

Meritxell Bertomeu Casanova

**PLANIFICACIÓ EN L'ANIMACIÓ
A LES TERRES DE L'EBRE**
Creació d'una empresa d'animació

TREBALL DE FI DE GRAU

dirigit pel Dr. Jesús Angla

Grau de Turisme



UNIVERSITAT ROVIRA I VIRGILI

Vila-Seca

2014

Índex

1. Introducció	4
1.2. Objectius.....	5
1.3 Metodologia	5
2. Animació turística.....	6
2.1 Funcions de l'animació	6
2.2 Antecedents	6
2.3 L'Animador	7
2.4 Finalitat de l'animador	8
3. Llista de control per a l'inventari de l'oferta turística	8
4. Diagnosi del territori.....	17
4.1 Conclusions diagnosi del territori.....	19
5. Resum del projecte.....	22
6. Emprenedor.....	23
6.1 Experiència professional.....	23
6.2 Constitució de l'empresa.....	25
6.3 Situació amb el territori.....	25
6.3.1 La competència	26
6.3.2 On localitzem la competència i en que ens diferenciem	26
7. Anàlisi del mercat	27
7.1 Identificació del mercat i la seva segmentació.....	28
7.2 Els objectius globals de màrqueting.....	28
7.2.1 Pressupost de màrqueting	29
8. Disseny de l'oferta	29
8.1 La dimensió de l'empresa.....	29
8.2 Localització de l'empresa	29
8.3 Organigrama.....	30
8.4 Gestió de recursos humans	32
8.5 Anàlisi dels clients	33
9. Proveïdors.....	33
10. El nostre servei.....	38
10.1. Organització d'esdeveniments.....	38
10.1.1 Animació para enllaços.....	38
10.1.2 Animació per esdeveniments d'empresa	39

10.1.3 Animació en comerços i mercats.	39
10.2. Activitats esportives	39
10. 3. Animacions Infantils	39
10.4. Animació a establiments turístics	40
11. Política de Preus	40
11.1. Preu del servei en establiments turístics	40
11. 2. Preus d'esdeveniments, festes i celebracions.....	41
11.3 Catàleg de preus del nostre servei	41
11.4 Criteri de la fixació dels preus	42
11.5 Punt de venda	43
12. Anàlisi Financer	43
12.1 Ingressos.....	43
12.2Costos	44
12.3 Previsió de ventes del nostre servei.....	44
13. Nòmines previstes	46
14. Conclusions.....	47
15. Bibliografia.....	49
15.1 Bibliografia pàgines web	49
16. Annexos	51
Annex 1 Anàlisi financer	51
Annex 2 Exemple Programa Animació Establiment Turístic	52

Índex Taules i Gràfics

Gràfic 1. Etapes de l'animació turística.....	7
Taula 1. Medi Ambient.....	9
Taula 1.1 Hidrografia de les Terres de l'Ebre.....	10
Taula 1.2 Ús de la terra.....	12
Taula 1.3 Població i activitat econòmica.....	12
Taula 1.4 Cultura i animació cultural.	14
Taula 1.5 Entreteniment.....	14
Taula 1.6 Patrimoni cultural.....	15
Taula 1.7 Oci i esports.....	16
Taula 1.8 Allotjament.....	17
Taula 2. Diagnosi DAFO.....	18
Taula 2.1 Anàlisi de mercat dels allotjaments turístics.....	20
Taula 3. Experiència professional, ensenyaments i formació.....	23
Taula 4. Pressupost Constitució de l' Empresa.....	25
Taula 5. Pressupost La Casa de los Disfraces.	35
Taula 5.1 Pressupost IKEA.....	35
Taula 5.2 Pressupost Codi binari.....	36
Taula 5.3 Pressupost bloc centre.....	36
Taula 5.4 Pressupost Electronic Star.....	38
Taula 6. El servei directe que disposem.....	42
Taula 6.1 Catàleg de preus Nexus.....	42
Taula 7. Nòmines.....	47

1. Introducció

Després de quatre anys de Grau ha arribat el moment tant esperat que tot estudiant està esperant i que recorda com si fos avui del primer dia que va sentir parlar del treball de fi de Grau. Des del dia número 1 que comences el Grau de Turisme ja estàs cavil·lant sobre quin tema faràs l'últim treball i per sort no em va costar molt de temps saber de que volia fer el meu tema i al segon curs ja ho vaig tenir clar. Volia que no només fos una nota mes al meu expedient sinó que em servis per al meu futur, un futur que sens presenta amb bastant incertesa econòmica i política i que per aconseguir alguna cosa es té que treballar molt dur. Seria convenient començar la introducció explicant el "perquè" del meu tema. Fa quatre anys que treballo a una empresa d'animació turística a Salou en temporades d'estiu i alguns fins de setmana durant el hivern. Soc de les Terres de l'Ebre i allí l'animació turística es gairebé inexistent, és un territori amb molts actius turístics que comença ara a desenvolupar-se turísticament i que penso que té molt de potencial i pocs competidors per poder desenvolupar una petita empresa d'animació.

Faré una diagnosi del territori per a confirmar que realment hi ha un potencial turístic i que invertir amb ell ens pot donar el seu fruit. Seguidament es farà un estudi de mercat per saber si hi han recursos per poder aplicar la animació, quan parlo de recursos estic refrenin-me a establiments turístics ja siguin hotels o càmpings. Una vegada analitzat el territori i els seus recursos si veiem que ens pot sortir rendible començarem amb la creació de l'empresa. Pensem que crear aquest tipus d'empresa farà que el turista allargui el seu període de vacances a les Terres de l'Ebre i que no només vingui de visita. D'aquesta manera potenciarem econòmicament la zona i el més important farem que augmentin els beneficis de l'establiment.

Fer una empresa d'animació no requereix molta inversió ja que els establiments turístics aporten part del material necessari i els salaris dels treballadors no són molt elevats. Després de quatre temporades en un hotel on hi havia 8 animadors me n'he adonat que hi ha molt poc personal qualificat per fer aquesta feina i que seria interessant crear una escola privada on personalment ensenyés (part pràctica) a fer aquest treball de la manera que crec que és la convenient.

L'empresa estaria situada a Deltebre que és el poble on visc i treballaria amb hotels de les Terres de l'Ebre, en un principi he escollit un territori bastant gran però segurament que després d'analitzar-lo haure de reduir la capacitat perquè hi ha municipis que no són tant turístics i no em convenen. La demanada dirà on tenim que treballar. Els pobles més turístics són els que bordegen la costa i per això els associarem a destins de natura però també de sol i platja.

Per mi fer aquest treball significa molt ja que amb la seva realització podré comprovar si puc posar a la pràctica tota la teoria apresada durant aquest 4 anys i el més important si ens sortirà rendible crear aquesta empresa.

El treball és dividirà en diferents parts, la primera serà l'avaluació del territori, la segona el pla d'empresa i la tercera i última l'anàlisi financer.

1.2. Objectius

Els objectius principals d'aquest treball són posar en pràctica part de la teoria apresada durant aquests quatre anys ja sigui de matèria apresada o de saber crear, dissenyar, desenvolupar, seguir i regular un treball d'investigació.

Saber planificar el temps necessari per a cada activitat posant sempre un ordre d'importància. Tenir autonomia, iniciativa pròpia, posada en pràctica i desenvolupament dels coneixements obtinguts. Saber defensar el tema escollit i investigar sobre aquest per aconseguir un treball ric amb el seu contingut.

Desenvolupar competències que m'ajudin a endinsar-me a la vida professional al món del turisme.

Conèixer el territori i saber avaluar si té potencial turístic per desenvolupar una petita empresa turística.

I per últim i l'objectiu més important ja que és el focus de la investigació saber si ens serà rendible la creació d'una empresa d'animació i quins serien els seus costos.

1.3 Metodologia

La metodologia utilitzada en aquest treball es basa en primer de tot investigar el territori fent una diagnosi i un anàlisi de mercat, molta d'aquesta informació s'ha trobat en pàgines webs i als ajuntaments dels diferents municipis. Per fer els plans d'empresa s'han utilitzat molts treballs i llibres que expliquen com crear un bon pla d'empresa però bàsicament ens hem guiat amb els següents:

BARROW, C; (2008). "Emprender un negocio para Dummies". 2 edició. Granica.

CAMPA- PLANAS, F. (2010). "Guia pràctica per a la creació d'empreses". Tarragona. 1a edició. Publicacions URV

GONZÁLES, F: (2006). "Creación de empresas. Guia del emprendedor." Madrid. Ediciones Piràmide.

D'aquests llibres hem agafat l'idea principal i després ho hem aplicat i adaptat a la nostra situació.

Pràcticament tota la informació necessària per fer aquest treball es basa en l'experiència dins d'aquest sector. Si no hi hagués aquesta experiència seria molt difícil crear una empresa a partir de la teoria.

I per últim s'ha utilitzat molt de material que ens han donat a classe per realitzar la part financera.

2. Animació turística

Segons les dades extretes del llibre Machuca Sánchez, K (2011) *l'animació turística és tota acció realitzada a un grup, col·lectivitat o medi, amb la intenció de desenvolupar la comunicació i garantir la vida social. (OMT: (1983:S/p).).*

És una nova tendència dins al sector hotelier que va néixer per a satisfer les necessitats dels consumidors dels serveis turístics. L'animació hotelera encara segueix sent un tema de molta vigència, actualitat i poc compresa pels empresaris hotelers, els quals es pensen que un hotel es menjar bo, una habitació i una piscina.

Però no ens tenim que oblidar que és necessari un espai per a les relacions socials, la comunicació de client amb client i ocupar el temps lliure amb fer activitats d'oci. Els establiments turístics serveixen per oferir al hostes un producte de qualitat amb bons i nous serveis permeten satisfer els seus interessos i necessitats . Només així s'aconseguirà que els hostes tornin a l'establiment, recomanant-lo a més a familiars i amics.

2.1 Funcions de l'animació

Machuca Sánchez, K (2011) també fa referència a les funcions bàsiques de l'animació.

L'animació té tres funcions bàsiques:

- Funció social: integració del hoste amb la resta de clients.
- Funció cultural: mostren la cultura del país, regió o municipi que visiten.
- Funció de màrqueting: la recomanació de l'establiment amb el boca a boca dels turistes fa que augmentin els ingressos de l'hotel.

2.2 Antecedents

Labollita i Farré (2005) ens expliquen que l'animació turística és un tema nou, ja que les primeres evidències es troben fa sis dècades .

César Blitz, un francès d'origen jueu que va combatre als nazis en la Segona Guerra Mundial, és reconegut com un dels pioners en desenvolupar l'animació turística. Blitz, sense distinció de classes socials, oferia descans i entreteniment als seus clients: tendes de campanyes i alimentació de bufet, tipus "tot inclòs". On instal·lava el seu club, aconseguia realitzar activitats diürnes que permetien la interacció dels seus clients, després, finalitzava amb un sopar i una festa general.

En la dècada de 1950, Blitz va arribar a Espanya i va llançar al mercat un fullet anomenat Trident, en el qual plasmava les anècdotes o experiències viscudes pels seus clients.

El 1954, Gilbert Trigano, un francès que dispensava articles per a la club i que compartia els ideals de Blitz, va treballar per aquest últim com administrador. A partir d'aquesta data, tots dos van continuar

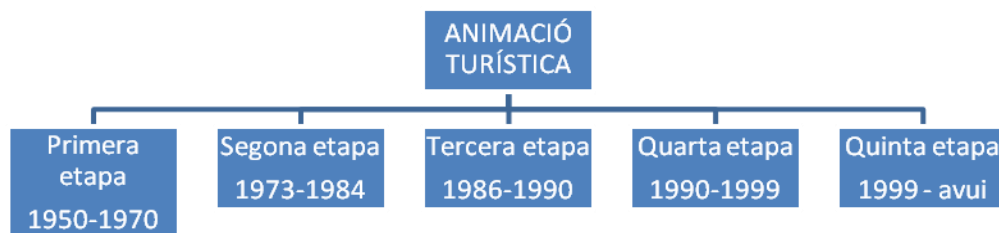
innovant i expandint: a Suïssa van instal·lar un club de muntanya d'hivern i l'any següent es van convertir en societat anònima.

