies (el 55% són visitants d'un dia), la seva procedència és majoritàriament francesa,

<sup>3</sup> Separació que fa l'Oficina de Turisme del Priorat.



s'allotja en hotel i es desplaça en cotxe. Majoritàriament, el turista pernocta a Cambrils, al Priorat o a Falset. El turista té un grau de coneixement del Priorat, sobretot en el sector vinícola i el 80% no havien estat abans a la comarca, però un 56% sí que havia estat anteriorment a la Costa Daurada. Tanmateix, la major aflluència de turistes es concentra als mesos d'abril, maig, agost i setembre.

En segon lloc, analitzant el mercat sense excloure cap procedència i fixant-nos amb les visites dels cellers de la ruta del vi, el 53% de turistes o excursionistes provenen de Catalunya, seguits d'Europa i dels Estats Units. Pel que fa als catalans, provenen de Barcelona i Tarragona. Pel que fa a Europa, provenen del Regne Unit, França, Bèlgica i Suïssa. Respecta a la pernoctació una part pernocta en hotels de la comarca i l'altra part va i torna, és a dir, no pernocta, és un excursionista. Finalment, pel que fa a l'aflluència de visitants, el mes més destacat és l'octubre, seguit del mes de setembre, maig, abril, març i novembre.

Segons un estudi de l'ACEVIN (Associació Espanyola de Ciutats del Vi) l'enoturisme és un turisme de proximitat. Per exemplificar-ho, a Espanya el 81% dels enoturistes són espanyols. Dins d'aquest 81% el 19% són enoturistes provinents de Catalunya. Segons l'ACEVIN els mercats internacionals més notoris a l'estat espanyol són els alemanys, els estatunidencs i els francesos.

En aquest estudi es va observar que l'enoturisme es realitza en grup, tant en grup d'amics com en família. L'edat dels enoturistes està entre els 36 i 55 anys, tot i això també destaquen els de més de 56 anys.

Pel que fa a la despesa mitjana, segons l'ACEVIN és de 100 per persona i dia, incloent allotjament i restauració. L'estada mitjana és de 2,6 dies, en concret en caps de setmana, ponts i festius.

Les visites als celles representa un 20% de les activitats enoturístiques, la degustació de vins representa un 15% i la gastronomia local un altre 15%. Es remarca molt que l'enoturista valora molt de la seva experiència el paisatge i l'allotjament. Per tant, és una dada important a tenir en compte per al projecte, ja que el paisatge serà un dels grans atractius d'aquest projecte.

Si ens centrem en els motius d'atracció del client al servei que l'empresa Coca i Fitó vol



oferir, direm que s'ofereix un preu molt competitiu qualitat-preu. No és un preu que només sigui accessible per a un tipus de gent d'alt nivell ni tampoc és un preu que sigui accessible per a tothom. S'ofereix un servei semblant però a la vegada diferenciador al de la competència. Molts dels hotels de la comarca del Priorat ofereixen només un tipus d'allotjament, el que vol oferir Coca i Fitó són diferents tipus d'allotjaments, és a dir, un total de 12 habitacions que es dividiran per la finca amb diferents estils d'allotjament. És un estil d'hotel que no és usual a la zona. La finca escollida té una vista panoràmica de 360º, per tant, s'ha d'aprofitar.

### 3.3. Anàlisi de la competència

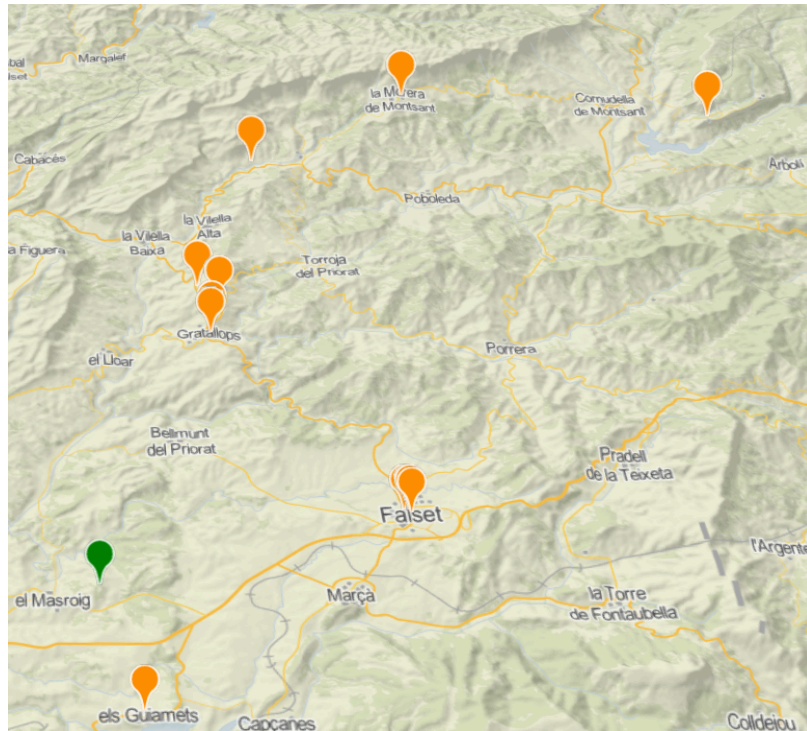
La competitivitat d'un hotel ve donada per els punts forts i avantatges que aquest pugui tenir en comparació a la resta. Hi ha diferents característiques de l'allotjament que fan que el client s'acabi decantant per una opció o una altra, aquestes poden ser la qualitat o el preu de l'allotjament.

Per tal d'analitzar la competència del nostre hotel ens fixarem en els hotels de la comarca. Són els següents:

- |                                     |   |
|-------------------------------------|---|
| 1. Hotel Celler Trossos del Priorat | 7. Hotel Balcó del Priorat              |
| 2. Hotel Terra Dominicata           | 8. Boutique Hotel & Restaurant Cal Llop |
| 3. Hotel-Hostal Sport               | 9. Hotel La Siuranella                  |
| 4. Hotel Rural Cal Torner           | 10. Hotel Secrets Priorat               |
| 5. Hotel Celler Buil & Giné         | 11. Hotel Clos Figueras                 |
| 6. Hotel Lotus Priorat              |   |

En el següent mapa es pot observar en color taronja els hotels citats anteriorment. La gran majoria estan ubicats a Falset i a Gratallops. En color verd es troba localitzat el projecte de l'Hotel Coca i Fitó. Cap a la zona sud-oest només s'hi localitza l'Hotel Rural Cal Torner, als Guiamets.

Mapa 3: Mapa amb la ubicació dels hotels al Priorat. En verd, l'Hotel Coca i Fitó.<sup>4</sup>



Font: Instamaps. Elaboració pròpia.

Per tant, podríem dir que el total de competidors són 11, tot i això, el nombre real de competidors principals són 3, ja que ofereixen un servei similar al que es vol realitzar amb aquest projecte.

Els principals hotels més semblants al projecte a realitzar serien l'Hotel Celler Trossos del Priorat, l'hotel de luxe Terra Dominicata i l'Hotel Celler Buil & Giné.

Taula 3: Comparació del projecte d'hotel amb tres competidors de la comarca.

CONCEPTE	Hotel Coca i Fitó	Hotel Celler Trossos del Priorat	Hotel Terra Dominicata	Hotel Celler Buil&Giné
<b>Nº habitacions</b>	12	7	26	3
<b>Preu mitjà (en €)<sup>5</sup></b>	-	165-180€	426-510-540-570€	149-179€
<b>Esmorzar</b>	Sí	Sí	Sí	Sí
<b>Piscina</b>	No	No	Sí	No
<b>Activitats enoturístiques</b>	Sí	Sí	Sí	Sí

<sup>4</sup> Enllaç del mapa virtual amb el nom i la localització de cada hotel.

[https://ja.cat/mapa\\_hotels\\_priorat](https://ja.cat/mapa_hotels_priorat)

<sup>5</sup> Per calcular el preu de cada allotjament s'han agafat 10 dies aleatoris. Ja que hi ha diferents tarifes i no estan especificades al web.



<b>Restaurant</b>	No	No	Sí	Sí
<b>Celebració esdeveniments</b>	No	No	Sí	Sí
<b>Vistes panoràmiques</b>	Sí	Sí	Sí	Sí

Font: Elaboració pròpia.

En primer lloc, pel que fa al nombre d'habitacions hi ha una gran diferència entre els competidors. L'Hotel Celler Buil&Giné té només 3 habitacions, després trobaríem a l'Hotel Celler Trossos del Priorat amb 7 habitacions, seguidament l'Hotel Coca i Fitó amb 12 habitacions i finalment, i amb gran diferència, l'Hotel Terra Dominicata amb 26 habitacions. Creiem que oferint el nombre de 12 habitacions ens pot sortir rentable fer el projecte, ja que si féssim unes 6 habitacions no ens hi sortiria ja que és una gran inversió i creiem que no hi trauríem beneficis.

En segon lloc veiem que tots els hotels, excepte l'Hotel Celler Buil&Giné, ofereixen esmorzar. És un punt a favor ja que els hotels estan ubicats en zones on no hi ha comerç i els clients no tindrien tantes facilitats envers estant al centre d'una ciutat.

En tercer lloc, tots els hotels analitzats tenen activitats enoturístiques per oferir als clients. Estan ubicats en una zona característica en el món del vi i és un requisit essencial de cara al futur.

Només dos dels hotels ofereixen el servei de restauració, tot i això no és un punt de competència. El mateix pel que fa a la celebració d'esdeveniments.

Finalment, tots els quatre hotels disposen d'unes vistes panoràmiques excel·lents enmig d'un paisatge vitivinícola.

Seguidament passarem a analitzar la competència de manera més acurada, es buscaran i es citaran els punts forts i febles de cada hotel

Taula 4: Punts forts i febles de la competència.

HOTEL	PUNTS FORTS	PUNTS FEBLES
<b>Hotel Celler Trossos del Priorat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Vistes excepcionals.</li> <li>Decoració integrada a l'entorn.</li> <li>Oferta per a famílies.</li> <li>Celler al mateix hotel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Preu elevat depèn de l'època de l'any.</li> <li>No hi ha recepció 24h.</li> <li>Únic accés amb cotxe, no s'hi pot accedir amb transport públic.</li> </ul>



<b>Hotel Terra Dominicata</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambient i entorn únic.</li> <li>• Gran oferta de diferents serveis (restauració, rutes amb e-bicicleta, possibilitat de celebrar esdeveniments, etc.)</li> <li>• Decoració integrada a l'entorn.</li> <li>• A prop d'Escaladei.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Per al tipus de turista que rep la comarca, preu elevat.</li> <li>• Únic accés amb cotxe, no s'hi pot accedir amb transport públic.</li> </ul>
<b>Hotel Celler Buil &amp; Giné</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bona ubicació i vistes.</li> <li>• Celler al mateix hotel.</li> <li>• Té restaurant al mateix hotel.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Només té 3 habitacions i no estan decorades en sintonia amb l'entorn.</li> <li>• No hi ha recepció 24h.</li> <li>• Únic accés amb cotxe, no s'hi pot accedir amb transport públic.</li> </ul>

Font: Elaboració pròpia.

### 3.4. Anàlisi DAFO

Seguidament es farà un anàlisi DAFO del projecte, remarcant les debilitats, les amenaces, les fortaleses i les oportunitats. Gràcies al DAFO podem analitzar el projecte i poder crear estratègies per aconseguir els objectius marcats.

Taula 5: Anàlisi DAFO del projecte.

ANÀLISI INTERN	ANÀLISI EXTERN
<p style="text-align: center;"><b><u>Debilitats</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Falta d'experiència en el negoci hoteler.</li> <li>• Altes despeses per a la construcció de l'hotel.</li> <li>• Nombre reduït d'habitacions.</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b><u>Amenaces</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Poca demanda durant mesos i èpoques concretes de l'any. Estacionalitat.</li> <li>• Pocs establiments i botigues a la zona.</li> <li>• Zona poc coneguda internacionalment. Relativament lluny de les capitals més litorals.</li> <li>• Competència que també ofereix un servei de celler + hotel.</li> </ul>



### Fortaleses

- Varietat de serveis. Possibilitat de complementar amb activitats que ofereix el celler (tasts, visites guiades...).
- Bon reconeixement de l'empresa a nivell català.
- Bona situació geogràfica de l'hotel.
- Preus competitius, bona relació qualitat-preu. Preus assequibles.
- Diferents tipus d'habitació, diferents preus. No només es concentra en un mercat.
- El personal té un gran coneixement de tota l'empresa.

### Oportunitats

- Increment de l'afluència del turisme a la zona.
- Molta afluència de turisme a la Costa Daurada.
- L'enoturisme està en creixement.
- Massiva utilització d'internet per poder realitzar reserves i ofertes.
- Sector on el turisme és de qualitat.
- Poca oferta hotelera que ofereixin un servei diferenciador.
- Proximitat amb l'aeroport de Reus i l'Estació Camp de Tarragona de l'AVE.

Font: Elaboració pròpia



#### 4. ESTRATÈGIA COMERCIAL I PLA DE MÀRQUETING

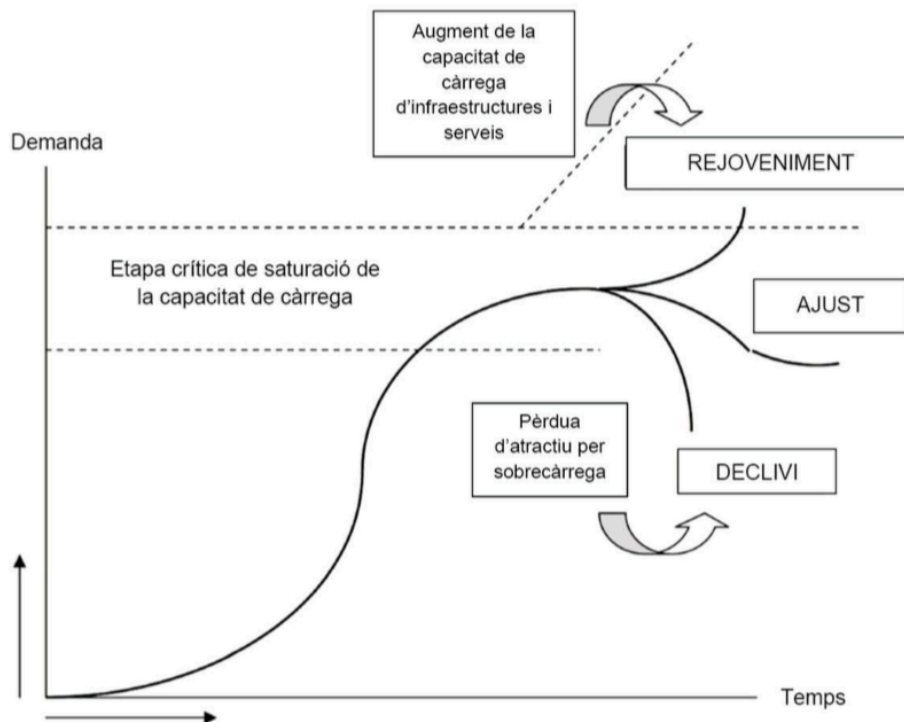
En aquest punt es desenvoluparan les activitats que l'empresa desenvoluparà per tal de poder donar a conèixer el servei i per satisfer les necessitats del consumidor i així aconseguir beneficis. Hi ha quatre elements que són els pilars bàsics de qualsevol estratègia de màrqueting, es coneix com el Màrqueting Mix, format per 4P's: Producte (Servei), Preu, Distribució (Place) i Promoció.

##### 4.1. Servei

D'acord amb l'estratègia per al Desenvolupament Sostenible de Catalunya 2026, pel que fa a les variables territorials es busca oferir un servei on es conservi el paisatge i el patrimoni i que s'afavoreixi a la desestacionalització. Pel que fa a les variables ambientals es busca incrementar el percentatge de residus reciclats procedents del sector turístic i la implantació de sistemes de certificació ambiental a les instal·lacions d'allotjament turístic. Referent a les variables socioeconòmiques es busca tenir llocs de treball permanents i de mà d'obra mitjançant la formació. Es tracta de revaloritzar els recursos turístics d'àrees d'interior com és la comarca del Priorat.