El 1961, en donar-se una caiguda important de l'economia, Edmond Rothschiland va injectar la seva fortuna al club i es van perdre els principis implantats per Blitz, qui en 1963 va abandonar el projecte, aleshores, Trigano va assumir la presidència i al costat de Rothschiland va continuar expandint el seu negoci a altres regions.

Durant diversos anys després de la Segona Guerra Mundial hi va haver un auge en les economies europees i es van instaurar diferents llocs dedicats a l'esplai.

El Club Méditerranée (empresa internacional d'origen francès), des de inicis dels anys seixanta és pionera en la implementació de "l' Animació turística " com un element més d'esplai intern del lloc. Segons el que estableixen *Labollita i Farré (2005)* , l'evolució de l'animació turística es pot classificar en cinc etapes

Gràfic 1. Etapes de l'animació turística.



Font: Elaboració pròpia a partir de Labollita i Farre (2005)

A Espanya han sorgit empreses dedicades a la capacitació d'animadors turístics. Quan aquesta activitat va iniciar en la dècada de 1970, existien algunes confusions amb altres tipus d'animació. Per la curta durada dels cursos , la persona que feia aquest cursos no rebia suficient professionalisme en aquest camp. A partir del 2001 es van crear nivells tècnics amb els quals es comença a reconèixer aquest treball professionalment.

2.3 L'Animador

Segons el manual de Acuña (2011) l'animador és un professional que exerceix una gran influència a les persones o grups, especialment durant el seu temps lliure, permeten que es creen contactes amb persones desconegudes. L'animador proporciona distracció i és la persona que informa de qualsevol cosa de l'entorn als turistes. També comercialitza excursions, safaris, tours... Ha de tenir un ampli domini de la cultura de l'entorn, facilitat per treballar i viure amb grup, coneixement dels idiomes

utilitzats a l'hotel, don de gens, habilitat per realitzar esports i ball, ser molt actiu, responsable i sobretot i el més important molt educat ja que és la imatge de l'hotel.

No tenim d'oblidar que l'animador és la cara més visible d'un establiment per això és la persona amb més poder de fidelització davant d'un client.

2.4 Finalitat de l'animador

Després de quatre anys treballant al sector podem dir quines són les finalitats principals de l'animador ja que als manuals extrets com el de Acuña (2011) pensem que no estan completes. Les finalitats són les següents:

- Conèixer els clients i agafar un vincle amb ells per a que realitzen les activitats.
- Millorar la rendibilitat de l'establiment fent que els clients tornin a anar a l'hotel.
- Fer que els clients parlin bé de l'establiment i així augmentar els ingressos amb nous hostes.
- Involucrar el client amb la cultura de la regió.
- Promoure les ventes del bar organitzant shows durant les nits i degustacions de productes i begudes explicant la seva elaboració durant el dia.
- Comercialitza si l'establiment disposa d'excursions, tours, safaris, etc.
- Intentar fidelitzar el client per a que torni a repetir les vacances al mateix establiment.
- I per últim fer que les vacances dels hostes siguin inoblidables.

3. Llista de control per a l'inventari de l'oferta turística

L'empresa que és vol crear estarà situada a les Terres de l'Ebre. Per saber si estem escollint una bona zona per invertir el que es farà es un estudi del territori fent un llistat de control per a l'inventari de l'oferta turística. Amb els següents quadres sabrem totes les característiques que té les Terres de l'Ebre ja sigui de medi ambient, actius turístics, població, cultura, economia o allotjament.

Al quadre 1 s'explicarà la situació geogràfica i les característiques geològiques del terreny per situar-nos al lloc on volem crear l'empresa. Podem observar que el territori és bastant gran i que hi ha un clima mediterrani amb molts de dies de sol a l'any.

Quadre 1. Medi Ambient

<u>MEDI AMBIENT</u>	
ÀMBIT	DESCRIPCIÓ
Superfície del territori (km)	3308'5 km
SITUACIO GEOGRÀFICA	
Topografia/ Relleu	
Cim més alt	1440m (Montcaro)
Punt més baix	0 m (nivell del mar)
CARACTERÍSTIQUES GEOLÒGIQUES	
Clima	
Temperatura mitja (estiu)	22'3 °C
Temperatura mitja (hivern)	12.43°C
Dies de sol (dies/ any)	278 dies
Precipitacions (dia/any)	82 dies
Precipitacions (mm/any)	550-600 mm
Precipitacions de neu (cm)	0 cm

Font: elaboració pròpia a partir de dades extretes de IDESCAT

Al quadre 1.1 s'informa de la hidrografia que podem trobar al territori i dels llocs de bany que els turistes poden gaudir. Per les Terres de l'Ebre passa el riu Ebre que desemboca formant el Delta de l'Ebre el qual fa que aquestes terres siguin úniques i que disposin de molts kilòmetres de platges. Platges que moltes disposen de bandera blava i moltes són verges.

Quadre 1.1 Hidrografia de les Terres de l'Ebre

<u>HIDROGRAFIA</u>	
ÀMBIT	DESCRIPCIÓ
Rius	1
Nom	Riu Ebre
Llocs de bany	Platges, riu i llacunes
Platges d'Alcanar	

Platja de la fàbrica de ciment	320 m
Platja de les Cases d'Alcanar	300 m
Platja del Marjal	1480 m
Platja Maricel	920 m
• Platges Sant Carles de la Ràpita	
Platja de l'Aluet	6000 m
Platja de les delícies	250 m
Platja del parc de Garbí	400 m
Platja Trabucador	5000 m
• Amposta	
Platja Eucaliptus	3000 m
Platja bassa de la platjola	500
• Sant Jaume d'Envaja	
Platja de Migjorn	2700 m
Platja del Serrallo	3100 m
• Deltebre	
Platja de la bassa de l'arena	1000 m
Platja de la Marquesa	4850 m
Platja del Riumar	4200 m
• L'ampolla	
Platja d'Avellaners	145 m
Platja l'Arenal	2000
Platja Cap roig	300 m
• L'Ametlla	
Platja Cala Forn	50 m
Platja Calafato	40 m
Platja de l'Algueré	130 m

Platja de Pixavaques	60 m
Platja Sant Jordi d'Alfama	60 m
• Perelló	
Cala de l'Aliga	95 m
Platja Cala de la Buena	45 m
Platja Santa Llúcia	180 m
Riu Ebre	Que té la seva travessia per Tortosa, Amposta, Deltebre i Sant Jaume d'Enveja
Llacunes dels Ports	Petites llacunes situades les valls de les muntanyes dels Ports.
Piscines	Tots els pobles disposen de piscina municipal oberta al públic.

Font: elaboració pròpia a partir de la informació extreta de la pàgina web Terres de l'Ebre de la diputació de Tarragona.

A quadre 1.2 es resumeix de manera esquemàtica l'ús de la terra, els espais naturals que disposa el territori i el número de vegetació i fauna que hi ha.

Quadre 1.2 Ús de la terra

<u>US DE LA TERRA (%)</u>	
ÀMBIT	DESCRIPCIÓ
Espais naturals	Parc Natural del Delta de l'Ebre Parc natural dels Ports
Vegetació	515 espècies
Fauna	Més de 700 espècies. El nombre d'exemplars d'ocells varia entre els 50.000 i el 100.000 distribuïts en unes 300 espècies que representen el 60% de les espècies de tot Europa, i amb una nomenclatura local que enclou uns 250 noms i la converteix en una de les més riques del món. 350 espècies d'ocells. Als Ports hi han espècies com cabres salvatges, llúdriques, gat serval i aus rapinyaires.

Paratges naturals



Font: elaboració pròpia amb informació extreta del IDESCAT i pàgina web de la diputació de Tarragona.

És interessant saber l'activitat econòmica de les Terres de l'Ebre per saber si podem satisfer els clients amb les seves necessitats, tenim que recordar que un turista no només busca un atractiu turístic sinó poder realitzar activitats complementàries al igual que la seva accessibilitat ja que amb una mala accessibilitat serà molt difícil l'arribada de turistes a la zona. Al quadre 1.3 tenim la següent descripció.

Quadre 1.3 Població i activitat econòmica

POBLACIÓ, ACTIVITAT ECONÒMICA	
ÀMBIT	DESCRIPCIÓ
Nº habitants	188.878 persones
Densitat (hab/km2)	57.1 hab/km2
% Atur	23.60 %
Comerços i serveis disponibles	Tot tipus de comerços per poder satisfer les necessitats dels visitants.
Red de carreteres	
Enllaços amb eixos principals	Autopista del mediterrani Nacional 340 Nacional 420 C – 12
Red ferroviària	RENFE amb parades a l'Ametlla, L'ampolla, L'aldea i Tortosa.
Transport públic	HIFE empresa de autobusos que enllaça els pobles de les Terres de l'Ebre

Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes del IDESCAT i la pàgina web de la Diputació de Tarragona.

La cultura i l'animació cultural és de les parts més importants de la zona ja que és una cultura única a Catalunya ja sigui per les característiques dels seus habitants amb la seva parla (dialecte Tortosí) com la seva riquesa gastronòmica . És una zona que ha tardat més a desenvolupar-se econòmicament a causa de la seva activitat econòmica principal que és el sector primari i gràcies a aquest fet s'han anat seguint tradicions i festes que avui en dia són impensables realitzar a altres zones de Catalunya. Al quadre 1.4 podem observar esquemàticament tota aquesta informació.

Taula 1.4 Cultura i animació cultural

<u>CULTURA, ANIMACIÓ CULTURAL</u>	
ÀMBIT	DESCRIPCIÓ
Historia	
Data de fundació	1977
Esdeveniments històrics importants	Les Terres de l'Ebre es van consolidar durant el moviment cívic en contra del pla hidrològic. Batalla de l'Ebre.
Personatges cèlebres	Els paisatges de les Terres de l'Ebre han inspirat fragments literaris com Sebastià Juan Arbó, Artur Bladé o Jesús Montcanda. Pablo Picasso en les seves estades a Horta de Sant Joan van marcar l'inici del cubisme i va esdevenir un punt i a part en el desenvolupament de les avantguardes pictòriques del segle XX
CARACTERISTIQUES CULTURALS ESPECÍFIQUES	
Especialitats gastronòmiques regionals	El peix, el marisc, l'arròs, l'oli d'oliva i els vins de D.O. Terra Alta. La gastronomia és un dels atractius turístics més importants.
Costums, Folklore	Està relacionat amb la natura, sobretot amb el medi aquàtic. Tirar el rall (modalitat de pesca) curses de muletetes i perxar. També hi han jocs populars com les birles i cançons de rondalla i jotes populars.
Festes	Tots els pobles tenen les seves festes locals que normalment duren 10 dies i solen fer-se a l'estiu. Les terres de l'Ebre fan festes taurines on el més important no es mirar el bou sinó reunir-se i fer

	un berenar popular. La festa de la sega de l'arròs i la plantada són molt populars.
Mercats	Cada dia de la setmana es realitza un mercat ambulant a cada poble. Per exemple Amposta és el dimarts, Deltebre els dijous, d'aquesta manera els ambulants tenen feina tota la setmana. A part també hi han els mercats municipals.

Font: Elaboració pròpia.

L'entreteniment al quadre 1.5 és la part complementària dels actius turístics, sense aquesta part per molts actius turístics que hi hagin els ingressos del turisme no augmentaran ja que el visitant podrà veure el recurs fent una simple excursió i no quedant-se allotjat a la zona. A les Terres de l'Ebre hi ha tot tipus de servei per a l'entreteniment però estan repartits bàsicament en dos llocs que són Tortosa i Amposta per això és necessària una bona comunicació i relació entre tots els municipis de la zona.

Taula 1.5 Entreteniment

ENTRETENIMENT	
ÀMBIT	DESCRIPCIÓ
Cine	2 cines situats Amposta i a Roquetes.
Teatre	2 a Tortosa i Amposta
Discoteques/ pubs	Cada poble disposa de pubs musicals i hi han tres discoteques grans situades a Tortosa, Deltebre i Amposta.
Bolera	2, a Amposta i Tortosa
Congressos	Les Terres de l'Ebre estan preparades per acollir reunions, congressos, actes corporatius i empresarials. Compten amb una bona infraestructura hotelera i amb la professionalitat d'agents que proveeixen tots els serveis necessaris per organitzar un esdeveniment

Font: Elaboració pròpia.

No només hi han recursos naturals sinó que també podem trobar molt de patrimoni cultural que encara fa que sigui més atractiva la zona, al quadre 1.6 ens resumeix que hi podem trobar.

Taula 1.6 Patrimoni cultural

<u>PATRIMONI CULTURAL</u>	
ÀMBIT	DESCRIPCIÓ
Patrimoni històric i monumental	Pintures prehistòriques declarades Patrimoni de la Humanitat, poblats ibèrics, castells imponents d'origen àrab o templar, nuclis renaixentistes, esglésies gòtiques lluminoses i cellers modernistes d'aires gaudinians
Museus i centres d'interpretació	Hi podem trobar espais dedicats a l'art, l'arqueologia o els parcs naturals, com seria el cas del Museu del Montsià, situat a Amposta. D'altres museus mostren la relació de personatges il·lustres amb el territori, com la Casa Museu d'Enric d'Ossó a Vinebre o el Museu Picasso d'Horta de Sant Joan. També podem trobar museus dedicats a tècniques artesanals com el de Ceràmica Popular a l'Ametlla de Mar, o d'altres que exposen obres artístiques religioses, com les escultures dels Jardins del Príncep o el Museu de la Catedral de Tortosa.
Conjunts artístics	A Tortosa, per exemple, trobem el Museu dels Jardins del Príncep, una mostra d'obres a l'aire lliure de l'escultor Santiago de Santiago. A la Terra Alta, es pot visitar l'Abecedari de la Llibertat, a Corbera d'Ebre, un homenatge a la pau, situat entre els vestigis del Poble Vell de Corbera, destruït durant la Batalla de l'Ebre. Diversos monuments rememoren la història i homenatgen els personatges més destacats de les Terres de l'Ebre.
Rutes històriques	Els poblats ibèrics de Tivissa i la Moleta del Remei d'Alcanar, les fortaleses templeres de Miravet i Tortosa, el camí de sirga que voreja del riu Ebre o els espais de la Batalla de l'Ebre, on es van viure alguns dels episodis més sanguinaris de la Guerra Civil Espanyola.

Font: elaboració pròpia a partir de la pàgina web de la Diputació de Tarragona.

Aquest quadre es basa amb tots els tipus d'activitats d'oci i esport que es poden realitzar a les Terres de l'Ebre. Al disposar de riu i de mar es pot gaudir de tot tipus d'esports aquàtics. Els grans espais verds i plans existents fan que les excursions siguin un bon mètode per descobrir la zona.

Taula 1.7 Oci i esports

<u>OCI / ESPORTS</u>	
ÀMBIT	DESCRIPCIÓ
Aquàtics	Kitesurf, vela, busseig, perxar, barranquisme, kayak, esquís aquàtics, donuts, canoa, pesca.
Zones de bany	Platges, riu, estancs naturals situats als Ports, piscines cobertes i piscines exteriors.
Esports eqüestres	Lloguer de cavalls, cursos d'equitació
Excursió pedestre /ciclisme	Lloguer de bicicletes, rutes per fer amb bici, la via verda i excursions amb guia.
Altres equipaments d'esport i oci	Camp de golf, bowling, zona de jocs per als nens, parets de escalada, minigolf, pistes de tennis al aire lliure, pistes de pàdel, ping-pong, tiro, sauna, solàrium, parcs zoològics, casino.

Font: Elaboració pròpia.

Una vegada arribat a l'últim quadre de el inventari turístic cal dir que aquest és el que més ens interessa per crear l'empresa ja que és la capacitat de acollida de les Terres de l'Ebre i el número d'establiments turístics que disposa. A partir d'aquest quadre més tard farem una anàlisi de mercat en que especificarem on i en quins establiments ens interessa treballar.

Taula 1.8 Allotjament

<u>ALLOTJAMENT</u>	
ÀMBIT	DESCRIPCIÓ
ALLOTJAMENTS	
Capacitat total	<u>13.835</u>
Nº d'establiments	<u>214</u>
Classificació segons establiment	
Hotels	95
Càmpings	16
Turisme Rural	103

Hotels per categoria	
5* i gran luxe	1
4*	10
3*	19
2*	16
1*	10
Hostals i pensions	39
Total places	2614
Càmpings per categoria	
Luxe	2
1a	10
2a	4
3a	0
Total places	7869
Albergs	4

Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes del IDESCAT

4. Diagnosi del territori

Una vegada fet el inventari de l'oferta turística es passarà a fer una diagnosi del territori, per fer aquesta diagnosi he extret molta informació pròpia ja que conec el territori de primera mà perquè visc allí. Part de la informació està extreta del llistat de l'oferta turística anterior i dels ajuntaments de la zona.

Per fer aquesta diagnosi ens hem basat amb un DAFO on hi han les fortaleeses, les debilitats, oportunitats i les amenaces. També s'ha dividit amb set apartats que són l'atractiu, empresa, accessibilitat, lideratge, imatge i comunicació, prestació de serveis i territori. D'aquesta manera quedarà més visible els punts forts i febles de les Terres de l'Ebre.

Taula 2. Diagnosi DAFO

	Atractiu	Empresa	Accessibilitat	Lideratge	Imatge i comunicació	Prestació de serveis	Territori
Fortalesa	• Clima de Sol i Platja • 36 km de platges • Bona imatge de les platges • Platges verges • Cultura naturalista • Turisme de natura • Bona oferta gastronòmica i de enoturisme	• Oferta esportiva • Oferta d'activitats d'oci i festives • Oferta comercial tradicional • Hotels de qualitat • Molta oferta d'allotjaments rurals	• Bona accessibilitat general al destí • Carretera N-340, C-32 i autopista AP-7 • Situat a 70 km del aeroport de Reus. • estació de tren y de autobusos. • Turisme nacional	• Gestió del turisme del municipi per l'administració	• Certificat de la ISO en algunes platges • Actualització de les webs constantment • Implantació de plans de qualitat i ambientals • Reserva de la biosfera	• Es promou el turisme familiar. • Personal de les empreses qualificat	• Bona distribució dels allotjaments • Distribució més o menys homogènia dels allotjaments. • Edificacions adaptades al territori. • Parc natural de muntanya i de platja
Debilitats	• Falta innovació de productes turístics • Poca gestió de promoció turística • Poca assistència a fires, workshop, fam trips, fam press...	• Poca inversió entre les empreses privades del sector turístic • Poca oferta hotelera per a grans capacitats de • Dependència de subvencions del sector turístic • No es fan visites culturals	• Per arribar als actius turístics a vegades presenta dificultats amb el cotxe a causa de la protecció del entorn. • Poc turisme internacional	• Les administracions estatals no cooperen suficient. • Poca gestió turística (projectes turístics de suport a la destinació): Pla d'Excel·lència	• Red socials poc aprofitades • No hi ha Edicions anuals de material turístic: guies, mapes...	• Personal poc qualificat per part de l'administració • No hi ha adaptació dels serveis al nou turista rus.	• Poca unió entre municipis.
Oportunitats	• Bons actius turístics per promocionar al mercat exterior • Atractius turístics únics a Catalunya	• Cadenes internacionals poden invertir	• Bona comunicació amb l'exterior • Port de Sant Carles de la Ràpita destí de creuers.				
Amenaces	• Destinacions de Sol i Platja pròximes bastants madures (Salou y Cambrils)	• Destins propers que tenen contractes amb touoperadors internacionals		• Poca competitivitat		• Destinacions pròximes amb millor organització i prestació del servei.	

Font: Elaboració pròpia

4.1 Conclusions diagnosi del territori

Començarem a explicar les conclusions extretes del DAFO per les fortaleeses, com hem pogut observar els punts més forts de les fortaleeses es que el territori disposa d'actiu turístic de sol i platja, bona gastronomia i el parc natural del Delta de l'Ebre. Hi ha una elevada oferta esportiva i un dels punts que més ens interessa més és que els establiments que hi ha són de qualitat. Molts d'ells de tres estrelles però que perfectament podrien tenir-ne quatre. L'accessibilitat de la zona és bona en conseqüència l'arribada de turistes serà major que si no hi ha una bona accessibilitat. Els ajuntaments dels municipis són qui controlen la gestió del turisme, això és una fortaleesa perquè si ho porten empreses privades els ingressos no estan tant repartits i el turisme pot arribar a estancar-se si l'economia de l'estat no està en auge. Les Terres de l'Ebre tenen una molt bona imatge perquè disposa de dos parcs naturals, el Delta de l'Ebre i els Ports, l'últim certificat que ha adquirit (reserva de la biosfera) fa que és valorin més els recursos i que part dels ajuntaments hi hagi un control de manteniment. En aquesta zona interessa un turisme de qualitat i familiar, per això els ingressos seran superiors a altres tipus de turisme. Per últim de les fortaleeses tenim el territori on trobem una bona distribució dels establiments turístics i que estan adaptats al territori.

Per contra tenim les debilitats; tot i haver recursos turístics falta innovar en productes per poder aprofitar aquest recursos al màxim. També està poc desenvolupat el tema de promoció turística, segons les administracions és l'estat qui ha de subvencionar per poder promocionar el territori tot i que hi ha maneres de promocionar gratuïtes (xarxes socials) i tampoc ho fan. Les empreses turístiques no inverteixen molts diners a causa de la situació econòmica actual. No hi ha gran oferta de acollida per a turisme de masses però tampoc interessa ja que busquem un turisme familiar i de qualitat. Falta professionalitat a les administracions ja que molts dels que es dediquen al turisme no saben gestionar bé la manera de promocionar o crear productes turístics apart de no saber més de dos llengües (que dificulta la comunicació internacional). S'hauria de crear fulletons unificats amb tots els municipis junts de les Terres de l'Ebre no només per municipis ja que la unió fa la força i junts es pot augmentar el turisme.

Les oportunitats més clares que se presenten es l'obertura al turisme internacional i el port de Sant Carles de la Ràpita que serà port de parada de creuers.

En canvi les amenaces més pròximes són destinacions molt madures que estan a 70 km (Salou i Cambrils) i que la poca competitivitat amb empreses del sector no fa que la destinació es desenvolupi.

Pel tipus d'empresa que és crearà ens centrarem més en una part del territori tot i que la resta serà utilitzat per activitats de l'empresa complementàries (excursions, tours, circuits). L'animació turística és centra amb establiments com càmpings i hotels de més de dos estrelles, el principal potencial turístic es localitza a la costa (platges, llacunes, basses, etc) per això ens interessarà treballar amb establiments que estiguin a prop d'aquest recursos perquè el número de establiments amb les característiques que busquem és més elevat. S'han escollit els municipis que bordegen la costa i d'aquests s'han escollit tots els hotels amb més de dos estrelles i tots els càmpings. Com hem dit anteriorment ens interessen hotels de tres i quatre estrelles i tots els càmpings

Els municipis on volem treballar són l'Atmella, el Perelló, l'Ampolla, Deltebre, Sant Jaume d'Enveja, Sant Carles de la Ràpita. A continuació a la taula 2.1 hi ha l'anàlisi del mercat dels següents municipis amb tots els establiments hotelers i càmpings i marcats amb vermell són els establiments que ens interessen per tenir un contracte amb la nova empresa.

Taula 2.1 Anàlisi de mercat dels allotjaments turístics

MUNICIPIIS	HOTELS	CÀMPINGS
Ametlla de Mar	• Hotel Ametlla de Mar **** • Hotel Alguer	• Càmping Ametlla • Càmping Nàutic
Perelló	• Hotel Les Oliveres ****	
L'Ampolla	• Hotel Flamingo**** • Hotel Roig Resort*** • Hotel Roca Plana • Hotel Ampolla Sol*	• Càmping Ampolla Platja 2na
Deltebre	• Hotel Rull*** • Delta Hotel*** • Mas Prades • Casablanca	• Càmping l'Aube
Sant Jaume d'Enveja	• Hotel Mediterrani Blau • Hotel l'Algadir del Delta	• Càmping Eucaliptus
Sant Carles de la Ràpita	• Hotel Can Batiste*** • Hotel Plaça Vella** • Hotel la Ràpita**** • Hotel Miami Platja**** • Hotel Juanito* • Hotel del Port***	• Càmping els Alfacs

Font: Elaboració pròpia a partir de dades extretes dels Ajuntaments.