El Priorat és una destinació turística que està en fase de desenvolupament segons el model de cicle de vida de les destinacions turístiques, és a dir, turísticament no està del tot explotat si ho comparem amb el litoral més proper. Falta més oferta hotelera i més promoció internacional i nacional per tal de que vinguin més turistes. Al estar en un procés de desenvolupament és un bon moment per construir i oferir noves idees. Al no estar molt explotat turísticament parlant no hi ha un grau molt alt de competència i això és una gran avantatge per a la creació d'aquest projecte.

Figura 1: Model de cycle de vida de les destinacions turístiques.



Font: Priestley i Llundés (2007).

Es vol oferir un servei de qualitat, s'ha proposat oferir un servei de 3 o 4 estrelles. L'hotel Coca i Fitó, com s'ha dit anteriorment, constarà de 12 habitacions repartides per la finca<sup>6</sup>, totes les habitacions i zones comunes seran accessibles per a tothom. Dues de les habitacions seran de luxe, quatre seran suites en una mena de bungalows i les sis restants seran habitacions estàndards. Totes les habitacions seran d'ús doble i totalment equipades (tovalloles, barnús, assecador de cabell, gel i xampú per la dutxa, entre d'altres). En les habitacions de luxe hi haurà la possibilitat d'ampliar fins a 4 amb un sofà llit suplementari. L'hotel tindrà una capacitat màxima de 28 persones, incloent adults i nens, els nens que dormint en cuna no se'ls compta. Per tal d'oferir un servei diferenciador, s'oferirà una ampolla de vi de benvinguda a l'habitació. El vi ofert serà del propi celler.

L'hotel Coca i Fitó oferirà als seus clients diferents zones comunes, com una gran sala d'estar, una sala de jocs amb un billar, lavabos, un menjador per al servei d'esmorzar,

<sup>6</sup> Mapa de la localització de l'hotel amb vista aèria a l'annex 2.

pàrquing i servei d'Internet d'alta velocitat. També s'oferiria als clients servei de bugaderia si ho necessiten.

L'hotel va dirigit a un turista de nivell adquisitiu mitjà-alt, nacional i internacional. La estança mitjana seria de 1 a 4 nits. Dins al preu de l'habitació anirà inclòs l'esmorzar. Com a producte complementari s'oferirien rutes per les vinyes i tasts de vins al celler familiar.

L'hotel serà un hotel integrat dins la cultura del vi, cada habitació estarà ambientada dins d'aquest món vitivinícola, és a dir, seran habitacions tematitzades dins un entorn únic. L'hotel s'adaptarà a les necessitats del client i oferirà un servei amb personal ben format, buscant sempre la bona qualitat del servei.

En la següent imatge es pot observar on estarà localitzat l'hotel (marcat amb un quadre vermell). Està a les afores del poble i ben comunicat, és a dir, té una bona accessibilitat.

Mapa 4: Fotografia aèria de part del municipi del Masroig. Ubicació de l'hotel en vermell.



Font: Google Maps, 2019

#### 4.2. Preu

En aquest apartat es realitzarà el procés per a establir el preu. El preu ha de ser competitiu i a la vegada ser coherent. Per tal d'establir un preu es tindran en compte les tarifes dels hotels de la competència analitzats anteriorment.

Els preus de cada habitació es fixaran en funció de la competència. L'habitació de luxe la relacionem amb la *Suite deluxe* de l'hotel Terra Dominicata, l'habitació superior la relacionem amb l'*Habitació doble Superior* de l'hotel Buil & Giné i l'habitació estàndard la relacionem amb l'*Habitació doble amb terrassa* de l'hotel Trossos del Priorat.

Fent referència a la taula de l'apartat 3.3, veiem que Terra Dominicata té un preu mitjà de 426-510-540-570€<sup>7</sup>, Trossos del Priorat de 165-180€ i Buil & Giné de 149-179€.

L'habitació *Suite deluxe* de l'hotel Terra Dominicata té un preu mitjà de 570€, l'*Habitació doble Superior* de l'hotel Buil & Giné té un preu mitjà de 149€ i l'*Habitació doble amb terrassa* de l'hotel Trossos del Priorat té un preu mitjà de 165€.

Els preus establerts seran els primers anys més baixos que els de la competència. Remarcar que els següents preus ja tenen el 10% d'IVA afegit. L'Hotel Coca i Fitó tindrà les següents tarifes:

Taula 6: Preu de cada habitació per dia.

Preu/dia	2 pax*
<b>Habitació de luxe**</b>	250€
<b>Habitació superior</b>	120€
<b>Habitació estàndard</b>	80€

Font: Elaboració pròpia.

\* Els nens menors de 12 anys no tenen cap cost addicional.

\*\* Cada persona addicional tindrà un import de 25€. Hi haurà un màxim de 4 persones.

<sup>7</sup> Preus mitjans de cada tipus d'habitació.



A banda del preu de l'habitació, s'haurà de carregar al client en el moment de sortida la Taxa turística. A Catalunya depenent de la zona pot ser un preu o un altre. En la següent taula s'especifica.

Taula 7: Taxa turística segons establiment.

Tarifa General. Catalunya	Import
<b>Hotel de 5 estrelles, gran luxe, càmping de luxe i establiment o equipament de categoria equivalent.</b>	2,25€
<b>Hotel de 4 estrelles i 4 estrelles superior, i establiment o equipament de categoria equivalent.</b>	0,90€
<b>Habitatge d'ús turístic.</b>	0,90€
<b>Resta d'establiments i equipaments.</b>	0,45€
<b>Embarcació de creuer.</b>	
- <b>Més de 12 hores</b>	2,25€
- <b>12 hores o menys</b>	-

Font: www.chekin.io. Consulta maig de 2019

La normativa que regeix la taxa turística a Catalunya és la Llei 5/2012, de 20 de març, de mesures fiscals, financeres i administratives i de creació de l'impost sobre les estades en establiments turístics.

Es seguiran unes polítiques de preu, els primers 3 anys es mantindrà el mateix preu per tal de donar-se a conèixer i tenir renom. Un cop hagin passat aquests 3 anys si l'evolució ha estat bona es pujarà el preu de cada habitació 25, 30 i 50€, respectivament. Si al cap de dos anys es creu que la demanda serà bona es pujarà el preu fins a arribar a 320, 160 i 120€, respectivament. Remarcar que els següents preus ja tenen el 10% d'IVA afegit.

Taula 8: Evolució del preu de cada habitació.

	Primer any	Quart any	Sisè any
<b>Habitació de luxe</b>	250€	300€	320€
<b>Habitació superior</b>	120€	150€	160€
<b>Habitació estàndard</b>	80€	105€	120€

Font: Elaboració pròpia



### 4.3. Distribució

La distribució del servei es farà per canal propi i directe, és a dir, a través de la pàgina web del celler, tot i això s'ofrirà el servei per altres portals web importants per tal d'accedir a major nombre de possibles clients.

Tal com hem dit hi ha diferents portals web pioners en el món de les reserves online, actuen com intermediaris (agents) entre els clients que volen reservar un allotjament i el teu allotjament, és a dir, actua com una agència però de forma online. Aquests són Booking.com, Airbnb i Expedia.

En primer lloc, Booking.com ofereix un acord directe entre el client i l'allotjament, és a dir, el portal web no forma part del contracte. L'allotjament té control total sobre les tarifes i la disponibilitat de l'allotjament. El preu que es mostra al client és el preu que es posa, tot i això dins d'aquest import una part va per Booking.com. Aquesta part és la comissió, que varia depenent del país, pot estar entre el 10 i 25%, segons el tipus d'allotjament i ubicació. En la zona on es vol ubicar l'hotel al Priorat estaria cap al 15% aproximat de comissió. S'ofrirà cada habitació individualment a través d'aquest portal.

En segon lloc, Airbnb també ofereix un acord directe entre el client i l'amfitrió de l'allotjament. Deixa a l'amfitrió de l'allotjament posar les tarifes que vulgui. Airbnb aplica una tarifa fixa del 3% a cada reserva. Quan el client arriba a l'allotjament, el portal s'encarrega d'enviar els diners corresponents a l'amfitrió a través de Paypal. Airbnb ofereix una garantia per als amfitrions amb un import màxim de 800.000€, amb tot una sèrie de requisits. Aquesta plataforma no està molt vista en grans hotels, però en hotels on la gestió és més familiar i més independent que les grans cadenes, pot ser una gran oportunitat. S'ofrirà cada habitació individualment a través d'aquest portal.

En tercer lloc, Expedia ofereix poder registrar el teu allotjament de manera gratuïta i et posa a disposició de més de 200 llocs webs i canals de distribució on pot aparèixer l'allotjament. Quan ja es té l'allotjament registrat es pot accedir al Partner Central que és una plataforma des d'on es pot gestionar l'allotjament i es té un equip d'assistència



local 24 hores. Aquesta plataforma també ofereix la possibilitat d'oferir dades estadístiques que poden ajudar al rendiment i a la millora de l'allotjament. Igual que Booking.com i Airbnb, també hi ha contacte directe entre el client i l'hotel.

Per tal de començar amb la distribució el que es farà serà la distribució a partir del portal Booking.com, d'Airbnb, d'Expedia i a través de la pròpia pàgina web del celler, on hi haurà un apartat de l'hotel on s'hi podran fer les reserves directes. També es podrà contractar el servei per via telefònica.

#### **4.4. Promoció**

Pel que fa a la promoció d'aquest servei ens referim a la publicitat, a com ens posicionarem i quines campanyes es realitzaran, entre d'altres. La promoció es realitza per tal d'arribar al públic objectiu, de que es conegui el servei i que finalment es s'influeixi de tal manera que se'l convenci de comprar el que es promociona.

Pel que fa a la publicitat els canals més recurrents són els anuncis a la televisió, radio, internet i fulletons impresos. En aquest cas s'utilitzarien primerament els dos últims canals, la promoció a través d'internet i a través de fulletons impresos. Dins de la publicitat s'ha de tenir molt clar a on es vol arribar, quant es podrà destinar, quin missatge es vol transmetre, els canals de promoció utilitzats i l'avaluació final.

A dia d'avui, una de les plataformes més populars és Instagram. Es crearà un compte, s'hi promocionarà el servei i serà com un recull de fotografies de l'allotjament i de la zona. D'aquesta manera es podrà accedir de manera més directa amb el client actiu a les xarxes socials i mostrar l'hotel sense accedir a la pàgina web.

Una altra eina de promoció seria el Merchandising. Es podrien fer sortejos a partir de les xarxes socials i a les visites al celler, decoració en llocs estratègics i oferir, per exemple, un paquet de visita al celler més una nit a l'hotel, entre d'altres promocions.



Els esdeveniments també són una possible eina de promoció. El celler Coca i Fitó assisteix a moltes fires, tant nacionals com internacionals, aquest fet podria ser un punt estratègic per tal de promocionar el servei. Només caldria tenir uns fulletons sobre el taulell o *stand*, o bé, informar al client que el celler també ofereix aquest servei alternatiu. Seria una interacció directa i personal amb el client, fet molt important i positiu.

Una altra eina de promoció seria el Màrqueting directe, és a dir, contactar directament amb el client, com per exemple, per correu electrònic.

## 5. PLA D'OPERACIONS

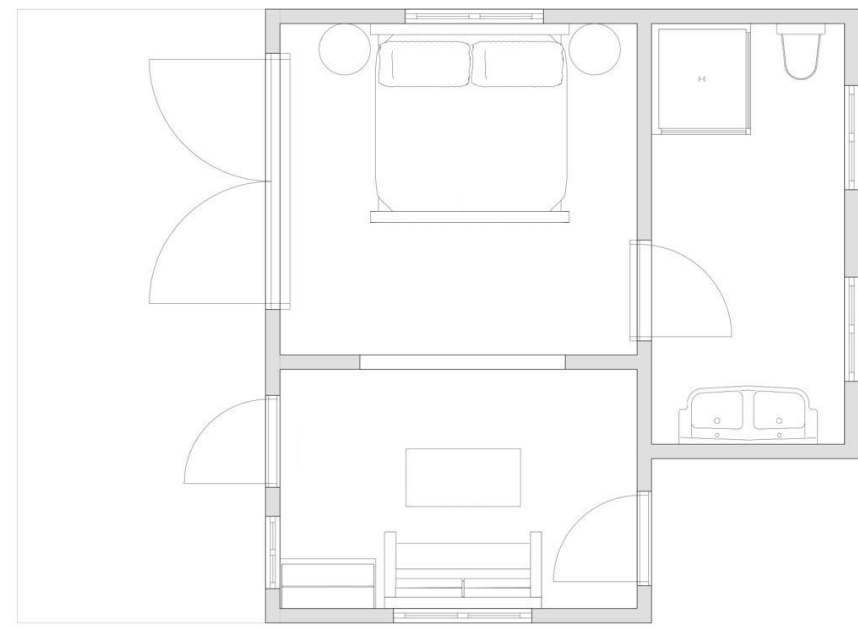
### 5.1. Procés de producció

Per la realització d'aquest projecte hem de tenir en compte tot el que necessitem per a que sigui possible.

El conjunt de l'hotel constarà de 1.618 m<sup>2</sup> i estarà distribuït de la següent manera. Recordar que l'hotel constarà de dues habitacions de luxe, quatre habitacions superiors, sis habitacions estàndards i diferents zones comunes (banys, una gran sala d'estar, menjador, cuina, magatzem, bugaderia, despatx per a l'administració, recepció i aparcament exterior per cotxes i motos).

El pressupost de la construcció i càlcul dels metres quadrats que ocuparà el projecte ha estat realitzat per l'empresa Garreta Paniello Arquitectura i Interiorisme, SLP. El pressupost inclou Projecte Tècnic, construcció i equipament interior, és a dir, el mobiliari.<sup>8</sup>

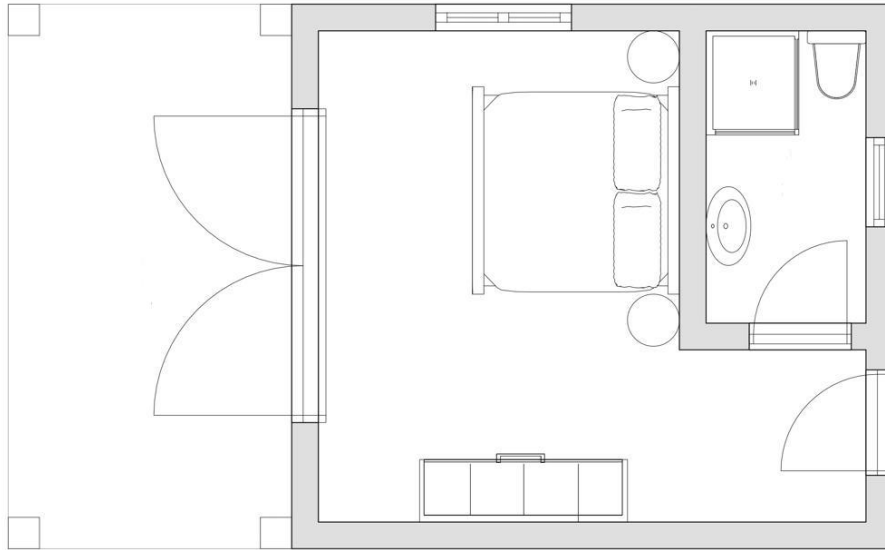
Figura 2: Habitació de luxe



Font: Elaboració pròpia a partir de l'aplicació Live Home 3D.

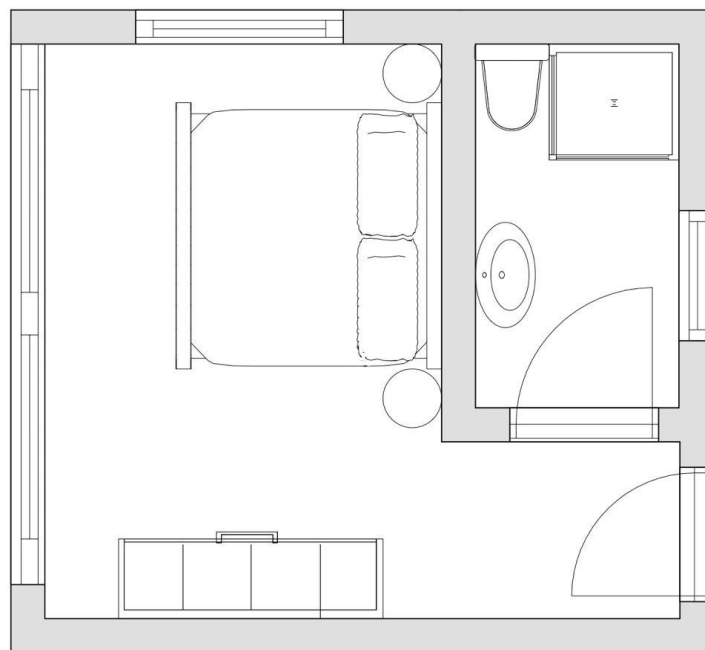
<sup>8</sup> Pressupost adjunt a l'annex 8.

Figura 3: Habitació superior



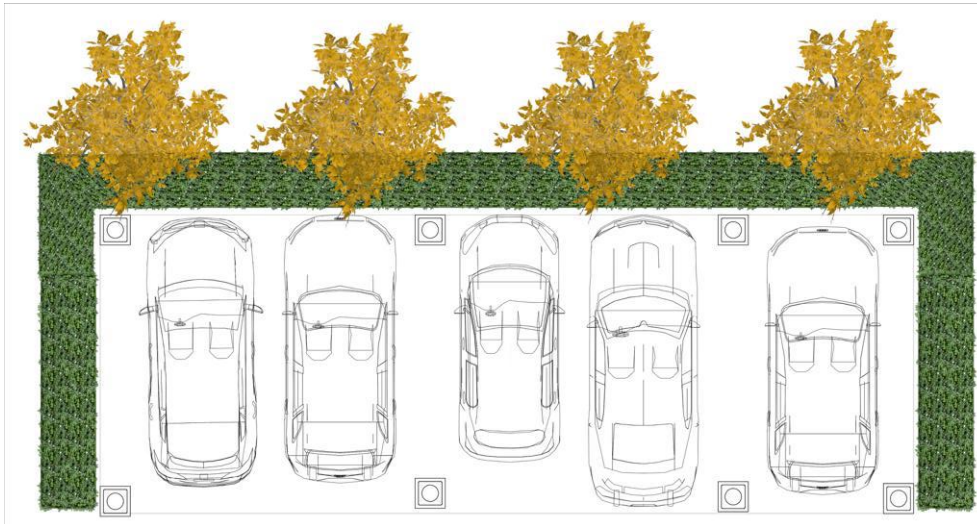
Font: Elaboració pròpia a partir de l'aplicació Live Home 3D.

Figura 4: Habitació estàndard



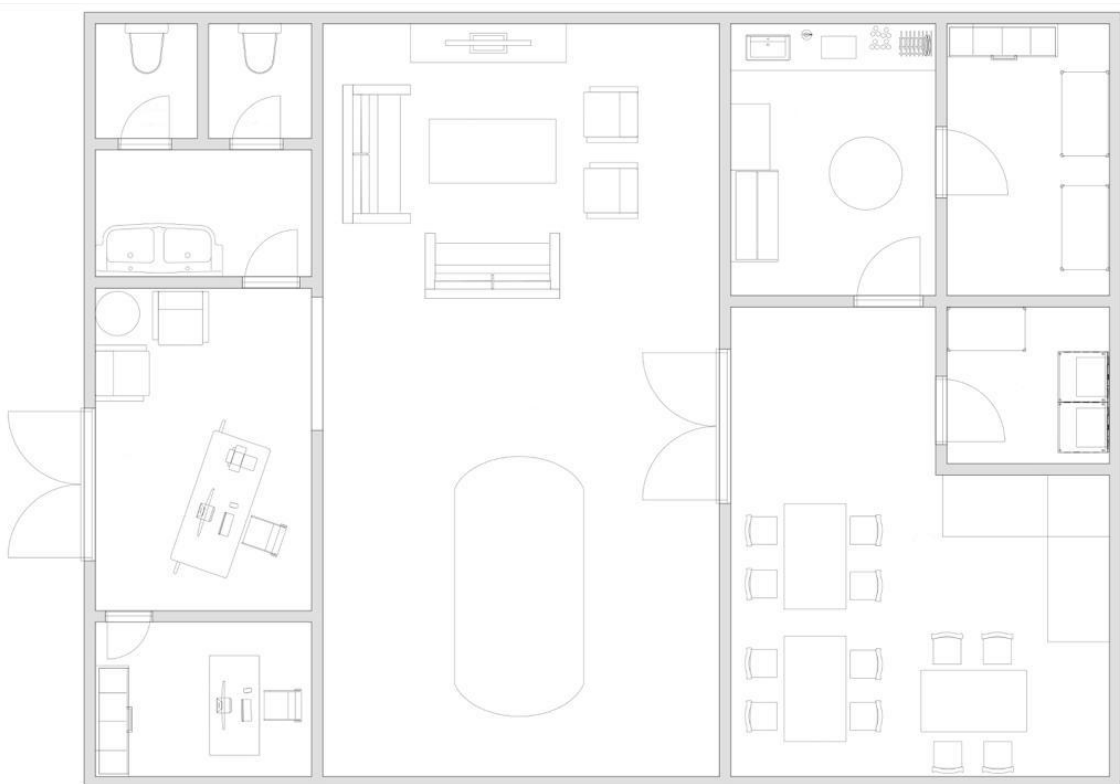
Font: Elaboració pròpia a partir de l'aplicació Live Home 3D.

Figura 5: Aparcament exterior per cotxes i motos



Font: Elaboració pròpia a partir de l'aplicació Live Home 3D.

Figura 6: Zones comunes. Banys, recepció, sala d'estar, menjador, cuina, magatzem i bugaderia.



Font: Elaboració pròpia a partir de l'aplicació Live Home 3D.



L'empresa Garreta Paniello Arquitectura i Interiorisme també ha facilitat la següent informació per tal de tenir una orientació de quant tardaria el projecte en realitzar-se en la seva totalitat.

El primer any es realitza el Projecte d'arquitectura, sense complir la normativa urbanística corresponent i els requisits de l'activitat del negoci en qüestió. Aquest projecte s'entrega a l'Ajuntament i s'espera rebre el permís d'obres.

Durant el segon i el tercer any es fan les obres de construcció i es va fent el Projecte d'activitat per entregar-lo al final de l'obra. Aquest Projecte d'activitat el realitza un enginyer on s'hi indiquen totes les normatives a complir, l'accessibilitat que té l'establiment, el número de clients, tots els temes de seguretat contra incendis i el projecte elèctric. A continuació, es realitza la documentació de final d'obra per part de l'arquitecte i s'entrega el Projecte d'activitat. Seguidament s'espera a les inspeccions dels tècnics oficials per fer la revisió completa. Després de les inspeccions, es sol·liciten els comptadors a les empreses de subministrament d'aigua, llum i gas. Quan tots aquests procediments estan acceptats i complerts ja es pot fer l'obertura oficial al públic, si hi ha algun procediment que no s'ha fet no es pot obrir l'establiment. Per tant, per a la construcció total del projecte es necessitaran uns 3 anys.

Pel que fa al personal està explicat i desenvolupat a l'apartat 6.2. Tot i això, ara s'explicaran els torns i la normativa de l'hotel.

Taula 9: Torns de cada departament.

	HORARI	DIES DE LA SETMANA
<b>Administració</b>	9:00 a 15:00h*	De dilluns a divendres
<b>Recepció**</b>	7:00 a 15:00h i 15:00 a 23:00h	De dilluns a diumenge

Font: Elaboració pròpia

\* Depèn de la feina que hi hagi no es treballaran tots els dies d'entre setmana.

\*\* Hi haurà dos torns.



L'hotel tindrà una normativa la qual s'haurà de seguir en la seva totalitat. A la normativa s'especifica les hores de check in i check out, la normativa de recepció i d'acomiadament del client i hores del servei d'esmorzar, entre d'altres.

El **check-in** es podrà fer a partir de les 15:00h, tot i això si l'habitació reservada no ha estat ocupada la nit anterior es podrà fer el check-in abans de les 15:00h. Quan arriben els clients a l'hotel se'ls rebrà amb amabilitat, se'ls confirmarà les dades de la reserva (nits, persones i habitació), se'ls demanarà els documents corresponents per tal de registrar-los i se'ls demanarà una targeta de crèdit com a garantia. Un cop registrats se'ls farà firmar un document conforme se'ls prenen les dades personals, subjecte a la llei de protecció de dades. Se'ls explicarà que al final s'ha de pagar la taxa turística i s'ompliran els papers corresponents si hi ha algun menor de 17. Finalment, se'ls acompanyarà a l'habitació i se'ls entregaran les claus.

El **check-out** és fins les 12:00h, si es deixa l'habitació més tard d'aquesta hora es cobrarà un import extra, la meitat de la nit següent. Els clients hauran de deixar les claus a la recepció, es pagarà qualsevol despesa extra que tinguin i la taxa turística per persona i dia (un màxim de 7 dies), els menors de 17 anys no l'han de pagar. En cas que els clients hagin de fer un *early check-out*, en cas de marxar abans de les 7 del matí, hauran d'avisar a la recepció el dia anterior i passar comptes.

L'**esmorzar** serà *buffet*<sup>9</sup> i es servirà de 8 a 11:30h. Si els clients ho desitgen es podrà fer un esmorzar píctic per emportar. L'esmorzar està sempre inclòs al preu de l'habitació. L'esmorzar serà variat i tindrà productes per celíacs i intolerants a la lactosa. S'haurà de preguntar als clients a l'arribada si tenen alguna intolerància per així poder servir els productes al *buffet*.

Si es trenca quelcom de gran valor de l'habitació serà carregat a la targeta de crèdit facilitada pel client.

Es podrà entrar i sortir de l'hotel sempre que es vulgui. Els clients han de tenir en compte que la recepció estarà disponible de les 7:00 a les 23:00h.

---

<sup>9</sup> Adjunt el llistat de l'esmorzar *buffet* a l'annex 4.



La línia de negoci serà la següent:

**1. Reserva:**

El client farà la reserva a través dels portals esmentats a l'apartat 4.3 o a través de la pròpia pàgina web de l'empresa o per telèfon.

**2. Confirmació de la reserva:**

S'enviarà una confirmació de reserva, a banda dels portals d'internet on s'hagi realitzat la reserva, des del propi correu electrònic de l'hotel. Es confirmaran els dies, les persones allotjades, les habitacions contractades i els serveis que ofereix l'hotel.

**3. Preparació de les habitacions:**

Es prepararan les habitacions reservades tenint en compte el nombre de persones allotjades a cada habitació. Si són un grup s'intentarà donar habitacions pròximes, si es reserven el mateix tipus d'habitació. Pel que fa a la preparació es netejarà tota l'habitació a fons i es posaran els llençols, tovalloles i utensilis de bany corresponents.

Hores prèvies de l'arribada dels clients a l'hotel, en cas que sigui hivern, s'encendrà la calefacció. També es deixarà una ampolla de vi del Celler Coca i Fitó a l'habitació amb dues copes de vi.

**4. Check-in:**

En el moment del *check-in*, que és a partir de les 15:00h, depenent de la demanda, es donarà la benvinguda als clients i es confirmarà el nombre de nits, l'habitació reservada i el número de persones. Seguidament se'ls demanarà la documentació corresponent (DNI o Passaport) per registrar-los. També es demanarà una targeta de crèdit com a garantia i es farà el pagament de la seva estança. Informar als clients que tenen l'esmorzar inclòs i l'horari d'aquest, de 8:00 a 11:30h. Finalment, se'ls informarà de la localització de les zones comunes. La utilització de l'aparcament exterior és gratuït.

### 5. Acompanyament dels clients a l'habitació:

S'acompanyarà als clients a l'habitació i se'ls farà entrega de les claus.

### 6. Estada dels clients a l'hotel:

Durant l'estada dels clients a l'hotel es podrà demanar que es netegi l'habitació. Hauran d'acudir a la recepció per tal de demanar-ho. Les neteges de les habitacions només es faran pel matí.

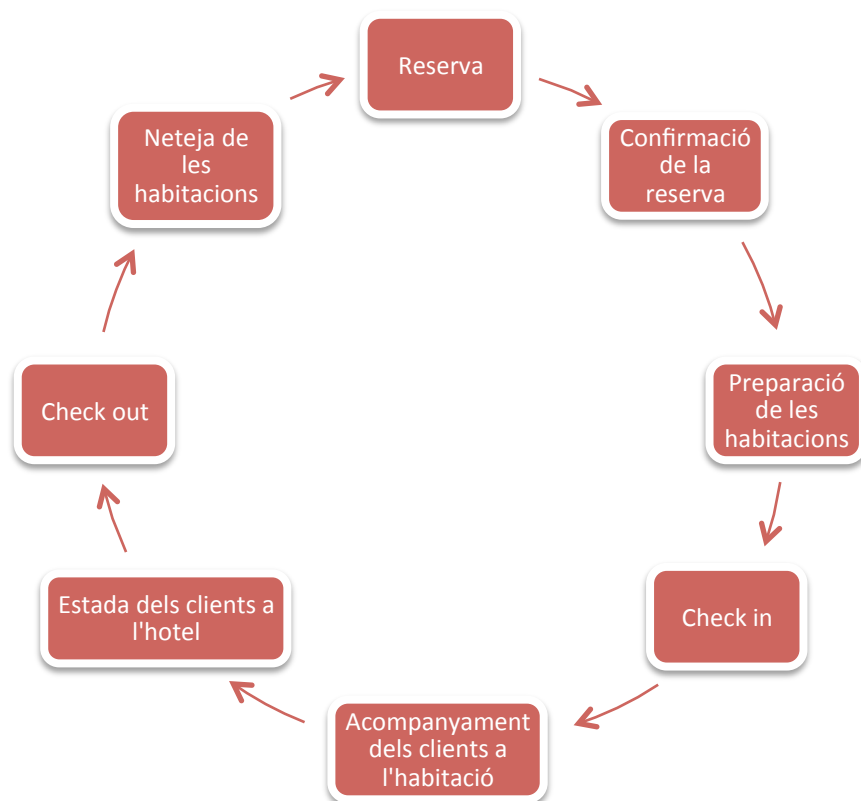
### 7. Check-out:

En el moment del check-out els clients hauran de passar a deixar les claus a la recepció. Es podrà deixar l'habitació fins les 12:00h.

### 8. Neteja de les habitacions:

Un cop passades les 12:00h es farà la neteja de les habitacions que hagin deixat els clients. Es treuen els llençols i les tovalloles.

Figura 7: Línia de negoci.



Font: Elaboració pròpia



## 5.2. Compres

Pel que fa al terreny ja és propietat del celler, la finca consta d'un total de 22 hectàrees. Té toma d'aigua, llum i telèfon. Pel que fa a les diferents habitacions repartides per la finca caldrà tenir les instal·lacions en condicions dins les normes d'electricitat, de sanitat i de lampisteria.

També s'ha de tenir en compte la seguretat dels clients a l'hotel, per això es compraran i s'instal·laran diverses càmeres de seguretat per tot l'edifici. Es necessitarà un total de 15 càmeres. Dues ubicades a la zona de les habitacions de luxe, tres a la zona de les habitacions estàndards, quatre a la zona de les habitacions superiors, cinc a la zona de les zones comunes i, finalment, una a l'aparcament exterior. El cost total serà de 1.349,25 €<sup>10</sup>.

Pel que fa a l'esmorzar es contactarà amb proveïdors de la zona per poder oferir al clients un producte de km0 i poder establir acords de confiança i millors preus.