PLA D'EMPRESA

FEM LA FESTA S.L



EMPRENEDORS: Juan Jose Bertomeu

Geroni Bertomeu

Meritxell Bertomeu

5. Resum del projecte

Som una empresa d'animació turística anomenada "Fem la Festa S.L.". Aquest projecte té tres components dels quals tots tres aportaran 6.000€ per iniciar l'activitat, d'aquesta manera els tres propietaris tindran els mateixos drets i obligacions. Començarem amb un capital social de 18.000€ i un préstec de 30.000€ a un 8% a tornar a deu anys.

Es crea una empresa familiar (pare i els dos fills). El capital mínim invertit és de 3005.06€ ja que té una forma jurídica de S.L i aquest és el capital mínim. El local que utilitzarem per a l'explotació és propietat de la família.

Aquesta empresa és dedica a serveis d'hotels i càmpings, a esdeveniments particulars com podria ser comunions, enllaços, aniversaris, etc. La part innovadora que s'ha creat per a diferenciar-se de les empreses d'animació comuns és l'escola d'animació on s'impartiran classes per preparar professionals amb el sector.

Aquesta idea sorgeix a partir de que un component de l'empresa ha treballat en aquest sector i s'ha observat que hi ha molta demanda i poca competència on es vol crear l'empresa. Per això creiem que podem realitzar una inversió que ens pot arribar a sortir rentable.

L'empresa estarà situada a les Terres de l'Ebre al municipi de Deltebre que és un dels llocs més cèntrics de tots els municipis on ens interessa treballar i on habiten els components de l'empresa.

Fem la Festa S.L tindrà dos locals, un serà un magatzem per guardar material (propietat de la família) i l'altre on estarà situada la seu de la empresa on vendrem el nostre servei i donarem classes en un futur pròxim.

La idea de fer les classes ha sorgit per dos motius, el principal motiu es perquè sabem que tenim un turisme de temporada (estival) i per poder tenir ingressos durant tot l'any em de fer molts esdeveniments per a que ens surti rentable. Per a assegurar-nos que rebrem ingressos mensualment hem creat l'escola. L'altre motiu és que volem una animació de qualitat, que ens puguem diferencia de la resta per com treballem i no per quan fem pagar.

El primer any els animadors seran buscats i seleccionats per nosaltres però a partir del segon sorgiran de la nostra escola.

Al igual que l'escola el motiu de perquè farem esdeveniments és per que actualment ja estem realitzant aquest tipus d'activitats en aniversaris i comunions i ens estem expandint molt ràpidament pels municipis de les Terres de l'Ebre.

D'aquesta manera realitzarem tres serveis, animació en establiments turístics, animació en esdeveniments i l'escola d'animació, així ens assegurarem la clientela.

Com s'ha comentat anteriorment no existeix cap empresa d'animació turística a les Terres de l'Ebre però això no significa que no tinguem competència ja que entre Salou i Vila Seca n'hi ha tres que estan bastant consolidades. En un principi no són competència directa ja que aquestes empreses es dediquen a treballar a la costa daurada però si el turisme al Delta es desenvolupa molt aquestes empreses podrien arribar a expandir-se fins les nostres terres.

Tots tres components podrem alternar la feina de la nostra empresa amb una altra feina ja que en un principi no ens ocuparà tot el dia. Si comencem a créixer llavors ja dedicariem més hores a ella o llogariem més personal.

Aquest projecte va dirigit a tres tipus de clients, els gerents dels establiments turístics, els particulars que volen realitzar una festa i els alumnes que volen realitzar el curs d'animació turística.

Establiments hotelers: Aquest tipus de clients seran els que ens costarà més captar ja que amb la crisi actual molts establiments s'han vist afectats per això vendrem el nostre servei com un servei diferenciador i innovador a les Terres de l'Ebre que farà augmentar els ingressos de l'hotel o càmping a curt termini i sobretot fidelitzar la clientela que avui en dia és el més important.

Clients particulars: aquest tipus de clients són els que menys capital disposen a causa de la crisi econòmica actual, per això els preus que posarem per realitzar la nostra activitat no serà molt elevada. Sabem que l'animació es una activitat complementaria que els nostres futurs clients poden evitar (sense animació també es pot fer una festa) però les persones tendim a fer el que tothom fa per no ser menys que els altres i si per exemple fem un aniversari i els nens que estan invitats a la festa els agrada l'animació realitzada també voldran que a la seva festa hi hagin animadors. I d'aquesta manera és com volem expandir utilitzant sobretot el boca a boca i la bona feina.

Alumnes escola animació: la forma més fàcil de captar aquest clients serà fent promoció per xarxes socials i després realitzar reunions informatives on vendrem el nostre servei amb experiències viscudes d'altres animadors turístics.

En un principi el negoci començarà a les Terres de l'Ebre però si genera beneficis és possible que en uns dos o tres anys intentem obrir negoci als Pirineus.

6. Emprenedor

Com s'ha comentat anteriorment hi hauran tres emprenedors i serà una empresa familiar. Al següent apartat s'explicaran les dades personals i experiència professional dels promotors.

6.1 Experiència professional.

A les següents taules podem observar l'experiència professional, els ensenyaments i la formació de tots tres components de Fem la Festa S.L.

Taula 3. Experiència professional, ensenyaments i formació

NOM	EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL	ENSENYAMENTS	FORMACIÓ
Geroni Bertomeu	-2006-2009 Guixaire Oficial 1ª -2009-2011 C.T.E.T.E. Entrenador de piragüisme Realitzant treballs de tècnic al centre de tecnificació d'Amposta. -2009-2011 Monitor de lleure -2009-2012 Creu Roja. Socorrista	-2009-2013 Universitat Catòlica de València (UCV) -Grau (Llicenciatura) en Ciències de l'Activitat Física i de l'Esport (CAFE). -Magisteri de primària, especialitat Educació Física. -Diploma universitari en didàctica de la ensenyança religiosa escolar.	-Llengües: Català i Castellà (llengües maternes), angles (B1) -Assistent al IV Simposi Internacional de CC. de l'activitat física i l'esport. -Assistent al taller de "Parlar en Públic" a la UCV. -Títol de socorrista aquàtic. -Primers auxilis -Monitor poliesportiu.

Font: elaboració pròpia

NOM	EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL	ENSENYAMENTS	FORMACIÓ
Meritxell Bertomeu	-Quatre temporades d'estiu consecutives (2010-2013) d'animadora turística a l'Hotel Augustus (Salou). Segona responsable d'un equip de vuit animadors -275 hores de pràctiques (Recepció)de la Universitat Rovira i Virgili (2013) a l'Hotel Rull. -Temporades de Halloween (2010 – 2011) d'animadora al Parc temàtic de Port Aventura. -Temporada d'estiu (2009) administrativa de l'Ajuntament de Deltebre. -4 mesos d'Erasmus pràctiques a França (2014) a l'Office du Tourisme de Font Romeu .	-2010 a 2014. Graduada en Turisme a La universitat Rovira i Virgili de Vila Seca (Tarragona). -2009 à 2010. Cicle formatiu de grau superior d'animació turística a l'escola d'hoteleria i turisme de Cambrils (Tarragona).	-<i>Llengües</i>: Català i Castellà (llengües maternes), angles (B1) i francès (B2). - Curs de guia turístic

Font: elaboració pròpia

NOM	EXPERIÈNCIA PROFESSIONAL	ENSENYAMENTS	FORMACIÓ
Juan Jose Bertomeu	-1974 – 1975 Nuclear Ascó -1975-1977 Dragados. Projectes especials per a l'AP7. -1979-1978 Construcció. -1982-1988 Alcalà telecomunicacions S.L. Encarregat general telecomunicacions. -1989-1990 Montreal telecomunicacions S.L. Encarregat general. -1991-2003 Telempal telecomunicacions S.L. Encarregat general. -2003-2010. Telca telecomunicacions S.L. encarregat general.	- COU. Escola Sant Miquel de Deltebre	- Treballs verticals - Cursos de Seguretat e higiene al treball

Font: Elaboració pròpia.

6.2 Constitució de l'empresa

Hem creat una Societat Limitada ja que ens interessava que les participacions de l'empresa estiguessin dividides per iguals, que poguéssim aportar patrimoni i no capital per a la seva creació i perquè el preu de la seva creació és molt menor que la d'una Societat Anònima.

Per fer una Societat Limitada necessites un capital mínim de 3005.06€, al moment de la seva creació tenim que anar a un notari per a que ens certifiqui conforme em pagat a una entitat de crèdit aquesta quantitat.

La documentació necessària per crear l'empresa la podem trobar per Internet d'una forma molt fàcil i visible, nosaltres l'hem extret de la pàgina web: www.crearcat.com i al portal de la generalitat de Catalunya.

El pressupost per la creació de l'empresa és el següent:

Taula 4. Pressupost Constitució de l' Empresa

PRESSUPOST DE COSTOS DE CONSTITUCIÓ	COST
Inscripció al Registre Mercantil	260€
Legalització llibres	51€
Alta Activitat (model 036)	2.05€
Llibre de visites	6€
Registre de nom comercial	119.28€
Estatuts i escriptura de la constitució	300€
TOTAL	738.33€

Font : Elaboració pròpia a partir de dades extretes de la Generalitat de Catalunya.

6.3 Situació amb el territori.

Per saber si hi ha la necessitat al nostre entorn d'una empresa d'animació em escollit una area mitjanament gran on hi han bastants establiments turístics per poder desenvolupar l'activitat. També em mirat que sigui un lloc turístic en creixement i sense competència per poder així absorbir tot el mercat.

L'oficina ha de ser molt gran però en canvi ha de tenir una molt bona localització per poder promocionar el nostre servei. La situarem a prop del col·legi de primària i del supermercat més gran del poble (Mercadona) on hi ha més trànsit de persones.

Aquest negoci pot ser molt rentable a curt termini si és té un gran coneixement del sector que et permeti respondre a les demandes i als problemes que poden sorgir. Per això després de l'experiència i els estudis necessaris creiem que podem tenir molt d'èxit dins al sector.

A part d'això la nostra situació estratègica, la dimensió del terreny, que ja em realitzat aniversaris i ja tenim uns clients fixes, proximitat a establiments, etc, fa que aquest projecte sigui factible i que a curt temps ens sigui rentable.

Per poder fidelitzar la clientela el que tenim que fer és fer que els nostres clients tinguin un agradable record del moment viscut amb nosaltres i que sempre ho recordi com un dia inoblidable.

6.3.1 La competència

Es molt important saber quina és la nostra competència ja sigui per fixar preus, diferenciar-nos amb els serveis i adquirir coneixements d'elles. Podem arribar a trobar tres tipus de competència, les empreses que ofereixen el mateix servei que nosaltres o paregut, particulars que s'ofereixen per fer alguns serveis com per exemple aniversaris sense tenir cap empresa i per últim hotels o càmpings que contracten per la seva part als animadors.

6.3.2 On localitzem la competència i en que ens diferenciem

A les Terres de l'Ebre trobem dos empreses d'animació sociocultural. Tot i no ser empreses d'animació turística són igual una competència ja que realitzen altres animacions com enllaços, aniversaris, etc.

Les empreses són les següents:

- **FESTA I FIESTA:** és una empresa situada a Tortosa, els serveix que ofereix són els següents:
 - Discoteca mòbil amb cançons de totes les èpoques
 - Inflables de diverses mides i per a totes les edats
 - Karaoke i equips de so
 - Pallassos
 - Espectacles musicals

Com podem observar no significa una gran competència per a nosaltres ja que no té un gran assortit de serveis l'únic que destaca és que ofereixen inflables i karaoke que nosaltres en un principi no ho oferirem.

- **GRUPO MAESTRAT CARPAS ESPECTACULOS Y EVENTOS SL :** situada a Amposta, en un principi aquesta empresa és la que més ens preocupa ja que està situada més a prop de la nostra i és més gran ja que té dos seus; una situada a Amposta i l'altra a Vinaros (Castelló). Aquesta empresa és dedica sobretot a muntatge d'esdeveniments com ara concerts, festes locals, enllaços, etc. Ells se'n encarreguen de contractar espectacles però en cap moment forment part de la seva plantilla. Aquesta empresa podria ser interessant arribar a un acord per poder realitzar activitats complementaries. Els serveis principals que ofereix són els següents:
 - Contractació d'artistes

- Contractació d'orquestres
- Contractació de tot tipus d'espectacles
- Lloguer i muntatge de carpes
- Lloguer i muntatge de cobertes de escenari
- Lloguer i muntatge d'escenaris Layher i tanques anti allau
- Lloguer i muntatge de graderies
- Lloguer i muntatge de carpes de Paintball inflables
- Lloguer d'equips de climatització
- Lloguer de grups electrògens
- Lloguer d'equips de so i il·luminació
- Organització d'actes
- Organització de festes
- Muntatge d'escenaris
- Mobiliari propi, TOT paletitzat
- Disco mòbils
- Parcs infantils
- Sanitaris portàtils (químics i de luxe)
- Decoració per tota classe d'esdeveniments i celebracions
- Vestimenta per a mobiliari
- Menjars populars

Després d'haver observat la competència més pròxima que tenim com a conclusió podem dir que no hi ha cap empresa que ofereixi el mateix servei que el nostre per això pensem que podem arribar a tenir molt d'èxit però primer tenim molta feina per davant donant a conèixer el nostre servei i la seva necessitat als clients.