---

<sup>10</sup> Imatge i preu de la càmera de seguretat adjunta a l'annex 5.



## 6. ORGANITZACIÓ I RECURSOS HUMANS

### 6.1. Forma jurídica

Aquest projecte es realitzarà creant una altra empresa, la seva forma jurídica serà una Societat Limitada. No es crearà el projecte dins de l'empresa Coca i Fitó, S.L. Els requisits mínims per poder crear una Societat de Responsabilitat Limitada és l'aportació d'un capital de 3.000 euros o més entre els dos socis. Les participacions dels socis seran a parts iguals.

S'ha decidit crear una nova societat perquè es dona un servei completament diferent al que ofereix actualment l'empresa Coca i Fitó. Una altra raó és que al ser un projecte nou i que l'empresa és nova al sector millor no "jugar-se-la" i no relacionar els dos projectes dins d'una empresa.

Per tal de crear una Societat Limitada s'hauran de seguir una sèrie de procediments:

- Acudir al Registre Mercantil i cursar una sol·licitud de certificat de nom de la societat.
- Registre del nom de la societat
- Obrir un compte bancari a nom de l'empresa
- Presentar el certificat d'ingrés davant de notari per crear la SL
- Redactar els estatuts socials
- Tramitar l'escriptura pública de constitució de la SL, davant de notari.
- Donar-se d'alta a hisenda i fer la declaració censal
- Inscripció al registre mercantil
- Obtenir el NIF definitiu

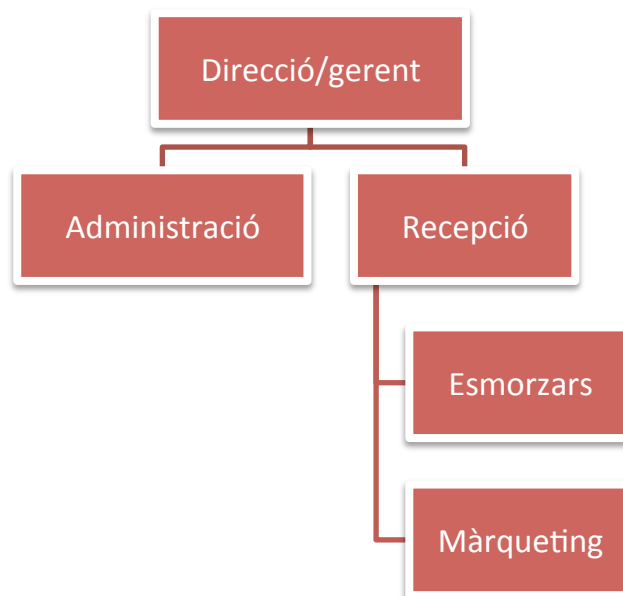
### 6.2. Organigrama

Per tal de dur a terme aquest projecte hem de tenir en compte el personal que farà falta. Al ser un hotel de 12 habitacions no caldrà una gran quantitat de personal. Coca i Fitó, SL és una empresa petita i té un nombre de treballadors reduït, en el cas de

l'hotel serà el mateix. No hi haurà cap departament de recursos humans, seran els propis socis qui se'n faran càrrec.

L'estructura del personal de l'hotel serà la següent que es mostra a l'organigrama. L'hotel es crearà des de zero, per tant, almenys el primer any es comptarà amb el mínim personal possible. L'encarregat o encarregada de la recepció serà també qui s'encarregarà de preparar l'esmorzar *buffet* dels clients i de fer la neteja i preparació de les habitacions. Si més endavant l'activitat a l'hotel augmenta ja s'ampliarà el personal i es repartiran més les feines.

Figura 8: Organigrama de l'hotel.



Font: Elaboració pròpia

### 6.3. Necessitats del personal

#### Departament d'administració<sup>11</sup>

El departament d'administració serà qui portarà la gestió comptable, administrativa i laboral de l'hotel. Es requereix que sigui una persona amb molt bona capacitat d'organització, motivació i lideratge.

<sup>11</sup> Fitxa de treball de d'oficial d'administració a l'annex 6.



### Departament de recepció<sup>12</sup>

El departament de recepció serà el més extens en feina a realitzar perquè engloba diversos departaments. La recepció serà l'encarregada de fer les pròpies feines de recepció, com el check in i el check out, de fer la caixa i tancament diari, d'entrar les reserves i de l'emissió i cobro de factures. També serà l'encarregada de la preparació de l'esmorzar per la quantitat de clients que hi hagin allotjats.

També s'encarregarà de promocionar l'hotel, com per exemple, a través de les xarxes socials i de fires. Ha de ser una persona molt creativa i al dia de les noves tendències en l'àmbit de les xarxes socials. Per tal de poder tenir un bon servei es necessitaran dos recepcionistes.

Es requereix un bon nivell d'idiomes, són bàsics l'anglès, el català i el castellà. Es valoraran altres llengües com el francès i l'alemany.

### Departament de manteniment i neteja

Tot hotel ha de tenir a l'abast una persona de manteniment i una de neteja. Pel que fa a aquest personal, serà contractat per una empresa externa quan s'escaigui. Al ser un hotel de poques habitacions no farà falta una persona que estigui cada dia. Si més endavant es preveu més demanda ja es contractarà a algú.

## **6.4. Contractes i retribucions**

Tal com s'ha pogut veure en l'apartat anterior, l'hotel el compondran tres persones com a mínim. En la següent taula es poden observar els costos que hi hauran pel que fa al personal contractat. Al personal de recepció se li donarà un incentiu per els càrrecs extra que tindran.

El salari base establert va en funció al Conveni col·lectiu interprovincial del sector de la Indústria d'Hostaleria i Turisme de Catalunya (codi de conveni núm. 79000275011992).

---

<sup>12</sup> Fitxa de treball de recepcionista d'hotel a l'annex 6.



Taula 10: Costos del personal contractat per mesos.

	SALARI BASE MENSUAL	SALARI BASE ANUAL	SEGURETAT SOCIAL MENSUAL <sup>13</sup>	SEGURETAT SOCIAL ANUAL	TOTAL MENSUAL	TOTAL ANUAL
<b>Oficial administratiu</b>	1.560,51€	18.726,12€	499,36€	5.992,32€	2.059,87€	<b>24.718,44€</b>
<b>Recepcionista 1</b>	1.560,51€	18.726,12€	499,36€	5.992,32€	2.059,87€	<b>24.718,44€</b>
<b>Recepcionista 2</b>	1.560,51€	18.726,12€	499,36€	5.992,32€	2.059,87€	<b>24.718,44€</b>
<b>TOTAL</b>	<b>4.681,53€</b>	<b>56.178,36€</b>	<b>1.498,08€</b>	<b>17.979,96€</b>	<b>6.179,61€</b>	<b>74.155,32€</b>

Font: Elaboració pròpia.

Es farà la cerca del personal a partir de la possibilitat d'enviar currículums *vitae* a la direcció de correu electrònic de l'empresa Coca i Fitó SL i en pàgines web especialitzades en la cerca de personal. La selecció de personal la realitzaran els propis socis de l'empresa.

<sup>13</sup> Segons consultes vàries, la Seguretat Social de cada treballador és un 32% aproximadament.



## 7. ESTUDI ECONÒMIC-FINANÇER

### 7.1. Introducció

A continuació es desenvoluparà tot l'apartat econòmic financer que ens permetrà recollir tota la informació econòmica i financera per poder determinar si aquest projecte és viable o no. També ens permetrà saber si el projecte és solvent i la seva liquiditat.

### 7.2. Inversió inicial i finançament

Es desenvoluparà la inversió inicial amb totes les compres i despeses necessàries per tirar el projecte endavant. A continuació es mostra les diferents zones de l'hotel. A l'annex 7 hi ha les següents llistes amb la fotografia i model de cada producte. També apareix l'empresa proveïdora.

Pel que fa a les instal·lacions i obres es pot observar que l'import és de 946.000€ i el cost del mobiliari és de 124.000€. Més concretament el cost de construcció dels espais comuns exteriors és de 80.000€, el cost dels espais comuns interiors és de 320.000€ i el cost de les habitacions és de 546.000€. Aquests imports estan establerts per l'empresa Garreta Paniello Arquitectura i Interiorisme, SLP. Pel que fa a l'utilatge l'import és de 6.013€, els equipaments informàtics de 1.240€, la maquinària de 1.349,25€ i les aplicacions informàtiques de 700€. La inversió total serà de 1.079.302,25€.

Taula 11: Inversió inicial del projecte.

IMMOBILIZAT MATERIAL I INTANGIBLE	IMPORT
Obres i instal·lacions local	946.000,00€
Mobiliari	124.000,00€
Utilatge	6.013,00€
Informàtica	1.240,00€
Maquinaria	1.349,25€
Aplicacions informàtiques	700,00€
<b>TOTAL INVERSIÓ</b>	<b>1.079.302,25€</b>

Font: Elaboració pròpia.

També s'han de tenir en compte les despeses de constitució de la societat, que tenen un import total aproximat de 600€.

Pel que fa al finançament del projecte es compta amb la participació dels socis i amb finançament bancari. Com es pot observar en la següent taula, l'aportació de capital per part dels socis és de 80.000€ i es demanarà un préstec bancari a La Caixa de 1.300.000 euros, amb un interès del 5% i amb una devolució de 180 mesos, és a dir, 15 anys, i una carència de 12 mesos. CaixaBank ofereix el finançament per a PIMES sota la Línia de Garanties FEI, una iniciativa per a PIMES a Espanya. L'impost sobre beneficis és del 15%.

Taula 12: Préstec i capital social del projecte.

<b>PRÉSTEC</b>		
<b>Import</b>	1.300.000,00	Euros
<b>Interès</b>	5,0	%
<b>Carència</b>	12	Mesos
<b>Devolució</b>	180	Mesos
<b>Quota:</b>	<b>10.775,32</b>	<b>Euros/mes</b>
<b>CAPITAL</b>		
<b>Aportació</b>	80.000,00	Euros

Font: Elaboració pròpia.

### 7.3. Compte de pèrdues i guanys

El Compte de pèrdues i guanys, també anomenat Compte de resultats, mostra els ingressos i despeses que té l'empresa en un temps determinat. A continuació apareixen els resultats de l'Hotel Coca i Fitó, SL a tres anys. A l'annex 10 es mostren els càlculs del compte de resultats durant el primer any.

Les vendes del servei van augmentant moderadament, el primer any s'estimen unes vendes de 260.610€ i el tercer any de 315.338,10€. Les despeses de personal es mantenen iguals cada any. Les amortitzacions de l'immobilitzat tenen un import de 42.045,78€.



Pel que fa al primer any, el resultat operatiu és de 129.975,90€, el BAT de 64.975,90€, el Benefici Net (BN) o Resultat de l'exercici és de 55.229,52€ i l'EBITDA (Benefici abans d'interessos, impostos i amortitzacions) és de 172.021,68€.

El segon any, el resultat operatiu és de 156.636,90€, el BAT de 93.131,19€, el BN és de 79.161,51€ i l'EBITDA és de 198.682,68€.

El tercer any, el resultat operatiu és de 185.304€, el BAT de 125.164,65€, el BN és de 106.389,95€ i l'EBITDA és de 227.349,78€.

Taula 13: Compte de resultats a tres anys.

<b>COMPTE DE RESULTATS</b>			
	<b>1r Any</b>	<b>2n Any</b>	<b>3r Any</b>
<b>Vendes serveis</b>	260.610,00€	286.671,00€	315.338,10€
<b>MARGE CONTRIBUCIÓ BRUT</b>	<b>260.610,00€</b>	<b>286.671,00€</b>	<b>315.338,10€</b>
<b>Despeses de personal</b>	74.158,32€	74.158,32€	74.158,32€
<b>Tributs</b>	1.000,00€	1.000,00€	1.000,00€
<b>Serveis exteriors</b>	13.430,00€	12.830,00€	12.830,00€
<b>Amortitzacions immobilitzat</b>	42.045,78€	42.045,78€	42.045,78€
<b>RESULTAT OPERATIU</b>	<b>129.975,90€</b>	<b>156.636,90€</b>	<b>185.304,00€</b>
<b>Despeses financeres</b>	65.000,00€	63.505,71€	60.139,35€
<b>RESULTAT ABANS IMPOSTOS (BAT)</b>	<b>64.975,90€</b>	<b>93.131,19€</b>	<b>125.164,65€</b>
<b>Impostos sobre beneficis</b>	9.746,39€	13.969,68€	18.774,70€
<b>RESULTAT DE L'EXERCICI (BN)</b>	<b>55.229,52€</b>	<b>79.161,51€</b>	<b>106.389,95€</b>
<b>% Marge contribució brut</b>	100,00%	100,00%	100,00%
<b>% Resultat operatiu</b>	49,87%	54,64%	58,76%
<b>EBITDA</b>	<b>172.021,68€</b>	<b>198.682,68€</b>	<b>227.349,78€</b>

Font: Elaboració pròpia.

#### 7.4. Estimació de vendes

Les vendes estimades es calcularan a partir de l'estudi de mercat realitzat a l'apartat número 3. Es preveu, segons l'Oficina de Turisme del Priorat, que unes 50.000 persones visiten la comarca a l'any.

Per fer l'estimació de vendes el que es farà serà agafar una part de la quota de mercat. És a dir, si es calcula un total de 50.000 persones s'agafarà un 1%. Aquest 1% serà l'estimació de vendes. Per tant, hi ha una estimació de venda de 5.000 persones l'any.



## 7.5. Compte de tresoreria

El compte de tresoreria mostra el total del flux de tresoreria i la tresoreria final. En aquest cas, la següent taula ens mostra dades de l'inici fins als següents tres anys. A l'annex 9 es mostren els càlculs del pla de tresoreria durant el primer any.

El flux de tresoreria el primer any és de 107.021,68€, el segon any de 135.176,97€ i el tercer any de 167.210,43€.

Pel que fa a la tresoreria final el primer any és de 181.065,96€, el segon any de 467.351,89 i el tercer any de 551.428,16€. Es veu una diferència més notòria entre el primer i segon any. El segon any es genera més tresoreria que no pas el tercer any.

Taula 14: Pla de tresoreria inici i a tres anys.

<b>PLA DE TRESORERIA</b>				
	<b>Inici</b>	<b>1r Any</b>	<b>2n Any</b>	<b>3r Any</b>
<b>Resultat de l'exercici</b>		55.229,52€	79.161,51€	106.389,95€
<b>Amortitzacions immobilitzat</b>		42.045,78€	42.045,78€	42.045,78€
<b>Impost societats</b>		9.746,39€	13.969,68€	18.774,70€
<b>FLUX DE TRESORERIA</b>		<b>107.021,68€</b>	<b>135.176,97€</b>	<b>167.210,43€</b>
<b>Préstecs rebuts</b>	1.300.000,00€	1.300.000,00€		
<b>Capital</b>	80.000,00€	80.000,00€		
<b>Inversió en immobilitzat</b>	1.305.955,72€	1.305.955,72€		
<b>Devolució de préstecs</b>		0,00€	65.798,12€	69.164,48€
<b>Pagament impostos any anterior</b>			9.746,39€	13.969,68€
<b>Recuperació IVA suportat</b>			226.653,47€	
<b>Tresoreria generada</b>	74.044,28€		286.285,94€	84.076,27€
<b>Tresoreria inicial</b>			181.065,96€	467.351,89€
<b>TRESORERIA FINAL</b>		<b>181.065,96€</b>	<b>467.351,89€</b>	<b>551.428,16€</b>

Font: Elaboració pròpia.

## 7.6. Balanç de situació

A continuació es mostra el balanç de situació que mostra la situació patrimonial de l'empresa a l'inici de la constitució del projecte i els tres anys següents. El total de l'actiu mostra la suma de béns i drets i el total del passiu mostra la suma de deutes i el Patrimoni Net.



L'actiu corrent a l'any d'inici de la constitució del projecte és de 300.697,75€, obtenint un actiu total de 1.380.000€. Pel que fa al Patrimoni Net, també anomenat fons propis, el primer any és de 80.000€, que fa referència al capital aportat pels socis. El passiu total és de 1.380.000€.

El primer any l'actiu corrent és de 407.719,43€, amb un actiu total de 1.444.975,90€, un patrimoni net de 135.229,52€ i un passiu total de 1.444.975,90€.

El segon any l'actiu corrent és de 467.351,89€, amb un actiu total de 1.462.562,58€, un patrimoni net de 214.391,03€ i un passiu total de 1.462.562,58€.

El tercer any l'actiu corrent és de 551.428,16€, amb un actiu total de 1.504.593,08€, un patrimoni net de 320.780,98€ i un passiu total de 1.504.593,08€.

Respecte al repartiment del benefici, s'anirà acumulant com a reserves cada any.

Es pot observar amb claredat que l'actiu va augmentant positivament i que el préstec bancari es va reduint dividint-se en préstec a llarg termini i a curt termini.

Taula 15: Balanç de situació inici i a tres anys.

<b>BALANÇ DE SITUACIÓ</b>				
	<b>Inici</b>	<b>1r Any</b>	<b>2n Any</b>	<b>3r Any</b>
<b>Immobilitzat material i intangible brut</b>	1.079.302,25€	1.079.302,25€	1.079.302,25€	1.079.302,25€
<b>Amortització acumulada</b>		42.045,78€	84.091,56€	126.137,34€
<b>Immobilitzat material i intangible net</b>	1.079.302,25€	1.037.256,47€	995.210,69€	953.164,91€
<b>Hisenda pública deutora</b>	226.653,47€	226.653,47€		
<b>Tresoreria</b>	74.044,28€	181.065,96€	467.351,89€	551.428,16€
<b>ACTIU CORRENT</b>	<b>300.697,75€</b>	<b>407.719,43€</b>	<b>467.351,89€</b>	<b>551.428,16€</b>
<b>TOTAL ACTIU</b>	<b>1.380.000,00€</b>	<b>1.444.975,90€</b>	<b>1.462.562,58€</b>	<b>1.504.593,08€</b>
<b>Capital</b>	80.000,00€	80.000,00€	80.000,00€	80.000,00€
<b>Reserves</b>		0,00€	55.229,52€	134.391,03€
<b>Resultat de l'exercici</b>		55.229,52€	79.161,51€	106.389,95€
<b>PATRIMONI NET</b>	<b>80.000,00€</b>	<b>135.229,52€</b>	<b>214.391,03€</b>	<b>320.780,98€</b>
<b>Préstec a llarg termini</b>	1.300.000,00€	1.234.201,88€	1.165.037,40€	1.092.334,34€
<b>Préstec a curt termini</b>	0,00€	65.798,12€	69.164,48€	72.703,06€
<b>Hisenda pública creditora</b>		9.746,39€	13.969,68€	18.774,70€
<b>PASSIU CORRENT</b>		<b>9.746,39€</b>	<b>13.969,68€</b>	<b>18.774,70€</b>
<b>TOTAL PASSIU</b>	<b>1.380.000,00€</b>	<b>1.444.975,90€</b>	<b>1.462.562,58€</b>	<b>1.504.593,08€</b>

Font: Elaboració pròpia.

### 7.7. Ratis

En aquest apartat es calcularan els ratis de liquiditat i solvència i el fons de maniobra.

A la primera taula apareixen els dos ratis. El rati de liquiditat ens mostra si l'empresa pot fer front a deures a curt termini. El primer any és de 5,40, el segon any de 5,62 i el tercer any de 6,03. Els ratis obtinguts són alts, per tant, hi ha una liquiditat alta. Tot i això hi ha menys rendibilitat, perquè l'actiu corrent és bastant més elevat que el passiu corrent. Es prefereix tenir més liquiditat que rendibilitat.

Pel que fa al rati de solvència, que mostra si l'empresa pot fer front a deutes a llarg termini, el primer any el rati és d'1,10, el segon any de 1,17 i el tercer any de 1,27. L'empresa és solvent, ja que el resultat obtingut cada any és superior a 1. Cada any el valor del rati augmenta, això vol dir que l'empresa cada any és més solvent.

El Fons de Maniobra és la diferència entre l'actiu corrent i el passiu corrent. El Fons de Maniobra ha de ser sempre positiu, com és en aquest cas.

Taula 16: Ratis de liquiditat i solvència a tres anys.

<b>RATIS i FM</b>	<b>1r Any</b>	<b>2n Any</b>	<b>3r Any</b>
<b>Rati liquiditat</b>	5,40	5,62	6,03
<b>Rati solvència</b>	1,10	1,17	1,27
<b>Fons de maniobra</b>	397.973,04€	453.382,22€	532.653,47€

Font: Elaboració pròpia.



## 8. PLA DE VIABILITAT

### 8.1. Ingressos

En la següent taula es poden observar els ingressos i costos mensuals potencials de l'hotel, és a dir, els ingressos i costos màxims. Hi ha un cost directe mitjà unitari que fa referència als costos de l'esmorzar contractat pel càtering. El preu de venda mitjà unitari fa referència al preu de cada habitació, ja explicat i establert a l'apartat 4.2. La quantitat mensual prevista és de 60 persones per l'habitació de luxe, 120 persones per l'habitació superior i 180 persones per l'habitació estàndard, amb uns costos mensuals de 300, 600 i 900€, respectivament; i uns ingressos mensuals de 15.000, 14.400 i 14.400€, respectivament. Per tal de realitzar els càlculs s'ha establert que els dies treballats al mes serà de 30 dies.

Taula 17: Ingressos i costos mensuals potencials.

Habitacions	Cost directe mitjà unitari	Preu venda mitjà unitari	Quantitat mensual	Costos mensuals	Ingressos mensuals
Habitació de luxe	5,00€	250,00€	60,00	300,00€	15.000,00€
Habitació superior	5,00€	120,00€	120,00	600,00€	14.400,00€
Habitació estàndard	5,00€	80,00€	180,00	900,00€	14.400,00€

Font: Elaboració pròpia.

Respecte a la distribució mensual dels ingressos s'ha calculat tenint en compte l'estimació de vendes de cada període. En els apartats anteriors s'ha comentat que els períodes que hi ha més afluència de turistes a la comarca són Setmana Santa, la Fira del Vi de Falset i les èpoques de primavera i tardor.

A la segona columna es poden observar els percentatges en relació al càlcul d'ingressos i costos potencials de la taula anterior. A la tercera i segona columna s'indica que s'augmentaran un 10% els ingressos el segon i tercer any.

Taula 18: Distribució mensual dels ingressos a tres anys.

<b>DISTRIBUCIÓ MENSUAL INGRESSOS</b>			
<b>% s/ Potencial ingressos</b>		<b>Increment ingressos</b>	
<b>Mes</b>	<b>1r Any</b>	<b>2n Any</b>	<b>3r Any</b>
1	20,00%		
2	20,00%		
3	30,00%		
4	60,00%		
5	70,00%		
6	75,00%		
7	65,00%		
8	50,00%		
9	55,00%		
10	55,00%		
11	55,00%		
12	40,00%	10,00%	10,00%
<b>TOTAL ANY</b>	<b>260.610,00€</b>	<b>286.671,00€</b>	<b>315.338,10€</b>
<b>TOTAL ANY AMB IPC</b>		<b>286.671,00€</b>	<b>315.338,10€</b>

Font: Elaboració pròpia.

## 8.2. Despeses fixes

Quant a les despeses fixes el total mensual és de 7.332,36€. Les despeses de personal ascendeixen a un total de 6.179,86€ mensuals i els serveis exteriors a 1.069,17€ mensuals. En la següent taula estan totes les despeses desglossades del primer any.

Taula 19: Despeses fixes del primer any.

<b>DESPESES FIXES</b>	<b>PRIMER ANY</b>	
	<b>Import anual</b>	<b>Despeses mensuals</b>
<b>DESPESES DE PERSONAL</b>		<b>6.179,86</b>
Sous i salaris	56.178,36€	4.681,53€
Seguretat social	17.979,96€	1.498,33€
<b>TRIBUTS</b>	1.000,00€	<b>83,33€</b>
<b>SERVEIS EXTERIORS</b>		<b>1.069,17€</b>
Manteniment	1.200€	100,00€
Subministraments		469,17€



<b>Aigua</b>	2.400,00€	200,00€
<b>Electricitat</b>	3.000,00€	250,00€
<b>Telèfon</b>	180,00€	15,00€
<b>Material oficina i fungible</b>	50,00€	4,17€
<b>Serveis professionals independents</b>	1.200€	100,00€
<b>Publicitat, propaganda i RRPP</b>	1.200€	100,00€
<b>Altres serveis exteriors</b>		300,00€
<b>Càtering</b>	1.200€	100,00€
<b>Neteja</b>	2.400€	200,00€
<b>Total mensual</b>		<b>7.332,36€</b>
<b>Total mensual amb IPC</b>		<b>7.332,36€</b>

Font: Elaboració pròpia.

#### 8.4. VAN i TIR

A continuació es farà l'anàlisi de viabilitat. Per fer aquest anàlisi s'han de calcular el VAN (Valor Anual Net) i la TIR (Taxa Interna de Retorn) a partir dels resultats obtinguts.

Per poder calcular el VAN es necessiten els Fluxos de Caixa, que s'han calculat a partir de la següent fórmula. On  $I$  són els ingressos,  $D$  les despeses i  $Z$  l'impost de societats.

$$\text{Flux de Caixa} = (I - D)(1 - Z) + Z \cdot \text{amortització econòmica}$$

En la següent taula es pot observar el flux de caixa dels tres primers anys, tot i això a l'annex 11 s'adjunta una taula del càlcul a 180 quotes, és a dir, a 15 anys.

Taula 20: Flux de Caixa a tres anys.

<b>FLUX DE CAIXA</b>	<b>1r Any</b>	<b>2n Any</b>	<b>3r Any</b>
<b>FNCj</b>	152.525,29	181.494,01	212.167,91

Font: Elaboració pròpia.

S'ha calculat el VAN a 15 anys, suposant que a partir del quart any es guanya sempre el mateix, és a dir, que a partir del quart any no hi ha un increment de vendes.

El VAN és de 1.077.084,84€ i la TIR és del 17%. Per calcular la  $k$  (taxa de descompte de



fluxos) s'ha tingut en compte l'interès del préstec bancari, que és un 5%. Hi ha un *Payback* de 5 anys i mig, això vol dir que a partir dels 5 anys i mig ja es comencen a obtenir beneficis. A l'annex 12 apareixen els beneficis a 15 anys, comptant l'any d'inici. El VAN és superior a 0, per tant és aconsellable realitzar el projecte. La TIR és superior a la *k*, per tant el projecte d'inversió serà acceptat.

Taula 21: VAN, *k* i TIR.

<b>VAN</b>	1.077.084,84€
<b>k</b>	5%
<b>TIR</b>	17%

Font: Elaboració pròpia.



## 9. CONCLUSIONS

L'Hotel Coca i Fitó és un projecte que es vol dur a terme en un futur en relació al Celler Coca i Fitó. És un projecte on la ubicació escollida és única i amb unes vistes panoràmiques excepcionals dins l'entorn de la comarca del Priorat que està en procés de desenvolupament turístic.

Per tal de dur a terme aquest projecte s'han fet una sèrie d'anàlisis, començant per l'estudi del propi mercat, seguit de l'estratègia comercial i el pla de màrqueting, el pla d'operacions, l'estratègia de recursos humans i forma jurídica, l'estudi econòmic financer i el pla de viabilitat. Pel que fa a l'estudi de mercat s'ha hagut d'analitzar quin és el tipus de turista que rep la comarca i quines seran les tendències futures. L'enoturisme està començant a desenvolupar-se a la zona, més enllà de les visites als cellers, es busca un producte complementari i diferencial.

Tots aquests apartats han estat necessaris per veure si aquest projecte podia donar una resposta a l'objectiu plantejat a la introducció del treball. L'objectiu era saber si aquest projecte podia ser viable o no. Segons s'ha pogut calcular, el projecte és viable i es començaran a obtenir beneficis a partir dels cinc anys i mig. Aquest projecte, a banda de ser viable, pot donar a conèixer i donar prestigi a la població del Masroig, pot aportar beneficis als serveis del poble, com les botigues i restaurants, entre d'altres. A part d'aportar beneficis econòmics per al municipi també aporta beneficis a la comarca, ja que un dels punts febles de la comarca és que hi ha poca oferta hotelera de qualitat.

Finalment, concloure que el projecte és viable després de realitzar un anàlisi econòmic-financer on s'han tingut en compte tots els factors. Per ser un hotel petit la inversió inicial és elevada, s'ha decidit que els socis posaran una petita part del capital i l'altra part serà mitjançant capital exterior, és a dir, a través d'un préstec bancari. Aquest préstec serà a 15 anys i, com s'ha dit anteriorment, a partir dels 5 anys i mig es calcula que l'empresa ja començarà a donar beneficis, els quals seran destinats a les reserves per pagar el deute amb el banc.



## 10. BIBLIOGRAFIA

Andreu, A., Milla, B. (Octubre 2010). *Manual del Programa*. Yuzz, , 1-43.

Boletín oficial del estado. Ministerio de empleo y Seguridad social (2014).

Carlsen, J. (2015). *Enhancing consumer value in wine tourism*, 39(1), 132–144.  
<http://doi.org/10.1177/1096348012471379>

Cerra, J., Dorado, J., Estepa, D. & García, P.. (2001). *Gestión de Producción de Alojamientos y Restauración*. España: Editorial Síntesis, SA.

Escola Univeristària de Turisme i Direcció d'Hosteleria, Llundés, J. C., Priestley, G. K., & Romagosa, F. (2009). Informe del sector del turisme. *Estratègia per Al Desenvolupament Sostenible de Catalunya*. 2026, 1–121. Retrieved from  
[https://www.gencat.cat/mediamb/publicacions/Estudis/EDIS\\_sector\\_turisme.pdf](https://www.gencat.cat/mediamb/publicacions/Estudis/EDIS_sector_turisme.pdf)

núm.58: EMPLEAT/DA ADMINISTRATIU/VA DE COMPTABILITAT, EN GENERAL. 16/05/2019, de Servei Públic d'Ocupació de Catalunya Web site:  
<https://serveiocupacio.gencat.cat/ca/cercar-feina/informacio-sobre-el-mercat-laboral/coneixer-les-feines/>

núm.167: RECEPCIONISTA D'HOTEL. 12/05/2019, de Servei Públic d'Ocupació de Catalunya. Web site:  
<https://serveiocupacio.gencat.cat/ca/detall/article/idFitxaOcup167.html>

Orsini, J & Universidad Externado de Colombia. (2006). *Bases para la gestión y yel montaje de un establecimiento hotelero*. Argentina: Proyectos Editoriales Curcio Penen.

PCT. (2012). *Sistema d'indicadors de posicionament per a destinacions enoturístiques*,



1–49. Retrieved from [https://www.slideshare.net/PCT\\_Turismo\\_Ocio/document-de-sntesi-del-barmetre-enotur-sistema-dindicadors-de-posicionament-per-a-destinacions-enoturistiques?from\\_action=save](https://www.slideshare.net/PCT_Turismo_Ocio/document-de-sntesi-del-barmetre-enotur-sistema-dindicadors-de-posicionament-per-a-destinacions-enoturistiques?from_action=save)

Quest, M. & Nannestad, P.. (2015). *How to Buy and Manage Your Own Hotel*. United Kingdom: Goodfellow Publishers Limited.