7. Anàlisi del mercat

Per fer un estudi de mercat és necessari fer-nos unes quantes preguntes com ara quins són els nostres objectius?, Quina metodologia utilitzarem?, quina serà la nostra oferta?, i la demanda? Aquestes i altres preguntes seran solucionades al llarg d'aquest punt.

7.1 Identificació del mercat i la seva segmentació

Els consumidors dels nostre servei van dirigits a totes les edats, des de els més petits a persones de la tercera edat. Tot i això els serveis estan diferenciats per a les diferents edats. Hi haurà una divisió del mercat entre persones adultes, joves i nens.

La segmentació és un procés que consisteix en dividir el mercat i per a fer això tenim que conèixer molt be els nostres consumidors. Si fem una bona segmentació podrem precisar millor alhora de fer el màrqueting.

Dividirem el nostre mercat en dos tipus de segmentació:

- Segmentació geogràfica: establiments situats a diferents municipis. Cada municipi serà un segment ja que l'animació serà diferent a cadascun d'ells.
- Segmentació demogràfica: Aquest tipus de segmentació anirà dirigida a clients particulars i farem tres grups: animació infantil, animació juvenil i animació adults.

El nostre potencial està dirigit a establiments turístics, restaurants, banquets, zones d'oci, etc, on els clients ens aportaran les instal·lacions i el preu del nostre servei serà més elevat aportant-nos futura clientela.

7.2 Els objectius globals de màrqueting

Aquest objectius els definirem a partir de les ventes mensuals. Multiplicant el preu del nostre servei pel nº de serveis realitzats al mes obtindrem els ingressos bruts. Al principi serà una empresa que és compaginarà amb altres feines i que al estar en un procés de introducció i creixement els ingressos no seran molt elevats. Obtenint 600€ mensuals per component de l'empresa ja estarem més que satisfets. Pensant que dos dels components pels seus estudis i la seva edat també poden realitzar la feina d'animador i rebre ingressos per part de l'empresa com animador.

Per aconseguir aquest beneficis oferirem als clients ofertes i promocions. Tindrem un tracte directe amb el client per així obtenir un vincle diferent i aconseguir que els clients parlin bé de nosaltres utilitzant la millor forma de promocionar-nos el boca a boca. Pensem que és la millor forma de fer-ho ja que al ser municipis petits la població té bastant de contacte entre si i les informacions s'escampen molt ràpid.

També és imprescindible tenir molts de contactes amb restaurants on és realitzen esdeveniments, zones d'oci, hotels, càmpings, etc.

Per últim estarem anunciats a les xarxes socials, ràdios, assistirem a fires i ens anunciarem en zones comercials amb cartells inclús podem crear fulletons per als col·legis que seran repartits per la mascota de l'empresa (disfressa en forma de mascota).

La principal desavantatge en aquest sector és que no pots entrar si no el coneixes molt bé. Els contactes és una part molt important al sector i és una part que podem aconseguir fàcilment ja que al ser municipis petits tothom és coneix.

És un sector rentable ja que no necessita molta infraestructura i inversió econòmica però en canvi també es molt esclau i sense horaris. Es pot estar un mes sense tenir molta feina i de repent arribar una temporada de molta feina on tinguem de treballar de dilluns a diumenge. Per això la nostra empresa realitzarà promocions en èpoques de poc treball i com em dit anteriorment cursos d'animació.

7.2.1 Pressupost de màrqueting

A continuació explicarem el que ens costarà fer promoció de la nostra empresa:

- Anuncis amb fulletons: 4 cèntims la copia i farem un total de 4000 copies que les repartirem per col·legis, associacions, etc... ens sortirà per 160€.
- Anuncis a la radio: - Flaix Fm per 29,58€ al dia de dilluns a divendres, Cadena Dial 20,40 de dilluns a divendres i a els quaranta principals per 21,42. Aquesta publicitat la farem durant els mesos de abril i maig que són els que hi ha més activitat.

9 setmanes a 71.4€ = **642.6 €** amb publicitat a la radio.

- Pàgina web: actualment gratuït.

8. Disseny de l'oferta

Al disseny de l'oferta parlarem sobre com serà la nostra empresa en vers a la seva dimensió, localització el seu organigrama i la gestió de recursos humans.

8.1 La dimensió de l'empresa

La dimensió de l'empresa per volum de ventes hem fet una estimació que seria d'uns 40.000€ .

Per poder satisfer correctament els nostres clients hauríem de tenir mínim de tres animadors per cada hotel de tres estrelles i de tres fins a sis animadors en hotels de quatre estrelles i càmpings (en temporada forta). Tot i això la contractació de personal dependrà del número de contractes que tinguem amb els establiments hotelers i la demanda d'esdeveniments.

Els mateixos animadors dels hotels o càmpings seran els que realitzaran esdeveniments infantils com aniversaris, comunions, festes de fi de curs, etc.

Apart tindrem un numero d'animadors com ara mags, músics, còmics, ballarins, etc., que farem d'intermediaris. No estaran contractats per l'empresa sinó que contactarem amb ells i els oferirem el treball quedant-se l'empresa un 20% del seu ingrés.

Així que la dimensió de l'empresa variarà segons el nº d'establiments turístics on donem el nostre servei. El que si és segur és que serà una PYME.

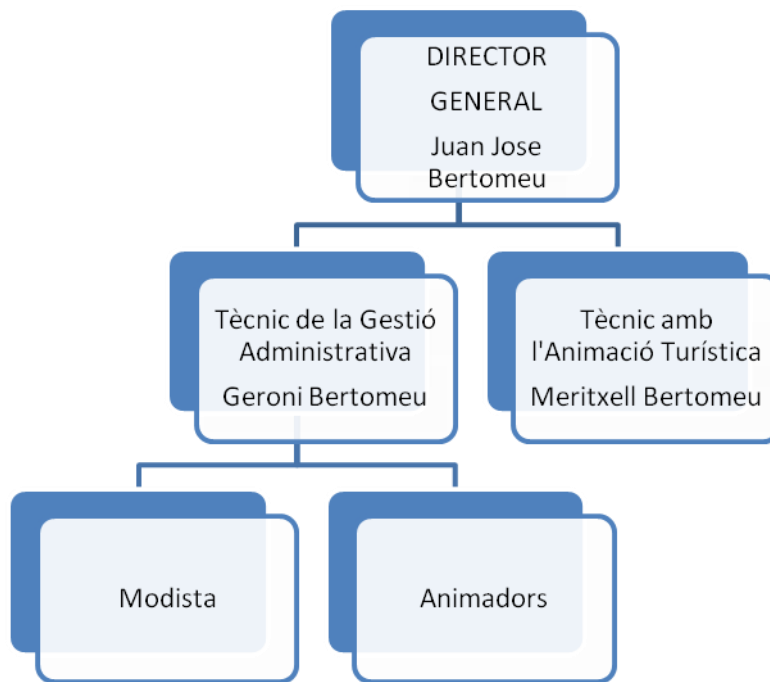
Més avant explicarem el preu del servei i el número de personal previst.

8.2 Localització de l'empresa

L'elecció d'aquests locals és perquè tots dos locals són propietat de la família només un tindria que adaptar-se amb unes petites reformes per poder fer l'escola.

8.3 Organigrama

30



El personal que treballarà a l'empresa serem els tres components més els animadors i eventualment una modista. En funció de la nostra experiència i coneixements ens repartirem la feina que s'ha de fer.

L'empresa segueix un model d'organització vertical on estarà el director al capdamunt que és qui més capital ha aportat, el tècnic en la gestió administrativa i el tècnic de la gestió de l'animació.

Segon les dades extretes del llibre P. ROBBINS, STEPHEN (2004). *"Comportamiento Organizacional". Bases en la estructura de la organización*. Vol 1, pàg. 425-481. México. Pearson

Hi ha molts de tipus d'organitzacions a una empresa però les més comuns són l'organització vertical que és defineix com la Jerarquia el principi inspirador de l'estructuració en vertical i significa la necessitat de crear diferents nivells ordenats on es desenvolupi el principi d'Autoritat: Poder legal o legítim que dóna dret a manar o actuar sobre un grup de persones i l'organització horitzontal on el principi inspirador és el principi de divisió del treball. Aquest principi es basa en la regla clàssica que perquè una comunitat prosperi és necessari un repartiment de tasques entre els membres que la componen. En l'activitat econòmic - empresarial aquesta divisió permet incrementar el volum de producció i alhora augmentar la qualitat dels resultats, amb la divisió del treball es redueix l'esforç, per la qual cosa augment controlat de la mateixa produirà més amb menys recursos, la qual cosa es tradueix amb un increment de l'eficiència de l'organització de l'empresa.

Principalment la feina del **Director** serà la següent:

La seva feina serà de representant i negociador amb els diferents establiments turístics, per la seva edat i per la seva experiència en càrrecs similars creiem que és la persona més adequada per fer aquest tipus de feina. També serà qui realitzarà la distribució d'animadors i muntarà les infraestructures dels esdeveniments (carpes, so, escenaris...) .

La feina a realitzar per part del Tècnic de la Gestió Administrativa:

- Gestió de les nòmines: realització de les nòmines, recompte d'hores treballades, control de vacances, liquidacions...
- Gestions amb Hisenda Pública: IRPF i pagos pel personal.

- Gestions de la Seguretat Social: Assegurança de l'empresa, altes i baixes dels animadors, partes en accidents de treball, etc.
- Control Intern: Tots els permisos i llicències dels treballadors.
- Esdeveniments esportius: al tenir el títol i la carrera amb especialitat de l'esport tot aquell esdeveniment esportiu que pugui sorgir ell serà l'encarregat de organitzar-lo i dirigir-lo .
- I per últim està la feina del Tècnic amb la Gestió de l'animació:
- Recerca de clients: particulars, administracions, establiments, etc.
- Contacte amb el client: amb l'assessorament i venda directa.
- Creació de noves línies de negoci: ja siguin a nous espectacles, esdeveniments, balls o serveis diferents.
- Gestió de promoció: xarxes socials, mascota, radio, fulletons, etc.
- Conèixer les necessitats del client: conèixer molt bé el client i les seves necessitats canviants.
- Observar els passos de la competència: està sempre pendent del que fa la competència per si alguna cosa ens pot interessar o per veure quins són els seus errors per poder millorar-ho.
- Professora de l'escola d'animació: per la seva experiència és la persona indicada per realitzar aquesta tasca.
- Gestió de recursos humans: definició dels llocs de treball de cada animador, recerca de personal, selecció de personal, etc

8.4 Gestió de recursos humans

La selecció de personal de la nostra empresa és realitzarà d'acord amb els següents requisits:

Intentarem que els treballadors siguin de les Terres de l'Ebre, d'aquesta manera involucrarem millor la nostra cultura a l'establiment. Normalment el client li agrada tenir relacions socials amb gent de la zona per així comprendre millor la seva cultura. També podran resoldre millor qualsevol dubte que el client tingui de la zona.

Per un altra part també tindran preferència els alumnes que hagin realitzat el curs d'animació.

El perfil de les característiques professionals i personals dels nostres futurs treballadors és el següent:

- Persones capacitades per treballar amb grup
- Organitzades
- Esportistes per poder controlar tot tipus d'activitat
- Tenir autoritat
- Don de gens

- Carismàtics
- Tenir paciència
- Ser madurs
- Nocions de ball
- Energètics
- Molt responsables
- Molt educats
- Amb capacitat de desenvolupar-se verbalment amb els clients.
- Que tinguin la capacitat de riures d'ells mateixos.
- Sense sentit de la vergonya

8.5 Anàlisi dels clients

Volem realitzar com em dit anteriorment un tracte personalitzat amb el client per així motivar-lo amb la nostra explicació per a comprar el servei. La nostra professionalitat és podrà mostrar per petits detalls al moment d'organitzar qualsevol esdeveniment.

Tindrem una gran cartera de clients dels quals els hem distingit en diferents grups:

Institucions públiques: festes a col·legis, ajuntaments, residències de la tercera edat, esdeveniments esportius, etc.

Particulars: qualsevol persona que vulgui compra el nostre servei ho podrà fer ja sigui per a enllaços, aniversaris, etc.

Hotels i càmpings: per a tot els establiments turístics de la zona disposarem de una plantilla ja sigui per a moments casuais o per a temporades d'estiu.

Empreses: també podrem fer animacions en sopars d'empresa, animacions a fires, etc. Ens adaptarem a cada tipus d'empresa per satisfer la seva necessitat.

Els nostres serveis sempre s'adaptaran al tipus de client que tindrem ja que no és el mateix l'animació infantil que una animació per a una empresa.

9. Proveïdors

Tindrem una cartera bastant gran de proveïdors ja que per a realitzar depèn de quin esdeveniment serà necessari la contractació de musics, mags, ballarins, etc. Sempre hem d'oferir el que el client necessita al preu que sigui, en algunes ocasions si no tenim el servei que vol, parlant podem arribar a un acord per substituir-lo per un altre que si tenim però hi hauran vegades que no serà així i serem els intermediadors entre l'empresa contractada i el client. Hem creat una taula on queden tots els nostres proveïdors més visualitzats per poder contactar amb ells més fàcilment. A part dels proveïdors dels espectacles també

tindrem altres proveïdors per al material d'oficina, neteja, mobiliari, lloguer de vehicles, equips de sonorització, EPI, equips informàtics, tèxtils, material per a l'animació, etc.

Intentarem tenir conveni en empreses que ens facin bones ofertes, que estiguin a prop de l'empresa (per potenciar l'economia del municipi), que ens faciliten la forma de pagar, que disposen d'un servei d'entrega ràpid i que tot el que comprem per Internet no ens cobrin ports.

A continuació exposarem els principals proveïdors:

- Contractació de mags, ballarins, pallassos, orquestres, duo, etc. Em escollit aquesta empresa ja que hem pogut veure tots els espectacles que realitza a causa de que també treballen a l'hotel Augustus on treballa una component de l'empresa. Els professionals que treballen fan molt bé la seva feina i no deixen indiferents als clients.

Nexus Música

Castell de Tona, 21 baixos.
43850 Vilafortuny - Cambrils (Tarragona)
e-mail: info@nexusmusica.com
Telèfon: 977-25-43-33

- Compra de disfresses, maquillatge i altres necessitats per posar en escena. Em escollit aquesta empresa perquè pots realitzar les demandes per Internet i a prop de les Terres de l'Ebre no hi ha cap empresa que estigui tant especialitzada ni tingui preus tant competitius. Realitza els seus envios en 24 hores. A continuació podem observar com contactar amb ells i el pressupost que ens costarà fer la primera demanda.

La Casa de los Disfraces, S.L.U.

Telèfons 955.138.412 - 955.752.205
Mòbil 633.475.053
info@lacasadelosdisfraces.es

Taula 5 Pressupost La Casa de los Disfraces

Nom de la disfressa	Quantitat	Preu
Marieta amb ales	2	27€
Pirata dona	2	27€
Mini	3	21€
Spiderman dona	1	11.95€
Pallassa	3	53.7€
Pirata home	2	28€
Spiderman home	1	17.95€
Maquillatge a l'aigua	24	118.8€
Sponges	10	10€

Pinzells	3	15€
TOTAL		330.4€

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la pàg web. la Casa de los disfraces.

- El mobiliari que necessitem per a muntar l'escola i l'oficina l'adquirirem a l'Ikea ja que tenen preus molt competitius i normalment són dissenys moderns i alegres. Em pensat amb fer el disseny en mobles de color blanc per pintar les parets en colors vius. A continuació el contacte amb l'empresa i la taula de pressupost:

IKEA

Carrer Ciencias, 100
L' Hospitalet de Llobregat, Barcelona, Espanya
902 40 09 22

Taula 5.1 Pressupost IKEA

Mobiliari	Quantitat	Preu
Escriptori	2	208€
Taula petita	1	24.99€
Lleixes	6	89.94€
Cadires	6	59.94€
Sillons escriptori	2	120€
Sofàs	2	360€
Total		862.87€

Font: Elaboració pròpia a partir de dades de la pàg. web IKEA

Els equips informàtics i EPI ho adquirirem a l'empresa d'un amic d'un dels components de Fem la Festa ja que ens deixa preus molt atractius i és molt bo dins al seu sector.

CODI BINARI

Aube S/N Deltebre, Deltebre 43580

e-mail codibinari@codibinari.net

Telèfon: 686154670

Taula 5.2 Pressupost Codi binari.

Article	Preu
2 Ordenadors portàtils Acer	1200€
Impressora HP	350€
Total	1550€

Font: Elaboració pròpia.

Tot el material d'oficina serà comprat a la llibreria que hi ha al costat de l'oficina ja que és la que disposa de millors preus del municipi i facilita els pagaments. A continuació el primer pressupost amb la botiga.

BLOC CENTRE

Carrer de San Miguel

97, 43580 Deltebre Catalunya

Telèfon: 977481470

Taula 5.3 Pressupost bloc centre

PRODUCTE	FORMAT	PREU	UNITATS ANUALS	TOTAL
BOLIGRAFS BIC	Individual	0,31	15	4,65
Llapis	Individual	0,2	10	2
Goma	Individual	0,22	5	1,1
Rodoladors	Pack 12	3,3	2	6,6
Subralladors	Pack 3	0,71	2	1,42
Clips	Pack 100	0,44	2	0,88
Xinxetes	pack 100	0,89	3	2,67
Cartolines	Individual	0,43	30	12,9
Grapadora	Individual	3,29	2	6,58
Pegament Pritt	Individual	1,81	3	5,43
Tisores	Individual	0,8	2	1,6
Carpetes	Individual	0,59	20	11,8
Celo	Individual	0,42	5	2,1

Corrector	Individual	1,6	2	3,2
Folis A3	pack 500	5,95	1	5,95
Folis A4	pack 500	2,05	6	12,3
Notes adhesives	Individual	1,18	3	3,54
TOTAL				84,72

Font: Elaboració pròpia.

- Els teixits per confeccionar disfresses i altres complements necessaris per a l'empresa seran comprats a Barcelona a una botiga on actualment la modista de l'empresa té conveni. Els preus són molt assequibles, l'envio és ràpid i hi ha facilitats de pagaren quotes.

TEIXITS DONNA

Roger de Llúria 6 Barcelona, 08010

Districte: Eixample - Barri: Dreta Eixample

Telèfon: 934 121 564

- Potser algun cop no tenim suficient espai als nostres vehicles per a transportar tot el material necessari per realitzar algun esdeveniment. Si mai tenim aquest problema disposarem d'una empresa de rènting de vehicles on majoritàriament alquilarem furgonetes.

Tot Maquinària

Carrer Banys, nº 7 - Reus

TARRAGONA - 43203

Telèfon: 977 503 782

- Els equips de so i la il·luminació ho comprarem tot per Internet ja que hi ha una pàgina web que fa preus molt bons i té molt bona valoració per part d'altres clients. Et donen tot tipus de facilitats alhora d'entregar el producte i per realitzar els pagaments.

ELECTRONIC-STAR

service@electronic-star.es

Telèfon: 91 0059021

Taula 5.4 Pressupost Electronic Star

PRODUCTE	CARACTERISTIQUES	PREU
Equip de musica	1 equip de musica + 2 altaveus + micròfon	164,99
il·luminació	Showtec Compact Lightset	293
total		457,99

Font: Elaboració pròpia a partir de la pàg. web Electronic Star.

- El productes de neteja i altres productes que podem arribar a necessitar seran comprats als supermercats de Deltebre.

Com es pot observar hi ha empreses que no em posat el pressupost com per exemple Nexus , amb aquesta empresa hi hauran demandes però amb beneficis ja que fem d'intermediaris. Altres empreses com Textils Donna tampoc em posat el pressupost perquè fins que no tindrem les primeres demandes de disfresses o decorats no podem posar el pressupost.

10. El nostre servei.

En aquest punt explicarem tots els serveis que l'empresa oferirà als seus clients ja siguin particulars o empreses. Som una empresa especialitzada en organitzar esdeveniments i programes d'animació per a establiments turístics. El nostre objectiu és dissenyar la festa personalitzada al client per a que sigui única. Tenim una gran oferta i varietat de productes a oferir i a continuació els descriurem:

10.1. Organització d'esdeveniments.

A partir de la demanda d'un client organitzem i planifiquem el seu projecte a la seva mesura sense cap compromís i amb tota la nostra experiència fem que les seves necessitats es solucionen de la manera més satisfactòria.

Contem amb molts recursos tècnics i humans per satisfer les seves demandes ja siguin animadors, mags, músics, dj, ballarins, conta contes, monologuistes, guies, pallassos, etc.

10.1.1 Animació para enllaços.

Un dels dies més importants al llarg de la nostra vida ha d'anar acompanyat de molta festa per fer que sigui un record únic per a tots els participants de l'enllaç. Per això disposem d'una gran oferta de serveis per a aquest dia tant especial com per exemple animadors – cambrers que donen sorpreses durant l'esdeveniment, músics per animar la festa, ballarins per crear espectacle després i/o durant l'esdeveniment, tot tipus d'animació infantil per tenir entretinguts als infants, flashmobs inesperats

durant l'enllaç, i sobretot fer que tots els invitats participin a la festa que és el que busquem la participació directa de tots els invitats.

10.1.2 Animació per esdeveniments d'empresa.

Avui en dia es posa molt de valor amb que hi hagi molt bon ambient de treball en una empresa i com no nosaltres posem tot el nostre empeny per a que sigui possible. Fer un dinar o sopa d'empresa i que acabi amb un bon monòleg dels millors còmics de les Terres de l'Ebre, fer jocs d'integració per a que els treballadors de l'empresa es relacionen i interactuen entre ells, realitzar excursions culturals amb els millors guies o simplement fer gimcanes per a que participin els treballadors acompanyats de les seves famílies. Tot això fa que es formi un molt bon ambient entre treballadors i que es vegi recompensat amb un augment de la productivitat a l'empresa.

10.1.3 Animació en comerços i mercats.

Per que no fer una inauguració d'una botiga diferent? Contractar una mascota per a que estigui per davant la botiga i tots els nens que passin per davant se'ls faci irresistible entra dins a veure que passa allí o contractar pallassos que facin globoflexia.

També és possible en èpoques com Nadals, Reigs Mags, Carnaval... contractar un animador que faci jocs o sorteigs amb les persones que passin per davant la botiga per així cridar la seva atenció i fer que entrin i comprin. Amb una combinació de animació i màrqueting obtindràs els objectius desitjats.

10.2. Activitats esportives

Estem situats a un lloc inèdit per poder realitzar activitats esportives ja sigui pel seu paisatge com per l'aire pur que és respira. Hi ha moltes organitzacions que eventualment creen actes esportius com per exemple col·legis, ajuntaments o associacions. Nosaltres posem als professionals per guiar i organitzar aquestes activitats com podrien ser per exemple aeròbic a la platja, aquagym, zumba, capoira, voleibol, caminades, campaments, gimcanes, etc.

Aprofitant que estem al Delta de l'Ebre també farem de guies, per satisfer les necessitats del turista podem fer de guia amb bicicleta, caminant o amb cotxe (cotxe del turista). Mostrant-los els paratges més inèdits de les nostres terres.

10. 3. Animacions Infantils

Amb aquest tipus d'esdeveniments la diversió està assegurada per a tota la família però va dirigida sobretot per als més petits. Aquest tipus d'animacions es faran en aniversaris, comunions, enllaços, finals escolars, festes com carnaval, etc. Disposarem d'una plantilla d'animadors que faran que aquest dia sigui molt especial. Es realitzaran mini discos, globoflexia, pinta cares, jocs tradicionals, manualitats, conta contes, pallassos entre altres.