Salvat, J. (desembre 2018). *Patrimoni enològic i turisme. Treballs de la Societat Catalana de Geografia*, núm. 86, 45-64. Retrieved from <http://revistes.iec.cat/index.php/TSCG>



## 11. WEBGRAFIA

Ajuntament El Masroig <http://www.masroig.altanet.org/ajuntament>

Booking.com <http://booking.com>

Buil & Giné <http://www.builgine.com>

CaixaBank finançament

[https://www.caixabank.es/empresa/financiacion/lineafei\\_es.html](https://www.caixabank.es/empresa/financiacion/lineafei_es.html) (Consulta Maig 2019)

Celler Coca i Fitó <http://www.cocaifito.cat> (Consulta: Febrer 2019)

Denominació d'Origen Montsant <http://www.domontsant.com> (Consulta: Febrer 2019)

Donominació d'Origen Priorat <https://www.dogpriorat.org> (Consulta: Febrer 2019)

Ecomipedia <http://www.ecomipedia.com>

IDESCAT. Allotjaments turístics 2017, a partir de les dades del Departament de Treball, Afers Socials i Famílies. <https://www.idescat.cat/emex/?id=430825#h10000000>

Terra Dominicata <https://www.terradominicata.com>

Trossos del Priorat <http://www.trossosdelpriorat.com/ca>

Turisme Priorat <http://www.turismepriorat.org> (Consulta: Febrer 2019)

Parc Científic i Tecnològic de Turisme <http://tok.pct-turisme.com> (Consulta: Febrer 2019)



## 12. ANNEXES

### Annex 1: Vendes per regions i ampolles

<b>Catalunya</b>	<b>PERCENTATGES VENDES PER REGIÓ</b>	<b>EN AMPOLLES</b>
CAT-BCN	30,44%	31,72%
CAT-TGN	4,41%	4,21%
CAT-GIR	17,24%	17,53%
CAT-LLE	1,29%	1,44%
<b>CATALUNYA</b>	<b>53,38%</b>	<b>54,91%</b>

<b>Europa</b>	<b>PERCENTATGES VENDES PER REGIÓ</b>	
EUR-AND	0,77%	0,77%
EUR-EST	0,54%	0,35%
EUR-FRA	0,38%	0,42%
EUR-BEL	5,93%	5,86%
EUR-HOL	0,48%	0,52%
EUR-DEN	0,63%	0,68%
EUR-GER	2,16%	2,22%
EUR-IRE	1,22%	0,86%
EUR-CZE	0,67%	0,41%
EUR-UK	1,12%	0,76%
EUR-FIN	1,97%	1,92%
EUR-POL	1,66%	1,71%
EUR-SWE	8,79%	9,97%
EUR-HUN	0,07%	0,06%
EUR-CZE	0,23%	0,15%
EUR-LIT	0,23%	0,15%
EUR-LET	0,00%	0,06%
EUR-LUX	0,10%	0,06%
EUR-SWI	3,55%	2,81%

<b>EUROPA</b>	<b>30,52%</b>	<b>29,77%</b>
---------------	---------------	---------------



Espanya			PERCENTATGES VENDES PER REGIÓ	
<b>Pais Valencià</b>				
ESP-VAL	0,52%		0,55%	
ESP-ALC	0,28%		0,28%	
ESP-CAS	0,48%		0,46%	
	<b>1,28%</b>		<b>1,29%</b>	
<b>Andalusia</b>				
ESP-MAL	0,20%		0,14%	
ESP-GRA	0,83%		0,76%	
ESP-ALM	0,02%		0,01%	
ESP-SEV	0,05%		0,03%	
	<b>1,09%</b>		<b>0,94%</b>	
<b>Castella La Manxa</b>				
ESP-ALB	0,16%		0,17%	
<b>Castella-Lleó</b>				
ESP-AVI	<b>0,00%</b>		<b>0,00%</b>	
<b>Rioja</b>				
ESP-RIJ	<b>0,00%</b>		<b>0,00%</b>	
<b>Comunidad de Madrid</b>				
ESP-MAD	<b>3,16%</b>		<b>3,20%</b>	
<b>Santander</b>				
ESP-SAN	<b>0,14%</b>		<b>0,13%</b>	
<b>Galicia</b>				
ESP-LUG	0,21%		0,13%	
ESP-CRÑ	0,64%		0,42%	
ESP-PON	0,28%		0,19%	
	<b>1,13%</b>		<b>0,75%</b>	
<b>Zaragoza</b>				
ESP-ZAR	0,01%		0,01%	
	<b>0,01%</b>		<b>0,01%</b>	
<b>Illes Balears</b>				
ESP-MEN	0,07%		0,06%	
ESP-MLL	0,17%		0,19%	
	<b>0,24%</b>		<b>0,25%</b>	
<b>Murcia</b>				
ESP-MUR	<b>0,01%</b>		<b>0,01%</b>	
<b>País Basc</b>				
ESP-VIZ	<b>0,15%</b>		<b>0,16%</b>	
ESP-GIP	<b>0,05%</b>		<b>0,03%</b>	
<b>Illes Canaries</b>				
ESP-GCN	0,08%		0,06%	
ESP-TFE	0,26%		0,27%	
	<b>0,34%</b>		<b>0,33%</b>	
<b>ESPANYA</b>			<b>7,55%</b>	<b>7,26%</b>



**America** **PERCENTATGES VENDES PER REGIÓ**

AME-USA-CA	0,96%	0,91%
AME-USA-IL	0,00%	0,00%
AME-USA-WA	0,00%	0,00%
AME-USA-VA	0,75%	0,90%
AME-USA-FL	0,00%	0,00%
AME-USA-MN	0,00%	0,00%

<b>1,70%</b>	<b>1,81%</b>
--------------	--------------

AME-CAN-ON	1,40%	1,48%
AME-CAN-NB	0,05%	0,03%
AME-CAN-AL	0,77%	0,63%
AME-CAN-QB	1,89%	1,71%

<b>4,11%</b>	<b>3,85%</b>
--------------	--------------

AME-ARG	0,00%	0,00%
AME-PER	0,08%	0,06%
AME-MEX	0,00%	0,00%

<b>0,08%</b>	<b>0,06%</b>
--------------	--------------

<b>AMERICA</b>	
<b>5,89%</b>	<b>5,72%</b>

**Asia** **PERCENTATGES VENDES PER REGIÓ**

ASI-KOR	0,70%	0,71%
ASI-JAP	0,00%	0,00%
ASI-XIN	0,40%	0,35%
ASI-TWN	0,07%	0,03%
ASI-HKG	0,40%	0,42%
OCE-AUS	1,07%	1,06%
OCE-NZL	0,00%	0,00%

<b>ASIA</b>	
<b>2,65%</b>	<b>2,57%</b>

**Annex 2: Fotografies aèries de la finca on es localitzarà l'hotel.**







### **Annex 3: Transcripció de l'entrevista a l'Oficina de Turisme del Priorat.**

**ENTREVISTADORA:** Començar agraint la disponibilitat de concedir-me l'entrevista.

Explicar que l'entrevista consisteix en una sèrie de preguntes, algunes més genèriques i d'altres més específiques sobre el turisme a la comarca del Priorat.

És important recordar que no hi ha respostes correctes o incorrectes, simplement vull saber principalment com es gestiona el turisme a la comarca i el tipus de turista que rep.

Aquesta entrevista serà totalment confidencial, de tal forma que a la gravació només hi tindran accés els investigadors d'aquest estudi, és per aquest motiu que és necessari firmar el document de confidencialitat conforme ens comprometem a garantir-la. A la vegada, vostè pot elegir entre preservar l'anonimat tant personal com de l'empresa o bé, que puguem divulgar el seu nom i el de l'empresa com a col·laborador de la investigació.

Finalment, i abans de començar l'entrevista, voldria demanar-li permís per gravar l'entrevista.

Bé, doncs començarem amb l'entrevista. Eh... Quin nombre de turistes rep la comarca durant l'any? Es centra en una època en concret? És a dir, si hi ha estacionalitat o si es centra en un esdeveniment en concret.

**ENTREVISTADA:** Està al voltant d'unes 32.000 persones, també podem donar xifres del nombre aproximat d'enoturistes segons les dades que ens proporcionen uns 25 cellers que formen part de la ruta del vi que promocionem des de l'Oficina de Turisme i el Consell Comarcal del Priorat, que està al voltant d'uns 35.000. Això, clar, aquí caldria afegir la gent que no visita cellers o no ha passat per la Cartoixa... és molt difícil poder donar una xifra, 50.000, 60.000? No ho sabem exactament.

**ENTREVISTADORA:** Però es concentra... o sigui, per exemple, a la Fira del Vi de Falset es nota que hi ha més afluència de turistes?

**ENTREVISTADA:** Bé, aquells dies concretament sí però no és exclusivament la Fira del Vi, sinó que també és una Setmana Santa que es desborda també la comarca, com



també un altre pont es nota també un increment de visitants. Els turistes van venint al llarg de tot l'any, però evidentment es concentren més doncs el que és la franja de primavera fins a la tardor, fins el que és la verema. Tots els mesos d'hivern o fins i tot un mes de juny que és estiu però encara no ha començat el que és la temporada del període vocacional, pròpiament dit, doncs es nota que baixa l'afluència de visitants.

**ENTREVISTADORA:** Quin és el perfil del turista? O sigui, la seva procedència, el nivell adquisitiu...

**ENTREVISTADA:** Aquí per les dades que tenim del turista que passa per l'Oficina de Turisme, doncs podem dir que un 60 i escaig per cent dels nostres turistes són catalans. Provenen majoritàriament del que es Barcelona ciutat i la seva àrea metropolitana. És un públic que sol tenir entre 40 i 60 anys i de poder adquisitiu mitjà. El que ve visita la comarca, sobretot, amb parella o amb petits grups familiars, no tant amb nens, sinó pot ser doncs grups d'amics o de famílies, familiars adults.

**ENTREVISTADORA:** D'acord. I a nivell estranger?

**ENTREVISTADA:** Després tenim sobre un 12% de turista de fora de Catalunya, de la resta de l'Estat Espanyol, i l'altre 20 i pico per cent, fins a un 25% és turista estranger, sobretot europeu. És un 22% el públic europeu que visita la zona, de diferents procedències, encapçalant la llista França, per proximitat i per tradició és un dels públics que més visita el Priorat, només visiten el Priorat, sinó Catalunya en general. També tenim públic alemany, britànic, suís, holandès, belga... Són aquest els que són majoritaris, però també suecs, pel tema d'enoturisme, de moltes altres procedències però en menor quantitat. Llavors un altre 2-3% és de fora d'Europa, principalment d'Estats Units i Canadà.

**ENTREVISTADORA:** El turista pernocta o fa una visita d'un dia?

**ENTREVISTADA:** Hi ha de tot, aquí el visitant que nosaltres rebem a l'Oficina de Turisme, bàsicament és visita d'un dia. Tant pot ser públic de Barcelona que s'ha



desplaçat i torna a casa, com pot ser públic que puja de la costa, des d'Altafulla fins a la Ràpita. Però clar, si que hi ha molt turista que està allotjat a diferents establiments de la nostra comarca, que segurament no passa per l'Oficina perquè ja troba la informació a cada un dels establiments. No podem quantificar-ho.

**ENTREVISTADORA:** D'acord. Aproximadament, els turistes que pernocten quina és la seva estada mínima? Un cap de setmana o més dies?

**ENTREVISTADA:** Normalment sí, un cap de setmana, un parell de nits.

**ENTREVISTADORA:** I màxima? No crec que superi les quatre nits.

**ENTREVISTADA:** Bueno de vegades a l'estiu pot haver-hi gent que lloga una casa per una setmana, però no crec que sigui el més habitual.

**ENTREVISTADORA:** Pel que fa al lloc on pernocta el turista, s'allotja en hotel o en habitatge d'ús turístic?

**ENTREVISTADA:** A tot una mica. A cases rurals que en tenim moltes, hotels i cada vegada més a habitatges d'ús turístic.

**ENTREVISTADORA:** Alguns d'aquests turistes pernocten fora de la comarca?

**ENTREVISTADA:** Sí, nosaltres aquí ho rebem, ho podem veure en les enquestes en una de les preguntes que fem, que és a on pernocten. Com he dit, molts hotels i apartaments de la costa, cases rurals o petits hotels rurals de les comarques veïnes.

**ENTREVISTADORA:** D'acord. Si pernocten dins de la comarca acostumen a pernoctar aquí a Falset o les ofertes hoteleres de tota la comarca?

**ENTREVISTADA:** A tot arreu indistintament.

**ENTREVISTADORA:** Pel que fa als hotels, hi ha hotels que destaquen a la comarca?



**ENTREVISTADA:** Destacar?

**ENTREVISTADORA:** És a dir, que hi hagi més facilitat que els turistes, com aquí a l'hotel Sport de Falset, que hi hagi més aflluència aquí que no pas en altres pobles.

**ENTREVISTADA:** Home, Falset sent la capital de comarca, el poble més gran i amb més serveis, doncs més gent tria estar aquí per tota l'oferta que té al mateix municipi, de restauració, etcètera. Si que és un dels llocs on els hotels poden tenir més rotació de gent, no? Això no vol dir que no funcionin els hotels que hi ha a Gratallops o a Porrera o en altres llocs de la comarca.

**ENTREVISTADORA:** D'acord. Quines són les principals motivacions que tenen els turistes que venen a la comarca?

**ENTREVISTADA:** A veure, en general el que veiem és que molta de la gent que nosaltres rebem aquí, sempre parlo de l'Oficina de Turisme perquè és el que coneixem, hi pot haver un altre públic que no passa per aquí i que es comporta d'una altra manera, molta gent ve a fer una mica de tot, no ve amb una única i exclusiva motivació, com pot ser el vi o anar a caminar, sinó que ve a fer un tastet de tot. Això és la gran majoria de turistes que rebem aquí, però si que cal dir que en segon terme tenim els interessats en el món del vi, els senderistes... Serien els públics i motivacions més definides.

**ENTREVISTADORA:** Què consumeixen els turistes? O sigui, fan despesa en restauració, visites als cellers...

**ENTREVISTADA:** Consumeixen allotjament, restauració i després visita a cellers, compra de vins, d'oli, productes locals i visita en altres equipaments turístics que puguin estar oberts al públic.

**ENTREVISTADORA:** Pel que fa a la competència de la comarca, que seria el Penedès o la Rioja?



**ENTREVISTADA:** Competidors... A veure, clar, nosaltres podem dir que el nostre ambaixador és el vi i és pel que ens coneix més gent a nivell internacional i evidentment ens hem de comparar, entre cometes, amb altres destins vinícoles. També cal dir que estem fent una aposta molt forta pel tema de la sostenibilitat, pel reconeixement de Patrimoni de la Humanitat com a paisatge cultural ben preservat i els valors que tot això implica. Per tant, ens estem diferenciant d'altres territoris com has anomenat tu del Penedès, no els veiem com a competidors, els veiem com un altre tipus i tots ens podem nodrir un dels altres. Un turista que va al Penedès després pot venir al Priorat i a l'inrevés, i així encara és més coneixedor de quina és la realitat vinícola de Catalunya o de l'Estat Espanyol. Llavors no és una competència però estem en aquesta lliga.

**ENTREVISTADORA:** Ja. Per exemple, molts dels turistes que van a Barcelona se'ls queda tots el Penedès o...

**ENTREVISTADA:** Bueno clar, per proximitat ho tenen molt més fàcil anar al Penedès i segurament que no està disposada a fer un trajecte més llarg difícilment vindrà cap aquí. Tot depèn de l'interès, si és un enoturista o és un amant del vi... Dependrà del grau d'interès. Aquest turista de Barcelona pot arribar a venir aquí també, encara que li suposi més dificultat per arribar fins aquí.

**ENTREVISTADORA:** Hi ha ajudes per al desenvolupament turístic a la comarca?

**ENTREVISTADA:** A nivell privat?

**ENTREVISTADORA:** De cara a l'Ajuntament, a la Generalitat...

**ENTREVISTADA:** La Generalitat, que és la direcció general de turisme el que són els plans de foment de turisme, que són uns fons que no és tot que ho porti la direcció general sinó que l'entitat que entoma i decideix tirar endavant aquest pla de foment també ha d'aportar uns diners, és una de les injeccions fortes pel que fa al tema del



desenvolupament turístic. A nivell privat, per al sector allotjament, restauració, etcètera, hi han hagut els plans líder.