Cada festa serà un repte per a nosaltres per a innovar de la millor manera que sabem portant la mascota de l'empresa i animadors disfressats dels personatges més populars de la televisió. Adaptarem cada festa segons les edats dels nens.

10.4. Animació a establiments turístics

Per a aquest sector fem programes d'animació i també podem realitzar animacions puntuals segons la demanda de l'establiment.

Saber diferenciar-se de la resta és molt important per això nosaltres tenim la innovació que l'hotel o càmping necessita.

Tenim grans professionals preparats per a fer gaudir a tots els turistes amb les millors animacions. La comunicació i la diversió és el més important.

11. Política de Preus

El que busquem alhora de fixar un preu pels nostres serveis és aconseguir la màxima satisfacció del client i de l'empresa. El preu sol no ven el servei, necessita altres instruments per aconseguir que sigui més atractiu, desitjat i finalment comprat. L'elecció del preu és un instrument d'una gran importància a l'empresa ja que determinarà el nivell d'ingressos i la rendibilitat de la mateixa. La nostra política de distribució serà de comercialització pròpia així que controlarem els costos excepte en shows que no disposem que haurem de contractar-los a través de Nexus on el preu serà fixat per l'altra empresa i nosaltres necessitarem posar un marge per guanyar algun %.

11.1. Preu del servei en establiments turístics

Per fer un servei de recerca, selecció i entrega d'animadors cobrarem una comissió de 100 euros per animador i per mes. Depenent del número d'animadors que vulgui l'establiment turístic podrem fer un preu més ajustat en forma de pack, per exemple 5 animadors per 400 euros al mes. Aquest pack s'hauria de negociar amb la direcció de l'establiment. Cobraríem per fer un servei d'intermediació, l'animador formarà part de la plantilla de l'establiment i estarà sota la seva direcció.

L'altra manera de fer-ho que és la més rendible per nosaltres i a la vegada més factible per a l'establiment que ens contracta seria d'externalitzar el servei d'animació a la nostra empresa. Llavors, nosaltres som qui paguem la nomina a l'animador i ens encarreguem de fer els programes d'animació, shows, la direcció i la disciplina dels animadors. Si hi ha algun problema amb l'animador o no encaixa amb l'hotel o càmping on treballa nosaltres tindrem la responsabilitat de canviar-lo d'establiment per afavorir a ambos. Si hi ha algun animador que necessita agafar la baixa nosaltres serem els encarregats de substituir-lo per un altre animador immediatament.

Aquest tipus de contractes no són tant rendibles com l'anterior per l'empresari de l'establiment però al moment que és fa aquest contracte la direcció de l'establiment deixa de preocupar-se d'aquest servei ja que no està al seu càrrec sinó al càrrec de Fem la Festa i la responsabilitat és tota nostra.

Els salaris que rebran els animadors estaran fixats pel conveni. També donarem als animadors allotjament i manutenció (l'allotjament i manutenció ho paga l'establiment turístic).

Fem la Festa S.L també començarà pagant (700 € nets). Apart d'aquests 700 euros haurem de pagar la seguretat social que és un 30% del salari net i la part de benefici que ens emportarem serà també d'un 30% així que els establiments turístics per un animador hauran de pagar:

- 700 € nets + 30% de S.S + 30% de benefici per a l'empresa.
- $700€ + 210€ + 210€ = 1120€$ per un animador.
- $950€ + 285€ + 285€ = 1520€$ per un cap d'animació.

11. 2. Preus d'esdeveniments, festes i celebracions

Animadors: els animadors que utilitzarem per realitzar esdeveniments seran els que disposarem a la nostra plantilla i els pagarem a 15€ l'hora ja que ells ja rebran apart el seu salari mensual i això serà com un extra. En canvi, nosaltres cobrarem el doble per animador més els costos directes (sonorització, il·luminació...) i indirectes (maquillatge, vestuari, globus, transport).

Per exemple si ens contracten per fer una comunió tres hores amb dos animadors el preu de l'esdeveniment quedaria de la següent manera:

- 30€ per animador i hora. $3h * 60€$ per dos animadors hora = 180€
- També s'han de sumar els costos directes d'extres que vulguin els pares del nen de la comunió com per exemple extra per pinta cares, globoflèxia, conta comptes, etc.

Si volen contractar globoflèxia i pinta cares el preu quedaria de la següent manera:

- 180€ animadors + 50€ globoflèxia + 5€ per nen maquillatge (15 nens)
- $180€ + 50€ + 75€ = 305€$ + costos indirectes de transport i desgast de material 40€
- Total comunió= **345€**

11.3 Catàleg de preus del nostre servei

A la taula 6. exposarem el catàleg de preus que disposem dels nostres serveis. El preu que mostrem és el que pagaran els nostres clients. Hem de tenir present que nosaltres sempre ens quedarem el 50% de beneficis menys en shows de l'empresa Nexus que ens quedarem un 20% de benefici ja que fem d'intermediació.

Taula 6. El servei directe que disposem.

Tipus de servei	Preu	Duració
Animador	30 €	1 hora
Pallasso	250€	1hora 30 min
Globoflèxia	50 €	1hora i depenent quantitat de nens
Mags	100€	45 min
Monologuistes	100€	1 hora
Mascota	50€	30 min
Pinta cares	5€ nen	Depenent nº de nens
Monitors de Fitness	30€	1 hora
Dj	150 € + 50€	1 hora + cada hora afegida 50€

Font: Elaboració pròpia.

Taula 6.1 Catàleg de preus Nexus

D'aquest preus que exposem a continuació la nostra empresa és queda un 20% del marge del preu total.

Tipus de servei	Preu	Duració
Circ	Mínim 4 treballadors 300€	1 hora
Espectacles temàtics de ball	Mínim 4 treballadors 250€	50 min
Hipnosis	250€	50 min
Músics	Mínim 2 treballadors 400€	2hores 30 min
Orquestra	Mínim 2 treballadors 450€	3 hores

Font:Elaboració pròpia.

11.4 Criteri de la fixació dels preus

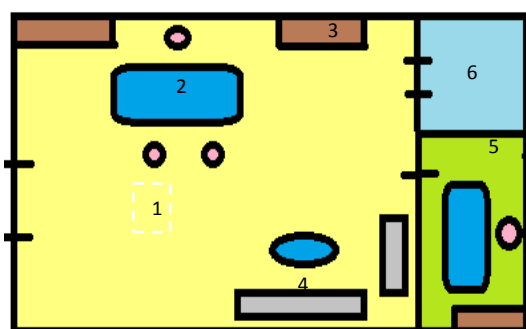
Com que a les Terres de l'Ebre no tenim competència del servei que nosaltres oferim tenim un marge de benefici més elevat que altres empreses del mateix sector que estan situades a altres llocs que tenen que ajustar més els preus a causa de la forta competència existent i de la guerra de preus.

Tot i això pensem que és un sector on els preus són excessivament elevats i que si ens ajustem una mica a les necessitats dels clients i al moment econòmic actual acabarem tenint més beneficis en preus més assequibles per a tot tipus de públic (el servei que oferim no és essencial per als clients). El que ens interessa ara és fer moltes ventes per donar-nos a conèixer i que el boca a boca sigui la part més important per promocionar-nos.

Per tenir alguna referència de preus ens em fixat amb preus d'empreses situades a Salou com per exemple, Fantasia Animación S.L, Cester S.L o Creàtics S.L.

11.5 Punt de venta

Com hem comentat anteriorment ens podran trobar al C/Aldea nº 43, allí és on tindrem la nostra oficina per atendre a tots els nostres clients i crear els esdeveniments a la seva mesura. El local té uns 50 metres quadrats i a l'interior podrem trobar una oficina equipada amb dos escriptoris, un armari, lleixes a les parets per guardar documents, un ordinador, una impressora gran, 4 cadires, dos sofàs i un rebedor.



1. Color beix: recepció
2. Color blau turquesa: taules
3. Color marró: armaris i lleixes
4. Color gris: sofàs
5. Color verd: oficina
6. Color blau cel: WC

12. Anàlisi Financer

12.1 Ingressos

Els ingressos en aquest tipus d'empresa són molt irregulars ja que hi hauran temporades on l'empresa tindrà molts d'ingressos (temporada estiu) i altres èpoques de l'any que n'hi hauran menys. Això és a causa de l'estacionalitat del turisme i el que intentarem buscar d'alguna manera és que no és noti tant aquesta estacionalitat ja sigui creant esdeveniments i promocionant-nos molt en èpoques d'hivern o amb l'escola d'animació que crearem, que ens pot aportar una font d'ingressos bastant elevada.

Normalment els mesos amb més ingressos seran del maig fins al setembre ja que dins d'aquest mesos tenim l'època de comunions, enllaços i d'animació d'establiments turístics, en canvi, els més dolents solen ser gener i febrer.

Les fonts de finançament que tindrem al iniciar la nostra activitat seran els següents:

Capital social: 18.000€

Préstec: 30.000 €

12.1.1 Inversions

Les inversions que tindrem seran el mobiliari valorat en **862.87€** i els equips informàtics valorats en **1550€**. Aquestes inversions s'aniran amortitzant al mobiliari li em donat un valor d'amortització de deu anys i als equips informàtics de quatre anys.

12.2 Costos

A continuació exposarem els costos inicials:

- **Publicitat: 802.6€**
- **Internet: 20€** mensuals
- **Aigua i electricitat: 80€** mensuals
- **Material oficina: 84.72€**
- **Material animació: 798.39€**
- **Arrendament: 100€** mensuals

12.3 Previsió de ventes del nostre servei

Per poder fer un anàlisi financer necessitem tenir una previsió de ventes anual que tot i ser fictici ens mostrarà com quedarien el compte de resultats, el pla de tresoreria i el balanç després d'un any treballat. A continuació mostrarem els beneficis nets que ens donaria la nostra activitat.

- A l'abril realitzem un curs de dos setmanes per preparar animadors per a la temporada d'estiu, el curs consistirà en 6 hores diàries i tindrà un preu de 300€ dels quals tindrem un benefici nets de 250€. Hi ha 18 inscripcions.
 - $300€ * 18 \text{ (inscripcions)} = \mathbf{5400€}$
- El director de l'Hotel les Oliveres**** (Perelló) s'ha posat en contacte amb nosaltres perquè vol contractar animació turística. Ha fet una demanda de 3 animadors i un cap durant els mesos de juny juliol i agost. L'hotel no és farà càrrec de la direcció de l'animació.
 - $1120 * 3 \text{ (animadors)} = 3360€$
 - $1520 \text{ (cap animació)} = 1520€$
 - $4880 * 3 \text{ (mesos)} = \mathbf{14640€}$

- El càmping Aube (Deltebre) ha fet una demanda d'un equip d'animació de 5 animadors més el cap ja que vol que li planifiquem un programa d'animació amb espectacles nocturns. De juny fins setembre vol tenir un equip de sis persones.
 - $1120 * 5$ (animadors)= 1050€
 - 1520 (cap animació)= 1520€
 - $7120 * 4$ (mesos)= **28480€**
- El càmping Ametlla (l'Ametlla de Mar) té un equip de animació però vol externatitzar aquest servei. Actualment té un equip de 7 animadors més un cap d'animació durant els mesos de maig a setembre.
 - $1120 * 7$ (animadors)=7840 €
 - 1520 (cap animació)= 1520€
 - $9360 * 5$ (mesos)= **46800€**
- L'hotel Rull (Deltebre) vol que busquem dos animadors professionals per contractar a la seva plantilla, com l'hotel està obert tot l'any fem un contracte de 12 mesos. En aquest cas només farem d'intermediadors.
 - $100 * (2 \text{ animadors}) = 200€$
 - $200 * (12 \text{ mesos})= \mathbf{2400€}$
- En època de comunions em tingut 4 demandes de les quals cada una volia un servei diferent:
 1. dos hores amb dos animadors més globoflexia i pintacares (15 nens):
 - $60€ * 2 \text{ hores animadors}= 120€$
 - 50€ nets de la globoflèxia
 - $5€ * 15 \text{ (nens)} = 60€$

Total pressupost comunió= **230€**
- A la segona comunió ens demanen tres animadors durant una hora més un mag.
 - 90€ animadors
 - 100 € del mag

Total pressupost comunió= **190€**
- A la tercera comunió volen un animador durant 3 hores que realitze globoflèxia, pinta cares i la mascota de l'empresa, hi ha 30 nens.
 - 90€ animador
 - 50€ de la mascota
 - $5 * 30 \text{ (nens)}= 150€$

Total pressupost comunió= **290 €**

- I per últim a la quarta comunió ens han demanat un espectacle de circ.
 - Espectacle de circ 300€

Total pressupost comunió **300€**

- Durant els mesos d'estiu (juny, juliol i agost) el càmping Eucaliptus (Sant Jaume d'Enveja) vol implantar diferents tipus d'espectacles per a cada nit de la setmana incloent dos nit de música en directe.
 - Un espectacle de circ: 300€
 - Un espectacle d'hipnosis: 250€
 - Polinesis: 250€
 - Brasilenys: 250 €
 - Flamenc: 250€
 - Orquestra: 450€
 - Dos músics: 400€
 - $2150 * 12$ (setmanes) = **25800€**
- Per al mes de setembre ens han fet un encàrrec d'organitzar un enllaç.
 - Animadors cambrers 3 hores: 90€
 - Musica en directe 4 hores: 800€
 - 2 animadors durant 5 hores: 150€
 - Dj durant 5 hores: $150€ + 50€ + 50€ + 50€ + 50€ = 350€$

Total pressupost: **1390€**

- Al setembre l'Ajuntament d'Amposta vol que organitzem un esdeveniment de fitness.
 - Monitor de Fitness durant 3 hores: **150€**
- Durant la temporada d'estiu creem una promoció de festes d'aniversaris en que realitzarem 2 hores amb animadors més globoflèxia, tenim un total de 15 aniversaris.
 - 2 Animadors 2 hores: 60€
 - Globoflèxia 50€

Total benefici: $110 * 15$ (aniversaris) = **1650€**

13. Nòmines previstes

A continuació mostrarem una taula amb la quantitat de nòmines i la seva durada que tenim previstes per a realitzar als animadors. Els contractes que realitzarem seran d'obra i servei.

Taula 7. Nòmines

Nº Animadors	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre
3 animadors + 1 cap					
Hotel les Oliveres ****		✓	✓	✓	
5 animadors + 1 cap					
Càmping Aube		✓	✓	✓	✓
7 animadors + 1 cap					
Càmping Ametlla de Mar	✓	✓	✓	✓	✓

Font: Elaboració pròpia.

14. Conclusions

La idea de crear una empresa d'animació ja feia temps que em rondava pel cap però sempre hi ha la incertesa de saber si sortirà rendible o no, després de fer una diagnosi del territori i un anàlisi del mercat ens em adonat que hi ha molts actius turístics i suficients establiments turístics per acollir un gran nombre de turistes però que el tipus de turisme que rep majoritàriament les Terres de l'Ebre és de curta durada. Hem creat aquesta empresa per a vendre el nostre servei a establiments turístics principalment i fer que aquest tipus de turisme canviï, volem que passi de ser de curta durada a estàncies de almenys una setmana. Com a empresa d'animació presentem una sèrie d'activitats diferents per a cada dia de la setmana on el client no tindrà temps d'avorrir-se. En aquest treball s'ha presentat l'empresa que s'ha creat amb el seu pla de treballa i s'ha investigat si tindriem beneficis o no. A través de observar la necessitat de que es faci una empresa d'aquestes característiques a l'entorn estudiat s'ha decidit porta a cap tots els tràmits per a la seva creació.

La motivació de triar aquest tema ha estat perquè he estudiat un cicle formatiu de grau superior d'animació turística i aquesta és la cinquena temporada que estic treballant dins aquest sector. He fet la carrera de turisme i amb ella les assignatures de pràctiques a l'empresa, el pràcticum I el vaig fer a una recepció , bar i restaurant, i el pràcticum II a una oficina de turisme i explico això per a dir que cap de les dos pràctiques realitzades cap m'ha agradat tant com el treball d'animació turística. Per mi és un treball que és bastant dur pel tema d'horaris que solen ser partits en tres torns i que normalment només tens un dia de festa a la setmana però a la vegada és un treball que et fa créixer com a persona i que el teu objectiu principal és fer feliç als altres. L'únic problema que té és que els sous són molt baixos i que si no ets un empresari difícilment pots viure d'aquesta feina. Penso que ha estat una oportunitat molt bona

que se'ns a brindat per poder investigar dins d'aquest sector i per saber quin seria el cost de creació d'una petita empresa com aquesta.

Després d'analitzar els costos i guanys em comprovat que la empresa seria rentable i que els seus costos de creació no són molt elevats i que s'obté beneficis ràpidament, a l'exercici que hem realitzat hem posat els mesos de més activitat però durant la resta d'any els beneficis no són tant elevats i en ocasions podem arribar a tenir pèrdues. Per això no podem parar d'innovar i crear nous serveis per als nostres clients perquè que quedin contents després de realitzar un servei per ells és la nostra satisfacció. A partir d'ara queda molt camí per recórrer i moltes hores de treball però estem segurs que en les ganes de treballar i d'aprendre que tenim ningú ens parerà.

15. Bibliografia

ACUÑA SOSSA, M. (2011). “ *Técnicas de la animación turística*”. Modulo I. UNED

BARROW, C; (2008).” *Emprender un negocio para Dummies*”. 2 edició. Granica.

CAMPA- PLANAS, F. (2010). “ *Guia pràctica per a la creació d’empreses*”. Tarragona. 1a edició. Publicacions URV.

GONZÁLES, F: (2006). “ *Creación de empresas. Guia del emprendedor*.” Madrid. Ediciones Pirámide.

LABOLLITA, M. - FARRÉ, M. (2005). “Animación en el ámbito turístico.” Madrid: Pirámide.

MACHUCA SANCHEZ, K. (2011). “ *Aimación turística en hosteleria*”. Madrid. Publicaciones Vértice.

P. ROBBINS, STEPHEN (2004). “*Comportamiento Organizacional*”. *Bases en la estructura de la organización*. Vol 1, pàg. 425-481. México. Pearson.

15.1 Bibliografia pàgines web

- Ajuntament de Deltebre www.deltebre.cat/ (Varies consultes del Gener al Març)
- Ajuntament del Perelló www.elperello.cat/ (Varies consultes del Gener al Març)
- Ajuntament de l’Ametlla de Mar www.ametlla.cat/ (Varies consultes del Gener al Març)
- Ajuntament de Sant Jaume d’Enveja www.santjaume.org/ (Varies consultes del Gener al Març)
- Ajuntament de Sant Carles de la Ràpita www.larapita.cat/ (Varies consultes del Gener al Març)
- Ajuntament de l’Ampolla www.ampolla.cat/ (Varies consultes del Gener al Març)
- Asseguradores Santalucia <https://wwwssl.santalucia.es> (Varies consultes al maig del 2014)
- Blogs animació turística <http://animacionturisticapue.blogspot.com.es> (Varies consultes del gener al febrer del 2014)
- Comptabilitat <http://www.contabilidad.tk> (Varies consultes al maig del 2014)
- Comptabilitat <http://www.supercontable.com> (Varies consultes al maig del 2014)

- Convenis Col·lectius <http://convenios.juridicas.com> (Varies consultes del gener al febrer del 2014)
- El economista <http://empresite.eleconomista.es> (Varies consultes del gener al febrer del 2014)
- Eumed <http://www.eumed.net/ce/2010b/mcmr.htm> (Varies consultes del gener al febrer del 2014)
- Finances personals <http://finanzas-personales.practicopedia.lainformacion.com> (Varies consultes del febrer al març del 2014)
- Finances personals <http://finanzas-personales.practicopedia.lainformacion.com> (Varies consultes del febrer al març del 2014)
- Generalitat de Catalunya <http://www20.gencat.cat> (Varies consultes del gener al maig del 2014)
- Idearium <http://www.idearium30.com/como-analizar-a-nuestros-clientes-i81> (Varies consultes del gener al febrer del 2014)
- Junta d'Andalucia <http://www.juntadeandalucia.es> (Varies consultes del gener al febrer del 2014)
- Mòdul animació turística <http://www.ocw.uned.ac.cr/> (Varies consultes del febrer al maig del 2014)
- Portal d'emprenedors <http://www.emprendedores.es> (Varies consultes del gener al març del 2014)
- Turisme a les Terres de l'Ebre www.terresdelebre.travel (Varies consultes del Gener al Març)

16. Annexos

Annex 1 Anàlisi financer

A la taula 8 veurem l'anàlisi financer en una taula de compte de pèrdues i guanys per saber el resultat del nostre exercici.

Taula 8. Compte de pèrdues i guanys

Concepte	Abril	Maig	Juny	Juliol	Agost	Setembre	Total
Ventes	5600,00	10570,00	30710,00	30710,00	30710,00	18070,00	126370,00
Sous i Salaris	- 0,00	-7605,00	-17355,00	-17355,00	-17355,00	-13390,00	-73060,00
Tributs: IAE, IBI, ...	-33,16	-33,16	-33,16	-33,16	-33,16	-33,16	-198,96
Subministres: llum, aigua, telèfon	-100,00	-100,00	-100,00	-100,00	-100,00	-100,00	-600,00
Material d' oficina	-862,87						-862,87
Publicitat i propaganda		-401,30		-401,30			-802,60
Primes de Seguros	-32,04	-32,04	-32,04	-32,04	-32,04	-32,04	-192,24
Treballs realitzats per altres empreses		-240,00	-6880,00	-6880,00	-6880,00	-640,00	-21520,00
Manteniment	-110,77	-110,77	-110,77	-110,77	-110,77	-110,77	-664,62
Arrendaments	-100,00	-100,00	-100,00	-100,00	-100,00	-100,00	-600,00
Varis (material animació)	-798,39						-798,39
Dotació amortitzacions	-39,48	-39,48	-39,48	-39,48	-39,48	-39,48	-236,88
Total costos Explotació	-2076,71	-8661,75	-24650,45	-25051,75	-24650,45	-14445,45	-99536,56
Res. Ordí. antes Int. e Imp.	3523,29	1908,25	6059,55	5658,25	6059,55	3624,55	26833,00
Interessos préstec	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	200,00	-1200,00
Costos Financers	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	30,00	-180,00
Resultat financer	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-300,00	-1380,00
Resultat abans Impostos	3223,29	1608,25	5759,55	5358,25	5759,55	3324,55	25453,00
Impost 25%	805,82	402,06	1439,89	1339,56	1439,89	831,14	6363,25
Resultat Exercici	2417,47	1206,19	4319,66	4018,69	4319,66	2493,41	18089,75

Conclusions del compte de pèrdues i guanys

Com podem observar al compte de resultats hi ha mesos amb més activitat que altres, el mes que té menys ventes és l'abril. Els ingressos que hem obtingut a l'abril són majoritàriament d'un curs per a preparar futurs animadors, tenim d'aprofitar aquests mesos de menys activitat per poder realitzar aquest tipus de cursos per obtenir alguna font d'ingressos ja que l'animació en hotels i càmpings està inactiva i hi ha molt pocs esdeveniments.

En canvi veiem que a partir de maig van augmentant notablement les nostres ventes a causa d'esdeveniments com comunions i que molts establiments turístics comencen a obrir les seves portes.

Els mesos amb més activitat són juny, juliol i agost ja que estem en temporada molt forta. Els beneficis són bastant elevats però hem de tenir en compte que aquest semestre és el més fort en el nostre servei. Al ser una petita empresa tindrem uns impostos d'un 25%.

Annex 2 Exemple Programa Animació Establiment Turístic

HORARI		DILLUNS	DIMARTS	DIMECRES	DIJOUS	DIVENDRES	DISSABTE	DIUMENGE
10.30h 11.00h	a	Zumba	Aquagym	Salsa	Balls de saló	Batuka	Club dance	Rock and Roll
11.00h 12.30h	a	Dardos	Tir a l'arc	Billar	Waterpolo	Preparació del Show	Petanca	Sjoelen
12.30h 13.00h	a	Joc aperitiu	Joc aperitiu	Joc aperitiu	Joc aperitiu	Joc aperitiu	Joc aperitiu	Joc aperitiu
15.30h 17.00h	a	Fútbol platja	Petanca	Vòlei	Futbolí	Preparació del Show	Tarda tropical	Pista ràpida
22.00h 00.00h	a	Flamenco Azabache	Orquestra	Disney Mix	Brasil	Grease	Músics	African Show