**ENTREVISTADORA:** Llavors, amb això últim que ha dit, hi hauria també ajudes per a la creació de nous allotjaments turístics?

**ENTREVISTADA:** Ara mateix no sé com està, però hi han hagut diverses convocatòries d'aquestes, sí.

**ENTREVISTADORA:** Creu que falta més desenvolupament turístic?

**ENTREVISTADA:** Sí, evidentment. Hem d'anar millorant a poc a poc i cal fer moltes coses, hi ha molt de camí per recórrer.

**ENTREVISTADORA:** Quin tipus de promoció turística realitzeu des d'aquí a l'Oficina?

**ENTREVISTADA:** Des d'aquí doncs tenim un portal web que mantenim i anem millorant any rere any. Després a través del Patronat de Turisme de Costa Daurada i de l'Agència Catalana de Turisme doncs també fem promoció conjunta amb el seu pla d'acció doncs nosaltres hi col·laborem convidant periodistes, operadors turístics per que coneguin el territori i després en puguin parlar o ho puguin incorporar dins dels seus catàlegs. Qualsevol de les campanyes que ells tiren endavant nosaltres i solem col·laborar.

**ENTREVISTADORA:** Quin és l'objectiu de cara als pròxims anys? De la promoció turística de la comarca.

**ENTREVISTADA:** Ara s'ha constituït fa relativament poc temps, el juliol passat, una taula de turisme per parlar i debatre aquests temes que preocupen a la comarca, com encarar el futur. És una taula on s'hi reuneixen tant el sector privat com el públic i Bueno, és una taula de debat. Cal veure ara si aquest any serem incorporats o se'n consentirà el tema de la candidatura a Patrimoni de la Humanitat. Si això és una realitat doncs també hi ha un pla de gestió d'aquesta candidatura que caldrà desplegar. Llavors anirem una mica alineats en funció del que estigui escrit en aquest



full de ruta. De moment és anar mantenint el que tenim i sobretot anar trobant consensos amb el sector privat per conèixer ben bé què és el que interessa i cap on hem de tirar.

**ENTREVISTADORA:** D'acord. Ara sense tenir aquestes preguntes al guió. Pel que fa al tema que m'ha dit de si al final serà Patrimoni de la Humanitat o no, creu que hi haurà més flux de turistes cap aquí? Serà com una porta...

**ENTREVISTADA:** Jo crec que a mig i llarg termini segurament sí, a l'inici tot costa i no crec que es noti amb una arribada massiva de turistes, però segurament sí, perquè aquest reconeixement és una cosa que molta gent mira quins són aquests destins. Llavors, això acabarà portant més gent de la que venia fins ara.

**ENTREVISTADORA:** Té alguna cosa més a afegir?

**ENTREVISTADA:** No ho se, si tu tens alguna pregunta...

**ENTREVISTADORA:** No, principalment era tot això. Si tens alguna cosa que creus que pot ser interessant.

**ENTREVISTADA:** Si vols que t'envii també els gràfics, així pots veure també el què hem estat treballant aquí, com a resum de l'activitat de l'Oficina de l'any passat. Veuràs el perfil del turista, quines accions promocionals hem fet, és una cosa *senzilleta* però et pot anar bé per aportar més dades.



Annex 4: Llistat d'aliments disponibles a l'esmorzar *buffet*.



Pa / Pa amb tomàquet

Pernil ibèric / Pernil dolç / Fuet

Formatge de cabra / formatge brie / formatge fresc

logurt natural

Brioixeria variada

Fruits secs

Fruita del temps

Coc ràpid

Pastís de formatge amb mermelada de fruits vermells

Mermelades i mantega

\*\*\*

Suc de taronja natural

Llet de vaca freda

Llet de vaca calenta

Llet d'avena

Aigua

\*\*\*

\*\* Hi ha productes sense gluten i sense lactosa \*\*





**Annex 5: Imatge i preu de la càmera de seguretat.**



## Cámara IP Motorola FOCUS 72

Ref.81934162

Cámara IP de vigilancia con streaming de vídeo en calidad HD. Incluye funciones como zoom digital, visión nocturna infrarroja, rotación, inclinación y detector de movimiento. Cuenta con una robusta carcasa de metal y protección IP 66 para soportar fácilmente la exposición a la intemperie. Fácil instalación y control mediante smartphones, tablets, ordenadores portátiles y de sobremesa con Android o iOS. La grabación de vídeo y la toma de imágenes se activan al detectar ruido o movimiento.

• Apta para uso en exterior

[Ver Ficha técnica](#)

1 - + 89,95€ [Añadir](#)

▲ Recogida en tienda

● Te lo entregamos en 15 días

[Ver disponibilidad en tu tienda](#)

Imprime o compártelo en:



**Preu: 89,95€ x 15 = 1.349,25€**



## **Annex 6: Fitxes de treball.**

Informació extreta del Servei Públic d'Ocupació de Catalunya.

### Oficial d'administració

#### **1. Descripció de l'ocupació**

L'empleat/da administratiu/va de comptabilitat efectua la gestió administrativa comptable, el seu control periòdic i el tancament anual. Presenta els documents fiscals pertinents. Al seu torn, gestiona la informació i la documentació de les operacions de tresoreria per mitjans informàtics i els manté actualitzats.

Les seves funcions consisteixen en: efectuar el tractament administratiu dels impresos i documents generats per l'activitat empresarial i arxivar-los; recopilar, verificar i registrar la informació administrativa comptable relativa a l'activitat de l'empresa; realitzar les operacions de control i fi d'exercici i preparar la informació per efectuar les declaracions fiscals. Finalment s'ocupa d'efectuar el seguiment i la realització de cobraments i pagaments, així com el registre i control dels mateixos.

En l'exercici de l'ocupació, cal respectar les normes vigents de medi ambient, qualitat, seguretat i higiene.

#### **2. Tecnologies o eines que s'utilitzen**

Agenda, tampó de segells, safata de documentació, fitxers, carpetes, telèfon, etc.

Ordinador, Internet, impressora, fotocopiadora, escàner, etc.

#### **3. Entorn de treball**

Aquesta ocupació realitza la seva feina en oficines i despatxos en l'àrea d'administració, finances o comptabilitat de diversos sectors econòmics.

#### **4. Condicions físiques de treball**

Treballa principalment assegut/da i amb ordinador, il·luminació artificial i en llocs tancats.

En l'exercici de l'ocupació s'han de cuidar especialment la postura de treball i les



condicions ambientals. Respecte a la primera, es tindran en compte aspectes com la posició de l'esquena, la distància de l'ordinador, l'alçada de la taula, etc. Quant a les segones, és important, per exemple, que la llum no entri directament a la pantalla de l'ordinador per evitar els reflexos, o cuidar que la temperatura ambient sigui l'adequada.

## **5. Competències necessàries per al desenvolupament**

### **5.1. Formació**

#### Formació reglada

Convenient: Batxillerat/COU.

Relacionada:

- Graduat en Administració i Direcció d'Empreses o Comptabilitat i Finances.
- Cicle Formatiu de Grau Mitjà en Gestió Administrativa/ FP I Administrativa.
- Cicle Formatiu de Grau Superior en Secretariat/ FP II Secretariat (Administrativa i Comercial).
- Cicle Formatiu de Grau Superior en Administració i Finances/ FP II Comptabilitat i Gestió.

#### Acreditacions

Imprescindible: -

Convenient: No és imprescindible presentar cap acreditació.

### **5.2. Experiència**

#### Experiència necessària per l'ocupació

Fa falta experiència com ara mínim d'un any en el sector de l'administració.

#### Experiència complementària

És aconsellable tenir experiència en l'ús de programes informàtics de comptabilitat.

### **5.3. Habilitats**

Capacitat d'organització, capacitat a gestió, aptitud comunicativa, habilitat negociadora, ser metòdic/a i ordenat/da, capacitat de treball en equip, numèrica i precisió.



#### **5.4. Unitats de competència**

1. Efectuar la gestió administrativa i registre de les operacions comptables i fiscals.
2. Efectuar la gestió administrativa i registre de les operacions de tresoreria.

#### **5.5. Certificat de professionalitat**

- Administratiu/va comptable.

#### **6. Conveni del sector**

7900375. Conveni Col·lectiu de Treball del Sector d'Oficines i Despatxos de Catalunya.  
(Vigent fins a 31-12-07).

#### **7. Recomanacions per al desenvolupament professional de l'ocupació.**

- S'ha de tenir en compte que per accedir a aquest lloc se sol exigir el Títol de Grau Mitjà en Gestió Administrativa.
- Per accedir a aquesta ocupació és molt important tenir coneixements en programes informàtics de comptabilitat.
- És convenient ser una persona amb capacitat d'organització.
- És un sector on el coneixement d'idiomes cada vegada és més valorat.

#### **8. Classificació segons el Codi Nacional d'Ocupacions (CNO)**

Codi: 41111011

Nom de l'ocupació: Empleats administratius de comptabilitat, en general.

Recepcionista d'hotel (Data d'actualització: 09/05/2017)

##### **1. Descripció de l'ocupació**

El/la recepcionista d'hotel, atén a la clientela dels hotels, o establiments similars, realitzant totes les funcions administratives, de facturació i comercials necessàries en cada moment per aconseguir satisfer les necessitats de la clientela.



El/la recepcionista d'hotel realitza tasques com: rebre i acomiadar als/ a les hostes/ses; custodiar, entregar i recollir les claus de les habitacions; presentar-se a la clientela i brindar-los la seva col·laboració durant l'estada per gestionar qualsevol mena d'acció (lloguer de vehicles, canviar divises, etc.); realitzar les gestions relacionades amb l'ocupació i venda d'habitacions, així com informar d'aquestes gestions a la resta de departaments; rebre, tramitar i dirigir les reclamacions dels/les hostes/ses als serveis corresponents; registrar, controlar i cobrar els serveis consumits per la clientela; etc. La tendència actual dels hotels s'encamina a la fusió de l'àrea de recepció amb la de reserves o la centraleta. Per tant, el nombre de tasques és cada vegada més ampli.

En l'exercici de l'ocupació de recepcionista d'hotel cal respectar les normes vigents de medi ambient, qualitat i seguretat i higiene.

En aquest cas el/la recepcionista també es farà càrrec de les xarxes socials de l'hotel.

## **2. Tecnologies o eines que s'utilitzen**

Fitxers, planning de reserves, arxivadors (reserves, contractes, etc.), tauler de cotització de moneda estrangera, guies telefòniques, pissarres o taulers d'anuncis, clau mestra d'habitacions, etc.

Ordinadors PC, impressores, màquines detectores de bitllets falsos, fax, màquines facturadores, fotocopiadores, gravador/perforador de targetes d'obertura de portes, centraletes de telèfons, etc.

## **3. Entorn de treball**

Establiments hotelers: hotels, hostals, paradors, etc.

## **4. Condicions físiques de treball**

El/la recepcionista treballa dret/a i assegut/da. Avui en dia, gairebé sempre treballen amb ordinadors.

En el desenvolupament de l'ocupació s'ha de cuidar especialment la postura de treball i les condicions ambientals. Respecte a la primera, cal tenir en compte aspectes com la posició de l'esquena, la distància de l'ordinador, l'altura de la taula, la llibertat de



moviments, etc. Quant a les segones, és important, per exemple, que la llum no sigui directa de la pantalla de l'ordinador per evitar els reflexos, o cuidar que la temperatura ambient sigui l'adequada. És convenient utilitzar pantalles de visualització o filtres.

## **5. Competències necessàries per al desenvolupament**

### **5.1. Formació**

#### Formació reglada

Convenient: Cicle Formatiu de Grau Mitjà Serveis de Restaurant i Bar/ FPI d'Hoteleria-Restaurant- Bar.

Relacionada: Diplomatura en Ciències Empresarials, Diplomatura Universitària en Turisme.

#### Acreditacions

Imprescindible: -

Convenient: Certificat de coneixements d'idiomes estrangers.

### **5.2. Experiència**

#### Experiència necessària per l'ocupació

Es requereix una experiència inferior a un any per establiments de menys de tres estrelles. En establiments de major categoria, es requereix una experiència prèvia en el sector d'entre un i tres anys.

#### Experiència complementària

Es considera convenient posseir una experiència complementària en l'ús dels sistemes informàtics utilitzats en el desenvolupament d'aquesta ocupació. De la mateixa manera es valora l'experiència real en l'ús de diferents idiomes estrangers, especialment en anglès.

### **5.3. Habilitats**

Observació i discreció; veu i to agradable; amabilitat i cortesia; capacitat de comunicació; saber escoltar i expressar-se; capacitat per entendre allò que les persones desitgen; sensibilitat multicultural; capacitat organitzativa; intuïció i capacitat de persuasió i de decisió.



#### **5.4. Unitats de competència**

1. Organitzar i gestionar el servei de Recepció en empreses d'hoteleria.
2. Organitzar i negociar el servei de Consergeria en establiments hotelers.
3. Organitzar, gestionar i intervenir en el servei de comunicacions d'institucions hoteleres.

#### **5.5. Certificat de professionalitat**

- Recepcionista d'hotel.

#### **6. Conveni del sector**

Conveni col·lectiu interprovincial del sector de la indústria d'hostaleria i turisme de Catalunya (codi de conveni núm. 79000275011992).

#### **7. Recomanacions per al desenvolupament professional de l'ocupació.**

- Es recomana tenir coneixements d'ofimàtica generals.
- És aconsellable tenir coneixements d'idiomes estrangers, especialment d'anglès.
- Es recomana posseir habilitat per a les relacions públiques.
- S'ha de tenir en compte que per accedir a llocs de major qualificació és recomanable tenir estudis universitaris relacionats amb l'ocupació.

#### **8. Classificació segons el Codi Nacional d'Ocupacions (CNO)**

Codi: 44221010

Nom de l'ocupació: Recepcionistes d'hotel



## Annex 7: Llista de utilatge i maquinària.

### Habitacions

Llençol de baix (160 x 200cm). Zara home → 40€ x 14 = 560€



**SÁBANA BAJERA LINO LAVADO**  
39,99 €  
REF: 1416/900

SELECCIONA TALLA + CANTIDAD +  
CAMA 160CM / 160 X 200 X 30 CM 1

GUÍA DE TALLAS  
AÑADIR A LA CESTA

+ INFO

Sábana bajera de lino de 160 g/m<sup>2</sup> lavado liso.  
Ajustable con gomas elásticas en las esquinas para colchones de hasta 30 cm de alto.

**LINO**  
El lino es una fibra natural que se extrae de los tallos de la planta del mismo nombre. Es ligero, transpirable y termorregulador, lo que proporciona una gran comodidad y hace que sea una buena opción para los momentos de más calor del año. Es más resistente que el algodón y gracias a su color natural, blanco opaco, retiene el color durante los lavados sin riesgo de que se pierda. El lino es, además, de secado muy rápido.

Llençol de dalt (160cm). Zara home → 50€ x 14 = 700€



**SÁBANA ENCIMERA LINO LAVADO**  
49,99 €  
REF: 1416/089

SELECCIONA TALLA + CANTIDAD +  
CAMA 150/160CM / 240 X 280 CM 1

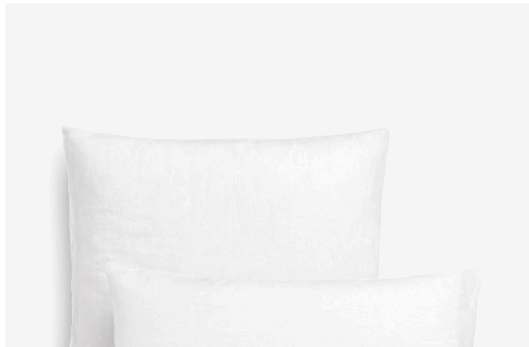
GUÍA DE TALLAS  
AÑADIR A LA CESTA

+ INFO

Sábana encimera de lino de 160 g/m<sup>2</sup> lavado liso.

**LINO**  
El lino es una fibra natural que se extrae de los tallos de la planta del mismo nombre. Es ligero, transpirable y termorregulador, lo que proporciona una gran comodidad y hace que sea una buena opción para los momentos de más calor del año. Es más resistente que el algodón y gracias a su color natural, blanco opaco, retiene el color durante los lavados sin riesgo de que se pierda. El lino es, además, de secado muy rápido.

Funda coixí (set de 2- x ). Zara home → 30€ x 14 = 420€



**FUNDA DE ALMOHADA LINO LAVADO**  
29,99 €  
REF: 1416/091

SELECCIONA TALLA + CANTIDAD +  
(SET DE 2) / 50 X 75 CM 1

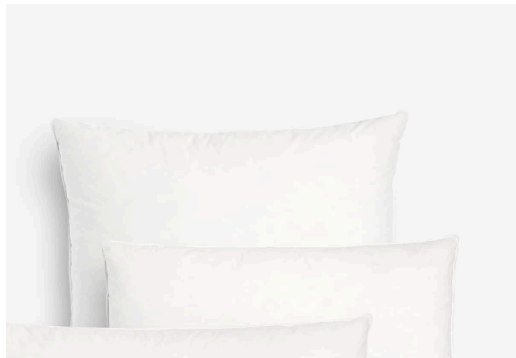
GUÍA DE TALLAS  
AÑADIR A LA CESTA

+ INFO

Funda de almohada de lino de 160 g/m<sup>2</sup> lavado liso.  
Cierre con solapa interior en uno de los laterales, excepto para las medidas de 45x110 cm y 45x155 cm que están confeccionados en tubo.

**LINO**  
El lino es una fibra natural que se extrae de los tallos de la planta del mismo nombre. Es ligero, transpirable y termorregulador, lo que proporciona una gran comodidad y hace que sea una buena opción para los momentos de más calor del año. Es más resistente que el algodón y gracias a su color natural, blanco opaco, retiene el color durante los lavados sin riesgo de que se pierda. El lino es, además, de secado muy rápido.

Coixí (50 x 75cm). Zara home → 36€ x 28 = 1.008€



**ALMOHADA DE PLUMA/PLUMÓN**  
35,99 €  
REF: 1002/012

SELECCIONA TALLA + CANTIDAD +  
50 X 75 CM 1

AÑADIR A LA CESTA


+ INFO

Relleno de Almohada de Pluma. Composición: 60% plumita de pato y 40% plumón de pato. Firmeza baja-media. Se trata de un producto natural, que ofrece un alto confort y transpirabilidad. La funda es 100% algodón e incluye un tratamiento down proof que aporta comodidad pero no deja que las plumas escapen al tejido. Las

COMPLETA EL LOOK



Cobrellit. Zara home → 80 € x 12 = 960€



**EDREDÓN ALGODÓN LAVADO**  
79,99 €  
REF. 0714/005

GRIS

CAMA 135/140/150CM / 230 X 250 CM


CANTIDAD + 1

AÑADIR A LA CESTA

+ INFO

Edredón en algodón lavado y diseño monocolor con detalle de rombos.

COMPLETA EL LOOK



### Lavabos

Tovallols lavabo, gran i petita. Zara home → 12€ x 28 = 336€ // 3€ x 28 = 84€



**FLODALEN**  
Toalla de baño, blanco, 70x140 cm

**11,99€**  
(9,51€ IVA no incluido)

★★★★★ 0 Opiniones

[Gastos de envío a domicilio](#) o [entrega en punto de recogida](#)

Un diseño limpio con un diseño grueso y ondulado que envuelve tu cuerpo y añade un toque de lujo a tu baño. Suave y mullido y en colores a juego, para que puedas elegir tu favorito. [Leer más](#)

Cantidad

Añadir al carrito



**FLODALEN**  
Toalla de mano visitas, blanco, 30x50 cm

**3€**  
(2,48€ IVA no incluido)

★★★★★ 0 Opiniones

[Gastos de envío a domicilio](#) o [entrega en punto de recogida](#)

Un diseño limpio con un diseño grueso y ondulado que envuelve tu cuerpo y añade un toque de lujo a tu baño. Suave y mullido y en colores a juego, para que puedas elegir tu favorito. [Leer más](#)

Cantidad

Añadir al carrito

Barnús (Talles S/M i L/XL). Ikea → 20€ x 28 = 560€



**ROCKÁN**  
Albornoz, blanco, S/M

**Precio socios IKEA FAMILY**  
**15€**  
(12,40€ IVA no incluido)  
(30.04.19 - 31.05.19)

Precio normal **20€**  
(16,53€ IVA no incluido)

★★★★★ 0 Opiniones

[Gastos de envío a domicilio](#) o [entrega en punto de recogida](#)

Para disfrutar de las mañanas en casa con la suave felpa por ambos lados, el cinturón ajustable y prácticos bolsillos. [Leer más](#)

El precio muestra las opciones seleccionadas:

Color:

### Menjador

Vaixella (18 peces). Ikea → 30€ x 2 = 60€



**IKEA 365+**  
Vajilla 18 piezas, blanco

**29,99€**  
(24,79€ IVA no incluido)

★★★★★ 4.6 33 Opiniones

[Gastos de envío a domicilio](#) o [entrega en punto de recogida](#)

La serie IKEA 365+ incluye todo lo necesario para la mesa. Su sencillez resulta ideal para el día a día, pero también puede engalanarse con colores y accesorios. Al ser de porcelana de feldespato, conserva su belleza pese al paso del tiempo. [Leer más](#)

Cantidad

Añadir al carrito



Ampolla de vidre. Ikea → 1,50€ x 4 = 6€



**KORKEN**  
Botella con tapón, vidrio incoloro, 1 l

**1,50€**  
(1,24€ IVA no incluido)

★★★★★ 4.3 45 Opiniones

[Gastos de envío a domicilio](#) o [entrega en punto de recogida](#)

→ La serie KORKEN es perfecta para hacer conservas como pajaritos o mermeladas, para servir bebidas o para mantener las galletas bien crujientes. El cierre hermético protege todo lo bueno. [Leer más](#)

Cantidad

Añadir a la lista de deseos

Gerra de vidre. Ikea → 1€ x 4 = 4€



**KARAFF**  
Jarra, vidrio incoloro, 1.0 l

**1€**  
(0,83€ IVA no incluido)

★★★★★ 4.5 31 Opiniones

[Gastos de envío a domicilio](#) o [entrega en punto de recogida](#)

→ Cantidad

Añadir a la lista de deseos

Disponible para envío a domicilio

Gots de vidre (6 unitats). Ikea → 1€ x 6 = 6€



**REKO**  
Vaso, vidrio incoloro, 17 cl

**1€ / 6 unidades**  
(0,83€ IVA no incluido)

★★★★★ 4.6 8 Opiniones

[Gastos de envío a domicilio](#) o [entrega en punto de recogida](#)

→ Cantidad

Añadir a la lista de deseos

Disponible para envío a domicilio

Tassa. Ikea → 2€ x 30 = 60€



**DINERA**  
Tazón, azul grisáceo, 30 cl

**2€**  
(1,66€ IVA no incluido)

★★★★★ 0 Opiniones

[Gastos de envío a domicilio](#) o [entrega en punto de recogida](#)

→ Cantidad

Añadir a la lista de deseos

Disponible para envío a domicilio

Coberts (24 peces). Ikea → 20€ x 2 = 40€



**JUSTERA**  
Cubtería 24 piezas, ac inox

**19,99€**  
(16,52€ IVA no incluido)

★★★★★ 4.2 17 Opiniones

[Gastos de envío a domicilio](#) o [entrega en punto de recogida](#)

→ Cantidad

Añadir a la lista de deseos

Disponible para envío a domicilio



**Annex 8: Pressupost de la inversió realitzat per l'empresa Garreta Paniello  
Arquitectura i Interiorisme, SLP**

PLANNING GENERAL DE LA INVERSIÓ:

Resum i descripció dels espais a construir amb la corresponent valoració econòmica:  
Inclou Projecte Tècnic, construcció i equipament interior (Mobiliari)

**1.- Espais comuns Exteriors: 950 m2 80.000 €**

1.1.- Entorn Exterior:

Accés principal	70 m2
Aparcament (Pèrgola)	300 m2
Entorn enjardinat	500 m2
Terrassa	80 m2

**2.- Espais comuns Interiors: 248 m2 320.000 €**

2.1.- Espais Interiors d'accés públic: 200 m2

Recepció	30 m2		
Despatx administració	15 m2		
Sala d'estar i oci (Bitllar)	75 m2		
Menjador	60 m2		
Bany	20 m2	1.300 €/m2	260.000 €

2.2.- Espais Interiors d'accés privat: 48 m2

Cuina	24 m2		
Magatzem	12 m2		
Bugaderia	12 m2	1.250 €/m2	60.000 €

**3.- Espais bungalows: 420 m2 1.300 €/m2 546.000 €**

3.1.- Tipus suite per dues persones 55 m2 = 2 Ud 110 m2

Sala d'estar, dormitori doble, bany i terrassa

3.2.- Tipus estàndard amb terrassa per dues persones 35 m2 = 6 Ud 210 m2

Dormitori doble, bany i terrassa

3.3.- Tipus estàndard per dues persones 25 m2 = 4 Ud 100 m2

Dormitori doble amb bany

**TOTAL INVERSIÓ 1.070.000 €**

1.- **Espais comuns Exteriors:** 950 m2 80.000.-

2.- **Espais comuns Interiors:** 248 m2 320.000.-

3.- **Espais bungalows:** 420 m2 546.000.-

4.- **Equipament interiors:** 124.000.-

**Annex 9: Pla de tresoreria a 12 mesos.**

<b>PLA DE TESORERIA – PRIMER ANY</b>														
	Inicial	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Total
<b>Resultat de l'exercici</b>		-8.092,84	-7.492,84	-3.112,84	10.027,16	14.407,16	16.597,16	12.217,16	5.647,16	7.837,16	7.837,16	7.837,16	1.267,16	64.975,90
<b>Influència dies de cobrament</b>		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Influència dies de pagament</b>		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Amortitzacions immobilitzats</b>		3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	42.045,78
<b>Impost societats</b>														9.746,39
<b>Flux de tresoreria</b>		<b>-4.589,03</b>	<b>-3.989,03</b>	<b>390,97</b>	<b>13.530,97</b>	<b>17.910,97</b>	<b>20.100,97</b>	<b>15.720,97</b>	<b>9.150,97</b>	<b>11.340,97</b>	<b>11.340,97</b>	<b>11.340,97</b>	<b>4.770,97</b>	<b>107.021,68</b>
<b>Préstecs rebuts</b>	1.300.000,00													1.300.000,00
<b>Altres ingressos</b>														0,00
<b>Capital</b>	80.000,00													80.000,00
<b>Inversió en immobilitzats</b>	1.305.955,72													1.305.955,72
<b>Inversió en existències</b>	0,00													0,00
<b>IVA despeses establiment</b>		0,00												0,00
<b>Devolució de préstecs</b>	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
<b>Tresoreria generada</b>	74.044,28	-4.589,03	-3.989,03	390,97	13.530,97	17.910,97	20.100,97	15.720,97	9.150,97	11.340,97	11.340,97	11.340,97	4.770,97	
<b>Tresoreria inicial</b>	74.044,28	69.455,25	65.466,22	65.857,20	79.388,17	97.299,14	117.400,12	133.121,09	142.272,06	153.613,04	164.954,01	176.294,98		
<b>Tresoreria final</b>		<b>69.455,25</b>	<b>65.466,22</b>	<b>65.857,20</b>	<b>79.388,17</b>	<b>97.299,14</b>	<b>117.400,12</b>	<b>133.121,09</b>	<b>142.272,06</b>	<b>153.613,04</b>	<b>164.954,01</b>	<b>176.294,98</b>	<b>181.065,96</b>	<b>181.065,96</b>
<b>Cobraments</b>		8.760,00	8.760,00	13.140,00	26.280,00	30.660,00	32.850,00	28.470,00	21.900,00	24.090,00	24.090,00	24.090,00	17.520,00	260.610,00
<b>Pagaments</b>		0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00

**Annex 10: Compte de resultats a 12 mesos.**

<b>COMPTE DE RESULTATS - PRIMER ANY</b>													
	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>Total</b>
<b>Vendes serveis</b>	8.760,00	8.760,00	13.140,00	26.280,00	30.660,00	32.850,00	28.470,00	21.900,00	24.090,00	24.090,00	24.090,00	17.520,00	260.610,00
<b>MARGE CONTRIBUCIÓ BRUT</b>	<b>8.760,00</b>	<b>8.760,00</b>	<b>13.140,00</b>	<b>26.280,00</b>	<b>30.660,00</b>	<b>32.850,00</b>	<b>28.470,00</b>	<b>21.900,00</b>	<b>24.090,00</b>	<b>24.090,00</b>	<b>24.090,00</b>	<b>17.520,00</b>	<b>260.610,00</b>
<b>Despeses de personal</b>	6.179,86	6.179,86	6.179,86	6.179,86	6.179,86	6.179,86	6.179,86	6.179,86	6.179,86	6.179,86	6.179,86	6.179,86	74.158,32
<b>Tributs</b>	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	83,33	1.000,00
<b>Serveis exteriors</b>	1.669,17	1.069,17	1.069,17	1.069,17	1.069,17	1.069,17	1.069,17	1.069,17	1.069,17	1.069,17	1.069,17	1.069,17	13.430,00
<b>Amortitzacions immobilitzat</b>	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	3.503,81	42.045,78
<b>RESULTAT OPERATIU</b>	<b>-2.676,17</b>	<b>-2.076,17</b>	<b>2.303,83</b>	<b>15.443,83</b>	<b>19.823,83</b>	<b>22.013,83</b>	<b>17.633,83</b>	<b>11.063,83</b>	<b>13.253,83</b>	<b>13.253,83</b>	<b>13.253,83</b>	<b>6.683,83</b>	<b>129.975,90</b>
<b>Despeses financeres</b>	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	5.416,67	65.000,00
<b>RESULTAT ABANS IMPOSTOS</b>	<b>-8.092,84</b>	<b>-7.492,84</b>	<b>-3.112,84</b>	<b>10.027,16</b>	<b>14.407,16</b>	<b>16.597,16</b>	<b>12.217,16</b>	<b>5.647,16</b>	<b>7.837,16</b>	<b>7.837,16</b>	<b>7.837,16</b>	<b>1.267,16</b>	<b>64.975,90</b>
<b>Impostos sobre beneficis</b>													9.746,39
<b>RESULTAT DE L'EXERCICI</b>													<b>55.229,52</b>
<b>% Marge contribució brut</b>	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
<b>% Resultat operatiu</b>	-30,55%	-23,70%	17,53%	58,77%	64,66%	67,01%	61,94%	50,52%	55,02%	55,02%	55,02%	38,15%	49,87%
<b>EBITDA</b>	827,64	1.427,64	5.807,64	18.947,64	23.327,64	25.517,64	21.137,64	14.567,64	16.757,64	16.757,64	16.757,64	10.187,64	172.021,68



**Annex 11: Flux de caixa a 15 anys.**

FNCj			
0	-1.079.902,25€	8	215954,71€
1	156365,89€	9	215954,71€
2	185307,71€	10	215954,71€
3	185307,71€	11	215954,71€
4	215954,71€	12	215954,71€
5	215954,71€	13	215954,71€
6	215954,71€	14	215954,71€
7	215954,71€	15	215954,71€

A partir del quart any és el mateix import, és a dir, es tenen els mateixos beneficis.

**Annex 12: Beneficis a 15 anys.**

BENEFICIS A 15 ANYS			
0	-923.536,36€	8	742.807,35€
1	-738.228,64€	9	958.762,07€
2	-552.920,93€	10	1.174.716,78€
3	-336.966,22€	11	1.390.671,49€
4	-121.011,50€	12	1.606.626,21€
5	94.943,21€	13	1.822.580,92€
6	310.897,92€	14	2.038.535,64€
7	526.852,64€	15	2.038.535,64€

A partir del quart any es mantenen els mateixos beneficis.